

**TURISMO GAY: ANÁLISIS DE UNA MODALIDAD TURÍSTICA
EMERGENTE EN LA CIUDAD DE SEVILLA**

Jorge Noguera Cordero
jorgcorderon@gmail.com

Facultad De Turismo y Finanzas
Universidad De Sevilla

TEMÁTICA: Antropología Social

RESUMEN

El trabajo hace una aproximación a una modalidad turística emergente: el turismo gay. El cambio antropológico experimentado por la sociedad española en relación con esta orientación sexual repercute directamente en el despegue del turismo gay, a través de una mayor visibilidad, y en la creación de destinos especializados hacia esta demanda.

Primeramente se profundiza sobre el concepto "Homosexualidad", considerando de qué manera afecta a la sociedad, y de forma más concreta a España. En segundo lugar, se estudia Sevilla como destino turístico gay incipiente, mediante el trabajo de campo etnográfico.

Concluye el trabajo con el análisis de las prácticas turísticas de este colectivo denominado LGBT (Lesbianas, Gais, Bisexual, Transexual) y la oferta disponible actual en la ciudad de Sevilla, objeto de estudio.

ABSTRACT

The investigation makes an approach to an emerging form of tourism: the gay tourism. The anthropological change experienced by the Spanish society regarding this sexual orientation has a direct impact on takeoff gay tourism, through greater visibility, and the creation of specialized destinations to this demand.

Firstly, deepens on "Homosexuality" concept, considering how it affects society, and more specifically to Spain form. Secondly, Seville is studied as incipient gay tourist destination, through ethnographic fieldwork.

The investigation ends with an analysis of the tourism practices of this group called LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender) and the current available supply in the city of Seville, under study.

1 INTRODUCCIÓN

Son tres los motivos que justifican la elección de este tema.

En primer lugar, la carencia de estudios sobre el mismo, cuanto más en Sevilla, una ciudad con un impacto turístico amplio, en la que es incipiente esta modalidad turística.

En segundo lugar, la reciente tendencia de este colectivo a participar en prácticas turísticas especializadas, por lo que Sevilla podría convertirse en un destino andaluz gay, dado el impacto del colectivo en la ciudad.

Por último, la necesidad de implicación y promoción por parte de instituciones públicas y privadas, motivo quizá de este tardío auge del turismo gay en Sevilla.

2 OBJETIVOS

El trabajo hace una aproximación a una modalidad turística emergente: el turismo gay. El cambio antropológico experimentado por la sociedad española en relación con esta orientación sexual repercute directamente en el despegue del turismo gay, a través de una mayor visibilidad, y en la creación de destinos especializados hacia esta demanda.

Primeramente se profundiza sobre el concepto “Homosexualidad”, considerando de qué manera afecta a la sociedad, y de forma más concreta a España. Luego, se estudia Sevilla como destino turístico gay incipiente, mediante el trabajo de campo etnográfico.

Concluye el trabajo con el análisis de las prácticas turísticas de este colectivo denominado LGBT (Lesbianas, Gais, Bisexual, Transexual) y la oferta disponible actual en la ciudad de Sevilla, objeto de estudio.

3 METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La antropología es la ciencia que estudia al ser humano de forma íntegra. La antropología social es la rama de la antropología que centra su estudio en las culturas del ser humano por medio de sus costumbres, saberes, creencias, relaciones y pautas de conductas prácticas. De esta manera, se estudia todas las facetas en las que el ser humano puede verse involucrado, además de los modos de comportamientos sociales a través del tiempo y el espacio.

En estas líneas, resulta imprescindible estudiar el turismo como un fenómeno contemporáneo característico del ser humano del siglo XXI. Algunos profesionales tienen una visión restrictiva del turismo en tanto que lo ven únicamente como una actividad económica. Pero debemos tener una visión holística, el turismo es un hecho social total, es decir, está presente en todos los ámbitos de la vida. De acuerdo con lo anterior, el estudio antropológico del turismo aborda este fenómeno como expresión cultural de los diferentes sectores y colectivos (Hernández-Ramírez, J. 2012).

Aumentan en número los destinos turísticos y también las prácticas del turismo. Son más las prácticas del turismo que surgen para romper los cánones y tópicos, como pueden ser: turismo ufológico, turismo centrado en avistamiento de OVNIs y todo lo relacionado con extraterrestres; turismo geek, turismo centrado en la tecnología y la informática o por ejemplo, turismo gay, entre muchas otras nuevas prácticas de turismo.

Por este camino, nos aproximamos al turismo gay como una práctica turística incipiente en la sociedad actual y expresión específica de este colectivo, objeto de estudio de este trabajo de campo.

Para ello, utilizamos la etnografía como estrategia para observar las prácticas turísticas del colectivo gay en la ciudad de Sevilla, como unidad de investigación. Para comprender a este colectivo en su conjunto (tanto como se pueda, dada las limitaciones que nos podamos encontrar), adoptamos la estrategia de movimiento libre para recabar información. Nos movemos de escenario en escenario, de lugar a lugar, y de sujeto a sujeto para descubrir la totalidad de las actuaciones y motivaciones de este colectivo. En este trabajo se han aplicado una serie de técnicas etnográficas propuestas por Kottak (2011: 55). Son las siguientes:

- Observación directa: es de primera mano, se hace sobre el comportamiento de este colectivo.
- La conversación: que se realiza con diversos niveles de formalidad. Desde el chismorreo diario que ofrece conocimiento acerca de lo que sucede, hasta entrevistas prolongadas.

- El trabajo detallado con consultores o informadores claves de instituciones implicadas en esta práctica.
- Historias de vidas de personas particulares: para realizarlas se llevan a cabo entrevistas en profundidad.
- El estudio de las percepciones de la comunidad local, en este caso en Sevilla.
- La investigación orientada a problemas de diversos tipos.

Todas estas técnicas han sido llevadas a cabo para conseguir el objetivo principal de este estudio: conocer la oferta y las motivaciones y prácticas del colectivo gay en la ciudad de Sevilla.

El tipo de información que buscamos es difícil de recoger a través de métodos cuantitativos, ya que nos encontramos ante un fenómeno social. Fenómeno el cual nos dará una imagen de la ciudad de Sevilla. Es bastante significativo cuantificar económicamente lo que este tipo de turismo aporta económicamente a la ciudad y el impacto que tiene, pero para ello ya existen estudios y estadísticas de organismos oficiales. Este estudio trata de analizar el impacto que esta corriente tiene en la ciudad, pero más bien desde un punto de vista social cualitativo.

No es necesario advertir la complejidad de la muestra objeto de estudio del tema propuesto, el turista LGBT, dada la dificultad de identificación del mismo, teniendo en cuenta su discreción.

Por otro lado, gran parte de la importancia de este fenómeno es precisamente la gente que vive y trabaja en la ciudad que son quienes observan la actividad de la zona y tienen suficiente experiencia para poderla comparar.

Además, el trabajo de campo resulta más complejo aún cuando los propios profesionales del turismo desconocen definiciones y clasificaciones del turismo LGBT, las cuales están adquiriendo mayor importancia con el crecimiento del mercado turístico gay.

4 ANÁLISIS

Para abordar este estudio, previamente es preciso establecer y delimitar conceptualmente tres niveles de análisis sobre el género y la sexualidad, que no deben confundirse entre sí. Según las definiciones establecidas desde la antropología social, habría que distinguir entre: identidad sexual, identidad de género y, por último, orientación sexual.

- **Identidad sexual:** sería la suma de las dimensiones biológicas y de conciencia de un individuo que le permiten reconocer la pertenencia a un sexo u otro, es decir, ser varón o mujer, independientemente de la identidad de género (sentirse como hombre o mujer) o de la orientación sexual (tendencia o inclinación sexual).
- **Identidad de género:** es la construcción social que cada sociedad establece respecto de las diferencias biológicas. Implica unas ideas acerca de lo que es ser masculino y femenino y unas expectativas respecto de los comportamientos y actitudes de las personas en función de si se es hombre o mujer.
- **Orientación sexual:** es un patrón de atracción sexual, emocional y sentimental hacia un determinado grupo de personas definidas por su sexo. La orientación sexual puede ser dividida en tres principales categorías: heterosexualidad, bisexualidad y homosexualidad.

La homosexualidad es un concepto destinado a aquellas personas cuya orientación sexual, vista como atracción emocional, sentimental y sexual, se centra en personas del mismo sexo. Este concepto, forma parte del colectivo LGBT, el cual abarca en la actualidad a personas lesbianas, gays, bisexuales¹ y transexuales² como un total. La bisexualidad y la transexualidad no podrían incluirse de manera intrínseca como una práctica homosexual.

El término gay generalmente se usa para referirse a los hombres homosexuales, aunque en algunos sitios también es concebido para las mujeres homosexuales, que no es el caso de España, que se usa sólo para hombres. Precisamente este trabajo se orienta al estudio de la práctica turística que desarrolla el colectivo de homosexuales gays, es decir, del grupo homosexual formado por hombres.

¹ Considerando la bisexualidad como la atracción emocional, sentimental y sexual de una persona hacia hombres y mujeres.

² Vista como la convicción por la cual una persona se identifica con el sexo opuesto a su sexo.

Es preciso aclarar que no es lo mismo turismo homosexual (gay) que turismo sexual, pues el primero no implica necesariamente la búsqueda de relaciones sexuales, sino más bien el ocio y disfrute en el destino, a diferencia del turismo sexual que es una modalidad en la que el objetivo central es la consumación de relaciones sexuales satisfactorias, ya sea a través de la prostitución ya sea mediante la exploración de territorios con un marcado carácter hedonista donde existe la posibilidad de vivir experiencias libidinosas.

Centrándonos en España, nos encontramos ante un país que permite tanto el matrimonio homosexual como la adopción homoparental, pero cuya adopción apenas puede ser efectiva dadas las circunstancias de los de origen de los menores en cuestión.

No obstante, sigue existiendo una tendencia homófoba en España que dificulta el libre ejercicio de los derechos de los homosexuales y mantiene en muchos ámbitos una situación de clara discriminación.

Con lo cual, esto sirve de reflexión para determinar que España es un país tolerante con la comunidad LGBT en la medida de lo posible y bastante avanzado en comparación con otros países.

Estos profundos cambios de mentalidades están dando mayor visibilidad a los colectivos LGBT, lo cual se puede apreciar en el desarrollo de una modalidad turística emergente: el Turismo gay.

Según una publicación realizada por Gay European Tourism Association (GETA) llamada "Gay Matters", el 2,6% de la población europea se considera LGBT y se calcula que un 8% del gasto total en turismo en Europa pertenece a este género de turistas. La consultora "Out Now Consulting", con base en los Países Bajos, estimó que en 2012 el turismo LGBT desembolsó en Europa un gasto de 165 billones de dólares, en viajes con denominación LGBT; según los más de 40.000 encuestados europeos. Consideran el fenómeno, la tendencia emergente más dinámica de las actualmente existentes.

Durante años los turistas gais, lesbianas, bisexuales y transexuales han pasado desapercibidos; es a partir de los avances legales y sociales en muchos países y la visibilización en torno a esta comunidad cuando el fenómeno ha empezado a florecer. Estos avances los consideran los promotores del turismo LGBT del S. XXI.

Lamentablemente, no todos los destinos son aptos para este segmento, ya que en muchos países aún está penalizado y la homofobia es algo más que latente y a veces manifiesta.

La OMT (Organización Mundial del Turismo), publicó un informe en 2012 sobre la importancia del turismo LGBT en el mundo, llamado Global report on LGBT Tourism (AM Report: Volume three) el cual nos dice que la tendencia del turismo en general es creciente, y en consecuencia el de todos sus segmentos, incluido LGBT. En este estudio se incluye al segmento LGBT en el género conocido con el acrónimo DINK (Dual Income No Kids: doble sueldo; sin hijos), lo que les da un poder adquisitivo más alto. Por este motivo, según el estudio, son los hombres gays los que más gastan en sus viajes comparando con el turista general o incluso el lésbico, y suelen consumir servicios cercanos a la categoría de lujo. A esta conclusión llegaron a partir de un estudio de 6.648 encuestas, realizadas en Estados Unidos a personas que se autodenominan LGBT.

International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) es una asociación internacional integrada por agencias de viajes, turoperadores y otras empresas relacionadas con el turismo gay que cuenta con más de 1500 integrantes. Es la mayor de este tipo de organizaciones en el mundo y la única asociación LGBT que pertenece a la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO). Entre sus actividades destaca la celebración anual de un congreso que reúne a profesionales de 80 países que comparten experiencias, cifras y conclusiones. Hasta ahora se han celebrado 32 ediciones. La 31ª edición tuvo lugar en Madrid en 2014, y la de este año 2015 en Los Ángeles. Andalucía ha sido representada en este evento por la Diputación de Sevilla (PRODETUR) para promocionar su oferta turística.

En concordancia con un artículo emitido en el Diario de Sevilla, (9 de abril de 2015), La delegación andaluza promociona su oferta turística en Estados Unidos (Los Ángeles), en la 32ª edición de la convención de IGLTA, mencionada anteriormente, que tuvo lugar desde el 8 al 11 de abril.

Como representante de la delegación andaluza en dicha convención acudió Antonio Martí de la Diputación de Sevilla (PRODETUR). Cuenta que fueron cuatro días con diferentes actividades con el único objetivo de promocionar el territorio, en este caso Andalucía, como destino atractivo para el colectivo LGBT. Entre las actividades mencionadas están:

workshops, promoción del destino con regalos, conferencias y degustación de gastronomía según el país elegido.

Según relató en una entrevista realizada para este estudio, eran actividades dinámicas, con un tiempo limitado, donde el representante de PRODETUR promocionaba a los distintos agentes turísticos de otras nacionalidades, Andalucía como destino LGBT, ofreciendo la oferta turística de la Comunidad que bien no es poca, aunque escasa en una oferta especializada en concreto para el colectivo, dada “la pobre oferta LGBT de la que disponemos en Andalucía”, comenta.

En la convención, España fue elegida como uno de los países que ofrecía su gastronomía y cada comunidad autónoma disponía de 5 minutos para hablar sobre la cual representaba. Lo más relevante del pequeño discurso de la comunidad andaluza es que Andalucía aspira a ser miembro de la IGLTA para el año 2016, lo cual fue motivo de gran ovación.

El representante concluye diciendo que los organismos públicos de la comunidad de Andalucía han colaborado en distintos eventos con motivo LGBT, teniendo iniciativa, pero lo que realmente necesita es mayor implicación por parte de las instituciones tanto públicas como privadas que fomenten un tipo de turismo, dotado de infraestructuras y servicios, quizá más orientado al colectivo y promocionar Andalucía e incluso Sevilla como destino atractivo al turismo LGBT, en las ferias internacionales de esta manera, para acoger a un cliente fiel a su destino.

Es importante mencionar que en España existen unos destinos turísticos LGBT bien consolidados en la oferta turística orientada a este colectivo. Estos son: Sitges, Gran Canarias (Playa del Inglés-Maspalomas), Ibiza, Madrid, Barcelona y Torremolinos.

A continuación estudiaremos el caso de Sevilla, como destino turístico gay emergente.

Turísticamente hablando, Sevilla cuenta con muchos atractivos de especial importancia. Destacando los siguientes: Turismo cultural, de naturaleza, religioso, fiestas y tradiciones, de ocio y el río Guadalquivir.

Por toda esta oferta tan variada y completa, Sevilla alcanza la categoría de provincia y ciudad turística y por ello podemos concluir que dispone de todo lo necesario para acoger

a un turista exigente, con bastante variedad para elegir en función del tipo de turismo que desee realizar, encabezado por una oferta cuanto más cultural.

Como vimos anteriormente, la situación en España en cuestión a la homosexualidad ha sido bastante dinámica desde periodos del franquismo y Sevilla no ha sido menos. En plena transición, con una represión absoluta, empezaron a surgir los primeros pasos a favor del colectivo.

Grupos de personas, en una situación insostenible de desesperación por la represión que sentían por su orientación sexual oculta, empezaron a reunirse de manera clandestina, como una manera de encuentro entre homosexuales, dado que no podían mantenerse encuentros en áreas públicas ya que era castigado (visto anteriormente con la Ley de clandestinidad). Estos encuentros eran, además de en sitios ocultos, ambulantes, con lo cual no tenían un lugar específico donde poder interactuar con total libertad. El ambiente iba rotando de un sitio a otro.

En 1977 José Antonio Campillo, pionero en los movimientos a favor del colectivo homosexual en Sevilla y empresario del sector de restauración, decidió, junto a un grupo de compañeros, formalizar los encuentros en un sitio fijo. De ahí nació Ítaca, pub/discoteca de ambiente homosexual. Al principio no tenía connotaciones pornográficas. Fue al cabo de los años cuando empezaron a hacerse proyecciones de cine porno gay en el local. Gracias a una lucha continua por los derechos de los homosexuales, Ítaca consiguió convertirse en el segundo sitio en España con cuarto oscuro³

Además, Ítaca se encargó de organizar la primera manifestación reivindicativa junto con el apoyo de la asociación SOMOS en Andalucía, convocada por Campillo, entre otros. Ya incluso antes del primer orgullo gay de Barcelona en 1977, Ítaca convocaba celebraciones no oficiales a favor del colectivo en Sevilla.

Es vital mencionar en este capítulo el trabajo de personas como Campillo que con su trabajo y esfuerzo, propios de una conquista y lucha por la igualdad de los derechos de

³ Salas de locales públicos (discotecas, bares o saunas, entre otros) especialmente destinadas a un público gay, en las que, con una iluminación muy baja o nula, los clientes mantienen relaciones sexuales de forma anónima con desconocidos.

los homosexuales, ha conseguido una situación muy mejorada de Sevilla, con respecto a la comunidad gay. Su trayectoria empresarial siempre ha ido encaminada a seguir estas líneas, y fue gracias a iniciativas como las de él, que fueron surgiendo establecimientos orientados al colectivo hasta los que actualmente están activos, que veremos más adelante.

Como aclaración, advertir que el turismo en Sevilla está organizado por la Diputación de Sevilla (PRODETUR) y el Consorcio de Sevilla perteneciente al Ayuntamiento de la ciudad. Las cuestiones que nos planteamos serían las siguientes: ¿dispone el turista homosexual de una oferta orientada o incluso exclusiva en Sevilla?, ¿es necesario ofrecer una oferta orientada e incluso exclusiva, como por ejemplo sería Torremolinos como hemos visto anteriormente, dado que éste tipo puede tener unos gustos diferenciados? o, por el contrario, ¿es mejor ofrecerles exactamente lo mismo que al resto de turistas dado que puede que sólo se diferencien en sus orientaciones sexuales, lo que no afecta a los gustos turísticos?

En definitiva nos preguntamos: ¿un turista homosexual y otro heterosexual se diferencian únicamente en su orientación sexual? o, por el contrario, ¿esta orientación sexual influye en la motivación e incluso en la práctica turística?

El turista gay tiene una motivación mixta:

En primer lugar, tiene una motivación genérica, igual que el resto de los turistas: visitar lugares emblemáticos y de interés turístico.

En segundo lugar, tiene una motivación específica: visitar sitios gais para consumo de objetos, diversión y en algunos casos, prácticas sexuales.

A continuación, analizamos las actuaciones a favor del turismo LGBT que se han llevado a cabo en Sevilla.

4.1 GUÍAS DE TURISMO GAY

Prueba de que existe una demanda específica es la edición de guías orientadas a este colectivo por parte del Consorcio y PRODETUR y la actuación por parte de los empresarios del sector, por otro lado.

En Sevilla se han llevado a cabo dos proyectos de guías dirigidas al colectivo LGBT por parte de las instituciones públicas: la primera, realizada por el Consorcio de Turismo de Sevilla en 2006; la segunda, realizada por la Diputación de la provincia de Sevilla en 2014. De manera paralela, el sector empresarial realizó, de manera autónoma, otra guía para dicho colectivo, liderados por la asociación Sevilla Entiende.

4.1.1 GUÍA TURISMO LGBT CONSORCIO (2006)

Esta guía fue publicada en 2006 por el Consorcio de Sevilla. La edición de esta guía se realizó de manera externa, mediante concurso. La guía es bastante completa. Está editada en dos idiomas: inglés y español. Comienza con una pequeña presentación introductoria a la ciudad de Sevilla, haciendo ver que es una ciudad bastante tolerante con el colectivo gay.

Posteriormente, comenta la oferta turística de Sevilla: cultural/monumental, fiestas y tradiciones, como Semana Santa o Feria, gastronomía, festivales, zonas de compras, teatro, música, etc.

Además, lo particular de esta guía es que ofrece un recorrido por todos los sitios de interés para la comunidad LGBT existentes en aquel momento: hoteles/alojamientos, discotecas, bares, pubs, restaurantes, fiestas y eventos como la Fiesta Romana, GuadalkiBear o el Orgullo, y otros. Por último, ubica todos los establecimientos en un mapa para que no haya pérdida.

El problema actual de esta guía es que nunca fue actualizada, con lo cual, muchos de los establecimientos citados ya no existen. La guía está obsoleta. Nos preguntamos si esta falta de renovación del producto tiene que ver con la orientación ideológica del equipo de gobierno municipal del periodo 2011-15 (PP).

4.1.2 GUÍA TURISMO LGBT DIPUTACIÓN (2014)

Esta guía fue publicada el año pasado y presentada en FITUR destinada a fomentar las visitas del colectivo LGBT a la provincia por parte de la Diputación de Sevilla a través de PRODETUR. Para la edición de esta guía, la institución andaluza ha contado con la colaboración de la IGLTA.

Asimismo, la asociación Adriano Antinoo⁴ para hacer entrega a la institución andaluza de la bandera del arco iris, con la que esta asociación distingue a entidades y municipios “orgullosos por la igualdad”.

Según ha señalado el diputado de Empleo e Innovación de la Diputación de Sevilla, Manuel Lora: “con la publicación de esta guía, la Diputación no pretende un producto excluyente ni especialmente diseñado para este colectivo, sino más bien mostrar la magnífica oferta turística de un destino acogedor como es la provincia de Sevilla. En esta línea, queremos destacar el compromiso de las instalaciones y servicios turísticos del territorio con la promoción de la diversidad, actuando hacia este sector poblacional LGBT, de la misma manera que se opera con el sector heterosexual”, recogido en el artículo publicado en Europapress, (26 de junio de 2014). La guía está editada solamente en español.

Con lo cual la guía, tras un primer apartado introductorio dedicado a la metodología utilizada y un análisis del impacto económico de la comunidad gay en la provincia, ofrece la oferta turística existente en la provincia de Sevilla, si bien, con sus 104 municipios de la provincia. Se destaca las seis comarcas turísticas: Vía de la Plata, Sierra Norte, La Campiña, Sierra Sur, Guadalquivir-Doñana y El Aljarafe.

Por lo tanto, como se cita en la guía: “no es un producto excluyente ni especialmente orientado a este colectivo. Más bien al contrario, lo que buscamos es integrar al turista LGBT dentro de la oferta [...] ya existente, apostando por acciones no estereotipadas.” Es por ello que no aparece en la guía ningún sitio de interés ni establecimientos especializados en este colectivo.

Consultando con empresarios del sector, la mayoría de ellos no tienen constancia de la existencia de ninguna de las dos guías realizadas por las instituciones, con lo cual se puede apreciar la pobre promoción que se ha hecho, en relación a dichas guías.

Desde 2009 la asociación Asemgal, Asociación de empresarios del sector homosexual, es la encargada de organizar el Orgullo en colaboración con empresarios del sector. Poco

⁴Asociación, la cual cada año hace entrega de premios y honores a establecimientos, instituciones y municipios que luchan a favor de los derechos del colectivo LGBT.

más tarde tomó la iniciativa de crear una guía de establecimientos llamada GUÍA ENTIENDE SEVILLA LGBT FRIENDLY.

Los establecimientos privados de la ciudad orientados al colectivo LGBT subvencionaron esta propuesta para llevar a cabo un proyecto de promoción de sus empresas, reunidas en un mismo folleto donde se ofrece información tal como: sitios de interés, horarios, ubicación y datos adicionales, todo ello además, ubicado en un mapa de la ciudad. Cada 4 meses se actualiza la guía.

El total de los establecimientos que aparecen en la guía son 26.

Además hay un conjunto de asociaciones que cooperan con esta guía: Acción Diversa, Adhara, Adriano Antinoo, ATA, Defrente, Fundación Triángulo y Plataforma 28-J Sevilla.

Esta propuesta fue llevada a cabo por dicha asociación como solución a un problema que existía en Sevilla y aún todavía sigue existiendo: la necesidad de mayor promoción de Sevilla como destino turístico LGBT.

Como dato de interés, se publicó un artículo en Hosteltur, (7 de Marzo de 2005), en el que se comentaban las estrategias que llevaría a cabo el Consorcio de Turismo de Sevilla para atraer a este segmento, entre ellas estaban: la organización de fam trips para agencias especializadas en turismo gay internacional, la asistencia a las ferias específicas dentro de este mercado (conocido como “rosa”) y la posibilidad de hacerse miembro de la IGLTA.

Sin embargo ninguna de estas iniciativas ha llegado a materializarse hasta la actualidad, lo cual indica un escaso interés por parte de la administración en esta modalidad turística.

4.2 OFERTA TURÍSTICA GAY EN SEVILLA

Antes de entrar a explicar toda la oferta gay existente en la actualidad en Sevilla, conviene distinguir entre una oferta orientada y una exclusiva. Con la primera nos referimos a una oferta especializada al colectivo LGBT sin rechazar otro tipo de cliente y con la segunda, es una oferta única para el cliente gay.

En Sevilla la mayor parte de la oferta dirigida a este colectivo, es orientada a tal. No se excluye a un cliente según su orientación sexual, es decir, se admite a todo tipo de clientes, sin importar su orientación sexual, exceptuando algunos casos (con exclusividad para el colectivo gay) como veremos más adelante.

Para la investigación llevada a cabo sobre la actual oferta turística gay en Sevilla, ha sido necesario realizar entrevistas a empresarios del sector, los verdaderos protagonistas la actividad comercial de la ciudad. Entre ellos, han sido entrevistados: Carlos, propietario del Hotel Boutique Doña Lola; Josema, encargado de la discoteca Ítaca; David, encargado de la discoteca Men to Men; Germán, dueño del club Zona Krampack; y por último, Aurelio, director de la agencia Ishtar.

Todos estos establecimientos serán analizados a continuación según el sector de actividad en el que se encuentre, de esta manera, la oferta queda dividida en: Hoteles, Discotecas, Saunas, Clubes y Agencias.

4.2.1 HOTELES

En cuanto a la oferta hotelera especializada en el turismo LGBT, Sevilla es un destino con un escaso número de establecimientos. En la página web www.empresasgayfriendly.com elaborada por el grupo EGF, se ofrece una guía de empresas gay de todos los sectores localizados en el territorio español. La actividad turística que se presenta en esta página se clasifica en función de los sectores y las zonas donde se emplazan estas empresas. Concretamente, en Sevilla, en cuanto al sector de actividad hoteles/alojamientos, aparecen seis establecimientos: Hotel Adriano Sevilla, Hotel Europa Sevilla, Énfasis Hotel, Boutique

Hotel Holos, Casa del Sol y B&B Nuevo Suizo. Consultado en el trabajo de campo a los responsables de estos hoteles, cuatro de ellos reconocen estar afiliados a dicha página. Sin embargo uno de ellos manifiesta no conocerla. La mayoría de estos hoteles admite ser “gay friendly” y tienen constancia de estar afiliados a dicha página.

Indagando a fondo en la búsqueda de hoteles relacionados con el colectivo LGBT, encontramos el Hotel Boutique Doña Lola, ubicado en la calle Amor de Dios no 19, que ofrece los siguientes servicios: alojamiento con 11 habitaciones, wifi gratuita, recepción 24 horas, terraza solarium, sala de lectura, servicio de masajes, parking concertado,

gimnasio concertado, traslados aeropuerto-hotel, alquiler de bicicletas, visitas guiadas, información turística, venta de entradas y desayunos; con lo cual tiene una oferta bastante variada.

Uno de los propietarios del Hotel Boutique Doña Lola, Carlos, deja entrever en su entrevista que su hotel está especializado o incluso orientado, pero no de modo exclusivo, hacia el turismo gay. Tienen el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes, haciéndoles sentir a gusto, supliendo las necesidades que buscan, igual que un hotel de negocios ofrece una especial atención a su tipo de turista.

En cuanto a su opinión sobre el turista gay, este empresario explica que no cree que existan distintos tipos de turistas gays: “el turista gay pasa desapercibido, al igual que no tiene gustos específicos, viene a buscar lo mismo que el resto de turistas: conocer Sevilla y hacer turismo, aunque en este caso viene buscando una zona específica, una zona de ambiente gay donde sentirse cómodo e interactuar entre ellos”. Piensa que las categorizaciones pueden servir más dentro del colectivo o incluso dentro del ambiente pero no en un sitio donde alojarse. Además, según su experiencia ha observado que puede ser cierto que este tipo de turista tenga un mayor nivel adquisitivo que el turista heterosexual, y también suelen estar más dispuestos a consumir determinados servicios más especializados.

Sobre Sevilla como destino turístico gay, cree que cada vez es más un destino abierto a este colectivo y se puede apreciar en la sociedad que es mucho más tolerante e incluso hay mucha más oferta que hace una década. Es un destino creciente, no consolidado. Es un destino cuanto más turístico, y atrae a todo tipo de turistas, con una oferta pobre hacia el turista gay, pero orientada, aunque prácticamente ningún establecimiento discrimine a nadie por su orientación sexual, sea o no orientado. Aquí en Sevilla se combina el ambiente gay con un ambiente alternativo donde pueden interactuar perfectamente homosexuales y heterosexuales”.

4.2.2 DISCOTECAS

Podemos encontrar dos tipos de discotecas en Sevilla orientadas al colectivo gay, según su oferta:

Por un lado, están Ítaca y Men to Men que tienen una oferta más amplia con espectáculo (las únicas que ofrecen este servicio), consumición de bebidas, proyección de cine y la posibilidad de mantener relaciones sexuales dentro del establecimiento, en lugares habilitados para ello. Por otro lado, Jewel, Gold y Obbio dirigidas a un público que busca tomar copas, bailar y escuchar música. A continuación, se explica de forma más detallada cada establecimiento.

En primer lugar encontramos Ítaca, una de las discotecas con más repercusión en la comunidad gay, conocida en Sevilla. Fue la pionera. Está ubicada en la calle Amor de Dios. Dispone de distintos servicios a lo largo de la semana, abriendo los 365 días del año. Dentro de sus servicios, encontramos:

Zona de discoteca, con bar para consumir copas y espectáculo de transformismo, como servicio principal del local, con artistas y Djs conocidos en el colectivo. Luego, una zona de proyección de cine porno gay. Por último, está la zona de cabinas y cuarto oscuro, donde los clientes pueden mantener relaciones sexuales.

Josema, encargado de Ítaca, comenta que es un lugar con un público objetivo bastante claro, distinto al de otras discotecas gais de Sevilla, por los servicios que oferta. Gran parte del público que acude a Ítaca es extranjero, sobre todo en periodos de vacaciones, aunque también local, con una media de edad de 30 años en adelante. Aclara que el principal servicio de Ítaca es el de discoteca y espectáculo, y de manera complementaria tiene la zona de proyección y cuarto oscuro, como hemos mencionado anteriormente.

Insiste en que el servicio de Ítaca no se reduce únicamente a mantener relaciones sexuales, como se le ha intentado encasillar en alguna ocasión, sino que tiene otros servicios. Además, el encargado advierte que es un sitio bastante seguro y que nunca han tenido problemas con sus clientes, puesto que en el caso del cuarto oscuro, buscan privacidad y discreción, las cuáles son prioridades de este establecimiento.

Ítaca ha sido la encargada de ofrecer la Fiesta Romana. Sin duda alguna se ha consolidado como uno de los eventos lúdicos más importantes de Sevilla. Hace más de 25 años que los gerentes de Ítaca organizan esta fiesta. Se trata de una fiesta con motivo greco-romano. Para ello, se adorna la discoteca con una cuidada y exuberante decoración grecolatina, en la misma discoteca.

También colabora junto con el resto de empresas del sector en la organización del Orgullo Gay en Sevilla.

Posteriormente encontramos Men to Men, la cual hace 13 años que se creó, dirigida al colectivo Bear⁵ dentro de la comunidad gay, ubicada en la calle Trajano. Tiene una oferta similar a la de Ítaca, con espectáculos dos días a la semana, consumición de copas y cuarto oscuro, el cual está abierto todos los días del año a partir de una hora determinada. David, el encargado de dicha discoteca, comenta que ésta acoge a extranjeros de muchas partes de Europa y que su público no es únicamente local.

El encargado piensa que Sevilla dispone de todo lo necesario para acoger al turismo gay, la zona de la alameda, con distintos bares y sitios de ambiente que se supone que es lo que atrae al turista gay, aunque piensa que se podría mejorar y ampliar la gama de establecimientos.

Además, aclara que Sevilla se encuentra en una situación de estancamiento debido, posiblemente y según a su entender, a una sociedad poco progresista. Con respecto a la motivación del turista gay cuando va a viajar, explica que, bajo su punto de vista, el turista en Sevilla no busca mantener relaciones sexuales de manera prioritaria, sino más bien una oferta cultural y una oferta gay complementaria a la anterior. Men to Men organiza el festival Guadalkibear, encuentro internacional de Osos, que atrae a muchos turistas de esta categorización con unas ideas muy claras, la cual es principalmente encontrarse con similares, con un poder adquisitivo medio-alto, posicionado, con una media de edad de 30 años en adelante, que incluso busca mantener relaciones sexuales gracias a este evento. Consta de paseo por la ciudad, cenas, rutas culturales, paso por distintos sitios de interés, etc. También colabora en el Orgullo Gay de Sevilla.

Discotecas como Jewel, Gold u Obbio están orientadas a un colectivo homosexual, pero sus servicios se centran a otro tipo de cliente, más enfocado a escuchar música y consumir copas, con una línea más alternativa, es decir, no orientada a ningún colectivo específico; varía dependiendo de las características de los colectivos que lo frecuentan.

⁵Es una subcategoría dentro del colectivo gay, que engloba a los hombres gais de cuerpo fornido y abundante vello facial y corporal, exhibiendo una actitud masculina y poco afeminada.

2.4 Clubes

En Sevilla, además existen clubes cónclaves con el objetivo de ofrecer un espacio para mantener relaciones sexuales. Encontramos dos: Club Extrem y Zona Krampack.

Club Extrem se encuentra en el polígono industrial El Higuierón. Este establecimiento, denominado como cruisingfetich⁶, está más centrado en el morbo y la fantasía y su único objetivo es suplir esta demanda concreta de este colectivo. Lleva escasamente 1 año abierto.

Es una nave industrial de 400 metros donde hay: salas con columpio, zonas de castigo, gloryhole (cabinas con aberturas en las paredes), potros, cabinas y duchas. Ofrece la posibilidad de tener sexo ante el resto de clientes, en una zona habilitada para ello, dentro de la misma nave (no en el exterior) o mantener sexo de forma más privada en las cabinas.

Tiene un público mucho más concreto, que busca esencialmente, mantener relaciones sexuales como una prioridad.

Zona Krampack, fue creada en 2009, cuyo nombre debe a la obra de teatro y película española Krámpack. Esta película trata sobre la adolescencia y el descubrimiento de la sexualidad, en concreto el tema de la homosexualidad. En la trama, los protagonistas llamaban “hacer un krámpack” a masturbarse entre ellos.

Este local amplía su oferta con respecto al resto de establecimientos juntando varios conceptos de negocios orientados al público gay, con un distinguido horario diurno de 16 horas a 23 horas, lo cual hace este local diferente al resto.

El acceso al sitio es libre. Sus servicios se centran en: gay shop, tienda erótica especializada para el público gay, única en Sevilla; zona para interactuar con sofás, mesas, ordenadores para conectarse a internet, proyección de cine porno, 8 cabinas con gloryhole y un cuarto oscuro. Para entrar a esta zona es necesario pagar un importe por un tiempo ilimitado.

⁶Excitación por mantener relaciones sexuales en lugares abiertos al público, con materiales eróticos.

Con respecto a la motivación del turista gay, Germán, dueño del local, comenta que acude mucha gente extranjera a su local, aunque no es su principal tipo de cliente. Explica que Sevilla no es un destino sexual. Los turistas acuden a Sevilla con una principal motivación dirigida hacia una oferta cultural, como la que tiene Sevilla, conocer la ciudad, y en el tiempo de ocio tener prácticas sexuales. En comparación con otros destinos como Berlín, por ejemplo, que si es un destino sexual, teniendo rutas de sexo, con incluso hoteles con motivos sexuales, etc.

En relación con la pregunta de que si es necesario ofrecer un servicio orientado o incluso exclusivo al público gay, Germán explica su opinión. Comenta que “aunque la política es favorable a este colectivo, es dudoso que la sociedad esté al nivel de la política. Cada año hay aproximadamente 1.000 denuncias y está claro que aún falta mucho para la igualdad, siguen habiendo agresiones verbales e incluso físicas en la actualidad. Dado este problema actual, el colectivo gay necesita lugares específicos donde puedan estar a gusto y tranquilos sin cabida a una situación incómoda. Lo ideal es que estuviera normalizado en la época en la que nos encontramos, pero hasta que esto no ocurra, existirán lugares donde esta comunidad esté bien”.

En sitios como Barcelona, locales similares a Zona Krampack, están expuestos públicamente y con mucha promoción, en comparación con Sevilla. Germán, para ubicar el negocio, tuvo que buscar una calle discreta, sin ningún distintivo gay y muy discreto. Y esto tuvo que ser así, primeramente por los propios clientes que piden discreción, y además por el entorno, dado que no ven normalizadas estas prácticas.

En cuanto a la promoción en los medios, actualmente Zona Krampack se encuentra en las redes sociales. Al principio, invirtió mucho dinero en promoción en los medios de publicidad específicos, los cuales no le dieron muchos beneficios. No se puede decir lo mismo de la publicidad en periódicos como el ABC, en sección de contacto, que comenta que es el medio que mayor promoción le ha dado en la ciudad de Sevilla.

2.5 AGENCIAS

Según el trabajo de campo realizado, han sido pocas las agencias encontradas en Sevilla, bien por la poca promoción que se les ha dado, bien por la propia inexistencia de ellas.

La más importante y que mayor repercusión ha tenido es Ishtar. Se encuentra en la calle Canalejas.

Esta empresa se dedica exactamente a cubrir las necesidades que tienen las personas cuando están libres de compromiso sentimental. Entienden que las personas cuando están libres de compromiso sentimental tienen prácticas distintas a cuando no. En estas líneas, tienen dos métodos de actuación: organización de actividades para solteros y agencia matrimonial.

En primer lugar organizan actividades de ocio, culturales, al aire libre, viajes, excursiones, escapadas, etc. para personas solteras que van a pasar unos días de ocio en Sevilla. Esto provoca encuentros amenos entre personas homosexuales con gustos parecidos, con lo cual realizan una doble labor, tanto de organizar la estancia, como de coaching⁷. Los clientes que acuden a la agencia buscando este servicio suelen ser extranjeros, dado que no conocen la ciudad y necesitan a alguien que les diseñe el recorrido idóneo.

Además tienen una agencia matrimonial para las personas que están buscando pareja de forma estable. Es la única agencia matrimonial orientada al colectivo LGBT existente en Andalucía. En la agencia matrimonial, trabajan mucho con las personas, para presentar personas realmente afines. La mayoría de las personas que acuden a la agencia son locales.

Según Aurelio, director de la agencia, comenta que el hecho de que el turista gay tiene un poder adquisitivo alto es posiblemente un mito. Una particularidad del turista gay suele ser que viaja solo mayoritariamente (es soltero) y no tiene cargas familiares con lo cual el gasto suele ser más alto. Pero de igual manera puede ocurrir con un turista heterosexual soltero.

También explica que, según su opinión, el turista gay que acude a Sevilla suele tener un nivel cultural medio-alto y quiere conocer la oferta cultural. Además en el resto del tiempo, busca sitios de ambiente donde se encuentre a gusto y cómodo y si encarta pueda mantener relaciones sexuales. Pero aclara que eso no lo diferencia de un turista

⁷Método de apoyo que consiste en acompañar e instruir a una persona para conseguir un determinado objetivo, en este caso, encontrar pareja.

heterosexual, puesto que éste último, en las mismas condiciones, también pueda mantener relaciones sexuales si surge, sin tener que ser homosexual.

De manera paralela a toda esta oferta, hay lugares públicos en Sevilla, llamados sitios de cruising donde los gais mantienen directamente relaciones sexuales sin ninguna seguridad, ni discreción, simplemente accediendo al sitio. Suelen ser aparcamientos, campos o aseos públicos entre otros.

Esta es la oferta orientada al colectivo gay que se puede encontrar en Sevilla, la cual no es poca.

4.3 DEMANDA TURÍSTICA GAY EN SEVILLA

Es sabido que la realización de trabajo de campo dirigido al conocimiento del turista es difícil puesto que reúne unas características determinadas: en primer lugar, la estancia del turista suele ser un intervalo de poco tiempo; en segundo lugar, busca tiempo de ocio, sin cabida a encuestas y, menos, a entrevistas durante su estancia.

La dificultad del trabajo de campo aumenta aún más ante turistas homosexuales, puesto que en adición a lo anterior, hay que identificar a este turista como homosexual; que reconozca su orientación sexual y por último que esté dispuesto a responder preguntas de esta categoría, sabiendo que una particularidad del turista gay suele ser la discreción.

Por lo tanto este análisis resulta más complejo, porque hay que identificar al turista perteneciente al colectivo LGBT, e incluso cuando ha sido identificado, tiene que estar dispuesto a responder preguntas relacionadas con sus prácticas en relación con su orientación sexual.

Por todo ello, en este estudio se hace una aproximación a la demanda de los turistas gais en Sevilla mediante cuestionarios realizados a personas de este colectivo. Las preguntas realizadas en este cuestionario se pueden ver en el anexo 1.

La muestra la forma un total de 22 sujetos de diferentes nacionalidades, todos ellos homosexuales. A continuación, vamos a analizar las preguntas más relevantes, con lo cual, un resultado aproximado de las encuestas sería:

En cuanto a la nacionalidad, 14 sujetos son de Sevilla, es decir, un 63,63%, por lo que los restantes 8 son extranjeros, un 36,37%. Las edades oscilan entre un mínimo de 22 años y un máximo de 35. La gran mayoría realiza un turismo cultural, de diversión o natural. Más de la mitad (12 personas) admite que existen distintos tipos de turistas gais e incluso algunos de ellos se identifican con una categorización. 13 personas consideran que Sevilla es un destino turístico gay y un destino amigable con el turismo gay. La mayoría de estos sujetos aclara que el turista gay busca en Sevilla sobre todo ocio y diversión. La inmensa mayoría afirma que la oferta turística orientada al colectivo gay es bastante pobre. El grueso de establecimientos que conocen estos sujetos son discotecas y pubs de ambiente. Por último, es interesante que solo 2 personas conocen alguna guía de turismo gay para la ciudad de Sevilla.

Ciertamente, reconocemos que esto es sólo una aproximación a las prácticas de los turistas gais, dado los siguientes aspectos: primeramente, la muestra no es muy amplia; sólo se cuenta con 22 personas y en segundo lugar, hay parte de la muestra que es local (de Sevilla), no toda es extranjera. No obstante, los resultados de este primer acercamiento nos ayudan a conocer un atisbo de lo que puede ser la compilación de las prácticas turísticas gais en la ciudad de Sevilla.

Además, es importante aclarar que siempre se hace una aproximación a estas prácticas; es difícil saber con certeza cuáles son todas las actuaciones de los turistas en el lugar que visite, puesto que dependerá en mayor medida del destino, de la persona, de la procedencia, de la cultura adquirida, y otros muchos factores que escapan a los objetivos de este trabajo.

Por último y no menos importante, está la opinión de las personas responsables de la oferta que existe en Sevilla, que son realmente los que se encuentran en contacto continuo con este colectivo y mejor lo puede conocer. Como un resumen de la opinión de los empresarios entrevistados, se puede decir que el turista gay busca en Sevilla una oferta cultural y además zonas de ambiente, donde quizá pueda surgir mantener relaciones sexuales. No es exclusivo a la persona homosexual, la búsqueda de relaciones sexuales, pues más bien podría decirse que esta motivación puede ser compartida por cualquier ser humano, sin distinción de raza, género u orientación sexual.

5 CONCLUSIONES

Podemos apreciar que España es un destino amigable con el colectivo LGBT. Tiene seis destinos consolidados como destinos gays y otros muchos labrando su camino hacia este objetivo. Esto es así, gracias a la oferta tan amplia de la que España dispone en todo su territorio, para todos los colectivos turísticos, sin distinción de orientación sexual. Además, es un país donde la comunidad gay se puede sentir cómoda sin miedo al rechazo, puesto que está legalmente establecido para que eso sea así. Es necesario matizar que todavía existe homofobia, la cual se puede apreciar en el ejemplo de Sevilla, con la marginación de algunos locales situados en zonas periféricas.

En cuanto a la ciudad, objeto de estudio, se puede decir que es un destino “en vías de desarrollo turístico gay”. No es un destino consolidado. Y esto es así por los siguientes motivos:

1. Podemos decir que hay una oferta orientada variada, la cual no es exclusiva. Según los empresarios del sector entrevistados, Sevilla no es un destino turístico gay como tal, puesto que la principal oferta turística es la cultural/monumental y sería muy complicado hacer competencia a esta oferta. Sí podría verse la oferta turística gay como complementaria a la cultural, pues es un hecho el que los turistas en su tiempo libre buscan zonas de ambiente donde sentirse cómodo. Con lo cual, Sevilla, como hemos visto anteriormente, dispone de recursos culturales muy atractivos para un colectivo LGBT exigente, con un nivel cultural medio-alto que, además, busca una oferta complementaria gay a esta oferta cultural.

2. Mucha de la oferta turística gay está orientada a crear condiciones para facilitar las prácticas sexuales, aunque no toda. Hecho que no significa que el turista homosexual busque tener sexo en Sevilla como una prioridad, ni que Sevilla sea un destino sexual para homosexuales.

3. También es cierto que la oferta turística gay en Sevilla puede mejorar, dado que se limita a los establecimientos y festivales mencionados anteriormente.

Existen varios problemas que pueden ser el motivo de la situación actual en Sevilla.

1. Primeramente, uno de los problemas de Sevilla en cuestión al sector de actividad gay es la falta de una oferta más consolidada. Es necesario una oferta de establecimientos más amplia y variada para suplir las necesidades de este colectivo.

2. Otro de los problemas de Sevilla es la falta de apoyo o la poca relevancia y continuidad de las iniciativas por parte de las instituciones públicas. Son escasas las ayudas que ofrecen las instituciones públicas a este sector, si bien en la actualidad se reducen a ayudas en la organización del Orgullo gay únicamente, según los empresarios de este sector. Con respecto a las guías mencionadas anteriormente, la del Consorcio (2006) y la de la Diputación (2014), ninguno de los establecimientos citados tenían constancia de la existencia de estas guías, hecho que deja ver la escasa publicidad y promoción realizada. Muchos de los empresarios comentan que estas guías no son prácticas si, en este caso, las instituciones públicas no contactan con los establecimientos orientados a este público.

3. Por último, otro de estos problemas es la carencia de organización dentro del sector, es decir, falta de apoyo entre los empresarios que trabajan para el mismo público, la comunidad gay. Puesto que existe una verdadera falta de compromiso por parte de las instituciones públicas, lo idóneo sería que las propias empresas se ayuden entre sí para promocionarse de alguna manera. A lo único que han llegado a ponerse de acuerdo es en la realización de la guía “Entiende Sevilla”, cuyos resultados no han sido los esperados.

De alguna manera, también ha tenido repercusión en las prácticas de los turistas gays, el auge de las aplicaciones para flirtear entre personas del mismo sexo (Bender, Grindr, etc).

Estas aplicaciones para móviles han hecho que las prácticas de ligar no se mantengan tanto in situ, sino más bien de manera virtual, con lo cual reduce bastante las interacciones entre personas homosexuales en locales como éstos.

BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, R.; Valcuende del Río, J.M. (2014): “Globalización y diversidad sexual, gais y mariquitas en Andalucía”, *Gaceta de Antropología*, 30 (3).
- Guasch, O. (2000) *La crisis de la heterosexualidad*. Laertes, Barcelona.
- Guasch, O. (1995) *La sociedad Rosa*. Anagrama, Barcelona.
- Hernández-Ramírez, J. (2012): “La ciudad reencantada. Transformaciones urbanas y nuevas tendencias turísticas.” En: Castellanos, Alicia y Machuca, Jesús Antonio (Coord.) *Turismo y Antropología: miradas del Sur y el Norte*, 113-136.
- López, A.; Carmona Mares, R. (2008): “Turismo sexual masculino-masculino”, *Teoría y Praxis*, 5, 99-112.
- Kottak, P.C. (2011) *Antropología Cultural* (decimocuarta edición). McGraw-Hill, México.
- Lacaba, J.J. (2004): “Sitges (Catalunya) y el carnaval gay: el turismo y sus nuevos peregrinajes” *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*, 1, 111-124.
- Valcuende del Río, J.M.; Cáceres Fera, R. (2014): “Bricheros: sexo, raza y etnicidad en contextos turísticos”, *Revista de estudios sociales*, 49, 72-86.
- Valcuende del Río, J.M.; Sabuco, A. (2003): “La “homosexualidad” como representación hiperbólica de la masculinidad”, En: Blanco y Valcuende (Coord.) *Hombres: la construcción cultural de las masculinidades*, 1, 135-154.

ANEXO 1

Cuestionario realizado para la demanda turística gay en Sevilla.

¿Eres de Sevilla?

¿Qué edad tienes?

¿Qué tipo de turismo realizas cuando viajas?

¿Cuál es la principal atracción del destino turístico que te motiva a viajar?

¿Piensas que existen distintos tipos de turistas gais?

¿Te incluirías en alguna de las opciones anteriores?

¿Cuáles son las características de los turistas gais?

¿Crees que Sevilla es un destino turístico gay?

¿Qué crees que busca el turista gay en Sevilla?

¿Es Sevilla un destino abierto al turismo gay?

¿Cómo es la oferta turística gay en Sevilla? ¿Hay una oferta orientada al turista gay?

¿Cómo se podría mejorar la oferta turística gay actual en Sevilla?

¿Qué sitios conoces en Sevilla que sean orientados al colectivo gay?

¿Conoces alguna guía de turismo gay para la ciudad de Sevilla?