

¿UN PLANETA FUERA DEL ARMARIO? LA VISIBILIDAD GAY COMO OBJETO DE ESTUDIO GEOGRÁFICO

Víctor Fernández Salinas

Depto. de Geografía Humana de la Universidad de Sevilla (España)

salinas@us.es

¿Un planeta fuera del armario? La visibilidad gay como objeto de estudio geográfico (Resumen)

Este artículo propone una metodología básica para establecer la visibilidad gay masculina en los países y principales ciudades del mundo basada en la naturaleza y composición de sus referencias gays. El análisis de estas referencias se basa en la distribución de los principales lugares de referencia gay y su carácter (satisfacción sexual, sociabilidad y disponibilidad de servicios comerciales, turísticos e institucionales). El principal objetivo es interpretar los grandes contrastes regionales que afloran al analizar el grado de visibilidad de la comunidad gay en el mundo y la distribución y naturaleza de los locales y otras referencias espaciales de interés para este colectivo.

Palabras clave : Geografía y homosexualidad, Visibilidad gay, referencias espaciales gays.

A planet that comes out? Gay visibility as a geographical issue (Abstract)

This article proposes a basic methodology to establish categories of gay masculine visibility in the countries and principal cities of the world based on the nature and composition of their gay references. The analysis is based on the distribution of the principal places of homosexual reference and their character (sexual satisfaction, sociability and availability of commercial, tourist and institutional services). The main aim is to interpret the vast regional contrasts that emerge when analyzing the visibility degree of the World gay community and the distribution and nature of the meeting places and other interesting spatial references for this group.

Key words : Geography and homosexuality, Gay visibility, gay spatial references.

Fundamentos conceptuales y metodológicos

La comunidad gay y los geógrafos

De qué se habla cuando se cita a la *comunidad gay*. Este colectivo dista mucho de ser un grupo homogéneo y con intereses comunes (Fernández Alemany y Sciolla., 1999). El protagonismo que los colectivos gay han adquirido en muchos países durante los últimos decenios ha venido a demostrar que lejos de ser un grupo con una identidad clara, se trata de un conjunto de grupos con distintas fórmulas de integración, socialización y aceptación propia. La riqueza de planteamientos y las estrategias para exigir las aspiraciones colectivas gays han contribuido a que las instancias públicas hayan comenzado a asumir estas reivindicaciones, especialmente en las sociedades occidentales (Boone *et al.*, 2000). La Geografía Cultural y Social posee ya un corpus de publicaciones notable que expresa su interés por estos procesos desde hace más de tres decenios, aunque estos trabajos se han multiplicado desde los años noventa (Brown, 2000; Browning, 1996; Bell y Valentine edit., 1995; Colomina, 1992). No podía ser de otra forma, el espacio es una de las claves para desarrollar prácticas que han estado prohibidas o malvistas socialmente y que utilizan el lugar como expresión de reconocimiento secreto entre iguales. A partir de la relación entre espacio y comunidad gay se pueden explicar algunos de los rasgos más expresivos del cambio sociocultural global de los últimos decenios. La geografía posee en las referencias espaciales de la comunidad gay un instrumento valioso con el que conocer estos cambios y en qué media afectan a las distintas regiones y estados del planeta (Knopp, 2004). A la contra, la *Queer Theory* (a través de la llamada *Queer Geography*, Taylor, 1997) y la comunidad gay en general obtienen del pensamiento geográfico criterios y argumentos básicos en sus reivindicaciones sociales y de activismo político (Weightman, 1981). Incluso podría hablarse de una reacción que lleva a la autocrítica en el seno de los colectivos gay, dado que ya no sólo se habla de una única comunidad gay marginada en todo el planeta, sino también de cómo determinadas culturas gay alteran y destruyen los códigos y expresiones locales de otras comunidades gay (Nast, 2002; Mumford, 1996). En los últimos años han aparecido trabajos que cuestionan el sesgo occidental, neocolonial, masculino, juvenil y racista de los patrones homosexuales. Los códigos y terminología al uso (*gay*, *queer*, *pink*, *leather*, *bear* ...) remiten casi invariablemente a un origen anglosajón y, de forma más precisa, estadounidense. Y esto es válido para los dos arquetipos más representativos del perfil homosexual que difunde esta cultura; en ambos casos individuos de género masculino y origen caucásico, aunque bien contrastados: el primero vendría representado por un varón joven entre 18 y 30 años, de complejión deportiva y de aspecto muy cuidado –atractivo, sin arrugas, sin vello, sin grasa- y, el segundo, un varón entre 30 y 50 años de complejión fuerte y de porte que puede llegar a ser desaliñado, velludo, rudo y sin ningún signo de amaneramiento –códigos *oso* o *bear*-. En este perfil la atracción la ejerce el arquetipo de virilidad y es frecuente que los individuos posean, además de sobrepeso, una vestimenta relacionada con artículos de cuero –codigo *leather*-, uniformes o vestimenta de oficios considerados duros. La monocultura *gay* global ha borrado buena parte de los matices y trazas de microculturas homosexuales nacionales o locales, minusvaloradas, desconocidas o simplemente inexistentes antes de la llegada masiva, sobre todo desde la implantación de internet, de la nueva cultura gay.

En España llama la atención que, pese a los logros obtenidos por los grupos activistas y que ha llevado a la equiparación de los derechos de las parejas formadas por individuos del mismo sexo con las de individuos pertenecientes a géneros distintos, la literatura geográfica ha producido muy escasas obras. Son pocas, aunque sin duda interesantes. Destacan los trabajos de Xosé Manuel Santos Solla, algunos publicados ya hace diez años y que hacen de este autor el que ha planteado de forma más continuada su apuesta por incorporar los contenidos relacionados con la homosexualidad al debate geográfico español (Santos, 1998, 2002 y 2006). Emilia García Escalona es la autora de una de las obras más conocidas relacionada con la comunidad homosexual y que se centra en la consolidación del carácter gay del barrio de Madrid que se ha convertido en el icono espacial básico de las referencias gays españolas: Chueca (García, 2000). Albert Arias Sans posee un interesante

trabajo de investigación no publicado titulado *Framing queerness in the post-industrial city*, en el que selecciona como casos de estudio las ciudades de Ámsterdam y Barcelona. Con una perspectiva más territorial se encuentran los estudios del autor de este artículo que se centran en la distribución y carácter de las referencias homosexuales masculinas en las comunidades autónomas y provincias españolas de un lado, y en la dimensión urbana de estas referencias gays de otro (Fernández Salinas, 2007a y 2007b). Con todo, el panorama científico no es muy alentador si se compara con la producción geográfica de otros países o, incluso, con la producción sobre contenidos relacionados con la homosexualidad desde otras disciplinas en España. Llama la atención no sólo la escasa producción de libros y artículos, sino también la ausencia de proyectos de investigación, de tesis doctorales y de ponencias y comunicaciones en los encuentros científicos más frecuentados por la comunidad geográfica española.

Por último, es importante señalar que, a efectos de este trabajo, el aspecto que caracteriza a la comunidad gay es el hecho de que los individuos que la componen satisfacen una serie de necesidades o demandas (físicas, sociales, comerciales o de atención e información) destinadas principalmente a personas del mismo género y, más específicamente, del masculino (el término *gay* hará referencia exclusiva a este género). En este sentido, no todos los homosexuales satisfacen estas necesidades, cuando lo hace, acudiendo a lugares y locales de reconocido carácter gay (por lo que no son considerados miembros de la comunidad gay). De todos es sabido que muchas personas de esta orientación (por convencionalismos sociales –miedo al rechazo familiar, laboral, del círculo de amistades o simplemente temor al ridículo–, por convicciones religiosas o por otras razones) no desarrollan prácticas sexuales con personas de su mismo género o, en el caso de hacerlo, pueden contactar por otros medios y no acuden a los lugares objeto de este estudio (*chats*, secciones de contactos en medios de comunicación o simplemente en la vida cotidiana).

Por lo tanto, se entiende por *comunidad gay* aquel grupo social que sí satisface alguna demanda o necesidad en espacios que poseen un reconocimiento específico por parte de este colectivo. Se trata de un amplio espectro social que abarca desde individuos que se reúnen en locales de grupos activistas hasta aquellos otros que esporádicamente, y dentro de una vida social de absoluta negación u ocultación de sus tendencias sexuales, satisfacen sus necesidades en determinados lugares que ofrecen discreción. El término *gay* se consolidó en el mundo anglosajón y se usa referido tanto a los homosexuales en sentido amplio, como, más específicamente, a aquellos que mantienen una actitud reivindicativa (Ingram, Bouthilette y Retter, eds., 1997). En este trabajo el término *gay* se plantea con una acepción intermedia, ya que se tiene como tal al hombre que desarrolla -con mayor o menor visibilidad, con mayor o menor conocimiento de su entorno familiar, amistoso o laboral- prácticas de carácter homosexual en espacios reconocibles y concretos.

El carácter de los espacios de frecuentación gay

Este trabajo pretende aportar claves desde la geografía con que identificar distintos niveles de aceptación gay y de desarrollo social a partir del número y carácter de las referencias gay que se pueden identificar en los distintos países del planeta. Se trata de una metodología la que se propone susceptible de ser aplicada en distintas escalas, aunque en este caso se opta por la escala planetaria para poder sustentar con datos objetivos los distintos grados de visibilidad que habitualmente se otorgan a distintos países sin criterio claro y contrastable. En este sentido, se propone que sea la propia motivación que lleva a los espacios de frecuentación gay la que sirva como referente. Esta motivación puede responder a la necesidad de: a) obtener satisfacción sexual, b) desarrollar actividades de sociabilidad, c) realizar compras o contratar servicios, d) alojarse durante los viajes en establecimientos hosteleros abiertamente receptivos a clientes homosexuales o e) recibir información y ayuda en grupos o instituciones de apoyo.

Las cinco categorías no son estancas, sino que con frecuencia en un mismo lugar se puede obtener satisfacción a dos o más de las motivaciones expuestas.

- *Satisfacción sexual*. Esta categoría incluye lugares de referencia gay en los que el principal objetivo de su frecuentación es la satisfacción sexual. Se pueden distinguir dos tipos según su carácter: a) los *lugares de encuentro informal*, que son espacios públicos abiertos (parques, paseos, playas, etcétera) o de acceso libre (centros comerciales, estaciones ferroviarias o de autobuses, etcétera) y b) lugares donde la satisfacción sexual implica una contraprestación económica que, o bien está directamente ligada a un servicio sexual (prostitución), o bien lo está indirectamente ya que la actividad sexual se realiza en un local en el que hay abonar una entrada a cambio de una mayor privacidad. En estos casos el pago se relaciona con la prestación de un servicio (entrada a un cine o sauna, visionado de una película en un sexshop, etcétera), aunque el pago lo que permite realmente es la satisfacción sexual en el local en la que se desarrolla el servicio.

- *Necesidades de sociabilidad*. En los bares y discotecas, además de tener acceso al encuentro con personas con las que satisfacerse sexualmente, lo más destacado en ellos es la posibilidad de desarrollar actividades sociales. Estos locales se identifican como los primeros espacios de sociabilidad que aparecen en cuanto una comunidad gay empieza a tener un determinado peso específico en una ciudad. Hay además otros locales en los que las actividades sociales son las dominantes y las sexuales no suelen estar presentes; tal es el caso de los restaurantes, a los que se suele acudir en compañía de amigos, o de los gimnasios, en los que la afinidad en la orientación sexual también termina creando condiciones de sociabilidad.

- *Satisfacción de servicios comerciales y profesionales*. Los servicios que surgen antes en una ciudad identificados con la comunidad gay suelen estar relacionados directamente con el sexo (sexshops y videoclubs sobre todo); pero cuando se produce una cierta consolidación de la comunidad y mejoran sus condiciones de visibilidad aparece todo un vasto mundo de locales y profesionales que incluye desde aquellos servicios más cercanos a los grupos activistas (librerías especialmente) a aquellos otros más vinculados a los artículos de vestir, belleza, agencias de viaje, etcétera.

- *Alojamiento turístico*. Los servicios hoteleros tienen una consideración distinta del resto de los servicios a la comunidad gay ya que se trata de establecimientos que se destinan prioritariamente a clientes que proceden de otros lugares. El tipo de espacios en los que suelen aparecer estas instalaciones es principalmente en núcleos turísticos de playa y en las grandes ciudades (Waitt y Markwell, 2006; Puar edit., 2002).

- *Búsqueda de información y apoyo*. La obtención estos servicios no lucrativos se realiza sobre todo a partir de: a) asociaciones, que evidencian la capacidad organizativa de la comunidad gay de una ciudad o de un país, y b) de instituciones públicas. Se pueden diferenciar en ambas categorías entre servicios de carácter general y aquellos de carácter más específico orientados a determinados grupos gays (*osos*, seropositivos, etcétera) o a personas de su entorno, especialmente a familiares.

Los grados de visibilidad gay

El análisis de los lugares de frecuentación de la comunidad gay, especialmente a partir del carácter de estos lugares y los motivos de su frecuentación, permiten establecer qué territorios y ciudades poseen actitudes sociales más abiertas y cuáles siguen siendo más sensibles a los prejuicios y actitudes homófobas, aún vigentes en mayor o menor medida en la práctica totalidad de las regiones del planeta (Gates y Ost, 2004).

La *visibilidad* y la estructura que determina el carácter de los lugares de interés gay de un territorio son esenciales para determinar el grado de madurez y la capacidad de la comunidad gay para organizarse y reclamar –y conseguir– situaciones de igualdad. La ausencia de visibilidad hace a los colectivos más vulnerables, por lo que se reclama por parte de los grupos activistas hacerse visible, o lo que en el lenguaje coloquial ha venido en llamarse *salir del armario*. Desde el punto de vista geográfico, se propone establecer las siguientes categorías de visibilidad aplicadas al territorio:

- **Visibilidad amplia.** En esta categoría aparecen los países en los que aquellos miembros de la comunidad gay que lo desean no tienen problemas para expresarse y desarrollar actividades relacionadas con sus intereses individuales ni colectivos. Para ello tienen pocas o ninguna trabas legales, menos cortapisas culturales e, incluso, cuentan con apoyo de las administraciones públicas (al menos en los entornos más urbanos, ya que de una forma u otra estas cortapisas siguen presentes incluso en los países más avanzados). Se trata de países en los que las referencias de la guía *Spartacus* a este tipo de servicios superan normalmente el 10 por ciento del total (bien de carácter comercial o no lucrativo). En estos países, el número de referencias de interés gay por millón de habitantes es igual o superior a 10.
- **Visibilidad media.** Esta categoría es aplicable a aquellos países en los que se ha consolidado un sistema estable y con número considerable de espacios de relación social, sobre todo a partir de bares y discotecas. Los países que pertenecen a ella se pueden dividir en dos grandes ámbitos bien contrastados: a) los países en los que estos sistemas se han desarrollado por y para la población local y b) aquellos otros en los que el sistema aparece vinculado al desarrollo del turismo. En este caso, las referencias a locales de sociabilidad suelen superar el umbral del 30 por ciento del total de referencias, además de que superan la cifra de 4 referencias gay por cada millón de habitantes.
- **Visibilidad reducida.** Esta categoría incluye aquellos países en los que resulta posible identificar referencias espaciales de interés gay, aunque por lo general no muy numerosas ponderadas en relación con la población y que, además, suelen ser mayoritariamente referencias relacionadas con la satisfacción sexual; aunque en alguno de estos países también existen, al menos en sus ciudades mayores, locales de sociabilidad. Se han considerado países de visibilidad reducida aquellos con presencia poco significativa de referencias de interés gay (inferior a 2 por millón de habitantes) y entre las cuales son muy abundantes (superando el 40 por ciento) las relacionadas prioritariamente con la satisfacción sexual.
- **Visibilidad nula.** Propia de sociedades en las que las prácticas homosexuales son ilegales y pueden comportar penas de cárcel u otros castigos. En este tipo de sociedades, aunque haya personas que realizan prácticas sexuales con individuos de su propio género y aunque también existan *lugares de encuentro informal*, resulta muy difícil obtener constancia escrita de la existencia de referencias espaciales de interés gay. Los sitios y las pautas secretas de encuentro son sólo conocidos por las poblaciones locales, cuando existen. Se trata de una realidad propia de países en los que los derechos humanos no están asegurados. A efectos de este trabajo pertenecen a esta categoría aquellos países en los que no existe ninguna referencia espacial explícita en la guía *Spartacus*, que tal y como se explica más adelante es la principal fuente de datos.

En consecuencia, y a partir de todo lo anterior, en las sociedades más atrasadas sólo existen *lugares de encuentro informal* –conocidos o no explícitamente en canales de información gay- y a medida que se trata de sociedades más progresistas, cobran importancia distintos tipos de servicios, primero los relacionados con actividades hosteleras que facilitan la relación social y, finalmente, se complementan con otros servicios comerciales, profesionales e institucionales (relacionados con la capacidad de organización y reivindicación de los grupos gay y de la cobertura que como respuesta desarrollan las administraciones públicas). En otras palabras, las prácticas homosexuales en sociedades atrasadas sólo se identifican con la satisfacción sexual secreta mientras que en las avanzadas la condición sexual no se esconde y se hace visible en numerosas actividades de la vida social y pública del individuo.

¿Fuentes? ¿Qué fuentes?

Entre los aspectos más problemáticos a la hora de analizar los lugares relacionados con las prácticas homosexuales se encuentra el de las fuentes. La información sobre la tendencia sexual de cada persona –considerada parte de la intimidad individual- es un aspecto que difícilmente puede ser analizado más allá de referencias demasiado escasas; sobre todo a partir de informes o publicaciones sobre el comportamiento sexual que han sido bastante habituales desde que hiciera aparición el clásico informe Kinsey en 1948, pero demasiado genéricos para una lectura territorial o que profundice en la relación entre homosexualidad y espacio (Mackay, 2000). Los trabajos que analizan la relación entre espacio y homosexualidad se suelen basar, en el mejor de los casos, en encuestas o, muy frecuentemente, en opiniones más o menos fundadas. Y si existen dificultades respecto a los aspectos más generales, más difícil resulta establecer matices en el colectivo (diferenciación entre cuestiones específicas de la homosexualidad masculina o de la femenina, porcentajes de individuos que asumen su condición homosexual y de aquellos otros que deciden mantenerla en secreto, etcétera).

Las conocidas como *guías gay* han proliferado durante los últimos años. Si bien plantean una visión no siempre homogénea y exhaustiva de los principales lugares en los que se desarrollan prácticas y se ofrecen servicios para la comunidad homosexual, son de hecho la única fuente que permite conocer con un cierto detalle y pormenor lugares concretos y, además, ofrecen la posibilidad de proyección cartográfica. La más tradicional, y de carácter internacional, es la guía *Spartacus* (de la que se ha utilizado la edición 2006, 35ª edición), que viene publicándose en Alemania desde hace más de treinta años y que maneja 16.667 referencias localizables en el espacio de interés gay a lo largo del planeta. En consecuencia, los datos objeto del análisis a escala mundial en este trabajo se basan en la explotación de esta fuente.

Aspectos generales sobre la relación espacio y comunidad gay en la escala planetaria

La escala de las grandes regiones sociopolíticas del planeta

Cuando se observa la distribución de referencias de interés gay en el planeta, se comprueba una realidad que refleja grandes diferencias en el comportamiento entre sus regiones y países; diferencias que no sólo se miden numéricamente respecto al número de lugares de interés gay que existen en ellas, sino también a la composición y el carácter de estos lugares. Así, se puede hablar de distintas categorías territoriales respecto al desarrollo y visibilidad de lugares de referencia gay. De cualquier forma, el conjunto de países en el que se puede hablar de condiciones de visibilidad amplia se trata de un ámbito espacial reducido en la escala planetaria. En el cuadro 1 se aprecia cómo casi siete de cada 10 referencias se localiza en algún país de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) de ingresos altos; o lo que es lo mismo, la mayor parte de las referencias se concentra en los países de la Europa Occidental y en Norteamérica, con dos zonas secundarias en Iberoamérica y en el Sudeste Asiático-Oceanía. De hecho, en estas cuatro regiones mundiales se reúnen 9 de cada 10 referencias, repartiéndose el escaso resto por una gran cantidad de países del resto de Europa, de la mayor parte de Asia y de toda África. Si además se pondera el número de referencias con la población, el resultado es aún más restrictivo: si la media mundial es de 2,64 referencias por millón de habitantes y región, sólo superan esta media los citados países de ingresos altos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y otros países de las Naciones Unidas (que son pocos y la mayor parte de ellos de pequeña extensión y poca población: Andorra, Israel, Liechtenstein, Malta, Mónaco, San Marino y Vaticano).

Cuadro 1. Número de referencias gay en las grandes regiones socio-políticas

Región planetaria	Número total	Porcentaje sobre el total planetario	Porcentaje acumulado	Referencias por cada millón de habitantes
Países OCDE de ingresos altos	11.474	68,84	68,84	13,21

América Latina y Caribe	2.070	12,42	81,26	3,81
Asia Oriental y Pacífico	1.374	8,24	89,50	0,70
Europa Oriental y antigua CEI	983	5,90	95,40	2,41
África subsahariana	266	1,60	97,00	0,41
Países Árabes	166	1,00	98,00	0,55
Europa Meridional	149	0,89	98,89	2,07
Asia Meridional	113	0,68	99,57	0,08
Otros países de la ONU	72	0,43	100,00	10,29
Planeta	16.667	100,00	100,00	2,64

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia

Ya en esta escala de observación se confirma una de las premisas básicas de este trabajo: la regresión de las referencias gay que tienen que ver únicamente con la satisfacción sexual a medida que se incrementan las condiciones de visibilidad (cuadro 2). La excepción la plantea el África subsahariana, en la que aparece un porcentaje de referencias a espacios de satisfacción sexual muy bajo (26,44 por ciento). La visibilidad gay es tan baja en esta parte del mundo que ni siquiera se recogen en la guía este tipo de lugares –aunque sin duda existan–; al contrario, esta región del planeta presenta un importante porcentaje de referencias respecto a alojamientos turísticos de interés gay. De esto se deduce que no sólo hay pocas referencias explícitas de carácter gay, sino que una buena parte de las existentes está dirigida a clientes gay que proceden de otras regiones del planeta. Es sin duda el ámbito planetario con grado de visibilidad más reducido. En el resto de las regiones mundiales, se observa que cuanto menor es la visibilidad, mayor son las referencias a espacios de satisfacción sexual. En cambio, cuanto mayor es dicha visibilidad, los espacios de sociabilidad y otros servicios están más presentes, siendo la región más dotada aquella que componen los países desarrollados de la OCDE, especialmente Estados Unidos-Canadá y la Europa Occidental.

Cuadro 2. Porcentaje de espacios según el tipo de motivación que suscitan en las grandes regiones socio-políticas

Región planetaria	Espacios de satisfacción sexual	Espacios de sociabilidad	Locales comerciales y profesionales	Alojamientos turísticos	Locales de asociaciones y servicios no lucrativos	Total
África subsahariana	26,44	40,92	5,64	30,82	6,02	100,00
Países desarrol. OCDE	31,11	41,33	8,49	13,53	5,53	100,00
América Latina - Caribe	37,73	42,55	4,01	11,45	4,26	100,00
Asia Oriental y Pacífico	37,84	45,28	3,20	10,63	1,52	100,00
Otros ONU	43,05	31,94	1,39	6,95	16,67	100,00
Europa Oriental y CEI	44,96	31,23	5,19	6,00	12,62	100,00
Asia Meridional	55,75	14,17	4,42	10,62	15,04	100,00
Europa Meridional	59,73	29,53	2,01	7,39	1,34	100,00
País. Árabes	60,85	29,52	-	7,83	1,80	100,00
Media del planeta	34,10	40,62	7,06	12,71	5,51	100,00

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia

La escala estatal

La escala estatal permite matizar mucho mejor las distintas situaciones de visibilidad gay en el planeta. Para empezar, el carácter de concentración de las referencias gay es el hecho que se refleja de forma más patente en cuanto se observan la figura 1 y los datos del cuadro 3. En la figura se obtiene una buena visión de la distribución de referencias gay entre los distintos países del planeta y de cómo ésta se concentra en Europa (sobre todo en la occidental y central), en Norteamérica, en algunos países sudamericanos y en el este y sudeste asiático. África aparece como un desierto de referencias gay si se exceptúan Sudáfrica, el único país que tiene una presencia de cierto significado, y algún otro país con presencia muy débil.

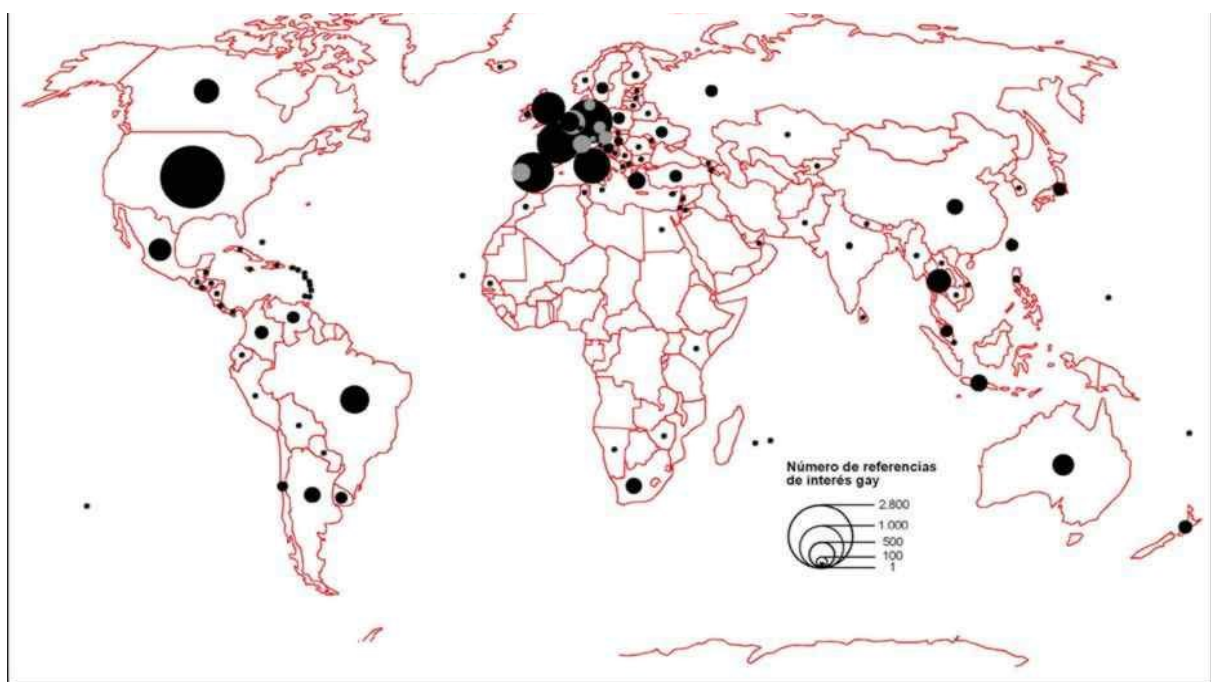


Figura 1. Número de referencias de interés gay por países

Esta realidad, además, no cambia si se pondera el número de referencias gay en razón de la población de cada país. En la figura 2 se observa cómo de nuevo son las mismas áreas las que salen reforzadas y de nuevo existe un gran vacío sobre el mapa mundial que indica la escasa presencia de referencias gay también en relación con la población que habita cada país en la mayor parte de África y de los países asiáticos del área cultural islámica.

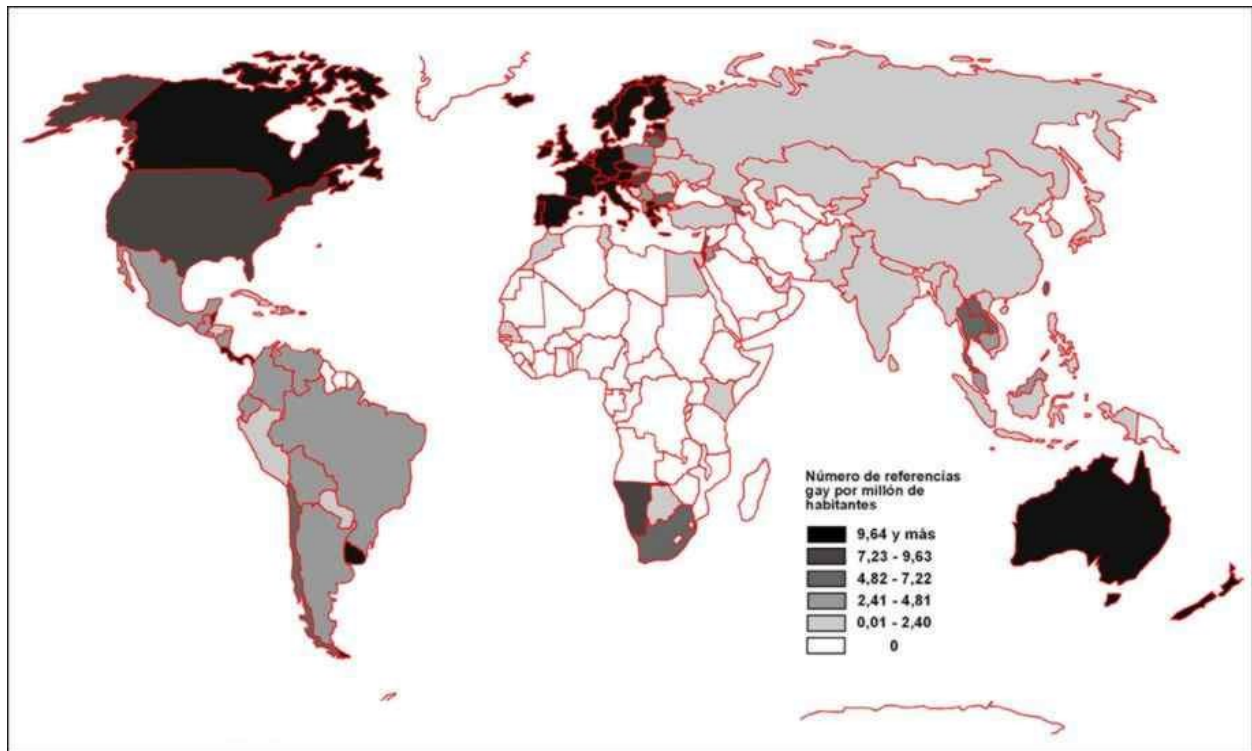


Figura 2. Número de referencias de interés gay por millón de habitantes

Si se observan los datos del cuadro 3, se comprueba numéricamente cómo algo más de la mitad del total de referencias de interés gay mundiales se concentra en sólo seis países (Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia y Reino Unido) que sólo suponen aproximadamente el 10 por ciento de la población mundial. Hay 33 países que poseen más de 100 referencias gay; en ellos, que totalizan aproximadamente la mitad de la población mundial, se localiza el 86,50 por ciento de las referencias de interés gay; o lo que es lo mismo, en los países en los que vive el otro 50 por ciento de la humanidad sólo se dispone del 14,50 por ciento de las referencias.

En el listado tienen especial presencia los países más ricos y los destinos turísticos más importantes. Entre ellos se encuentran los de la América rica: Estados Unidos y Canadá; doce países de los 25 de la Unión Europea; los grandes países latinoamericanos (Brasil, México, Argentina) y de Oceanía (Australia, Nueva Zelanda); así como países del este y sudeste asiático de distinta consideración (Tailandia, China, Japón, etcétera). A este listado habría que añadir el ya citado caso de Sudáfrica, el único país de cierta relevancia en África.

Cuadro 3. Países con más referencias de 100 referencias gay, peso relativo en el total mundial y ponderación por cada millón de habitantes

Países	Total de referencias	porcentaje sobre total mundial	porcentaje acumulado	Referencias gay por cada 1.000.000 de habitantes

U.S.A.	2.826	16,96	16,96	9,61
Alemania	1.428	8,57	25,52	17,31
Francia	1.245	7,47	32,99	20,70
España	1.183	7,10	40,09	28,81
Italia	957	5,74	45,83	16,67
Reino Unido	767	4,60	50,43	13,00
Brasil	577	3,46	53,90	3,23
Canadá	456	2,74	56,63	14,47
Holanda	441	2,65	59,28	27,31
Tailandia	423	2,54	61,82	6,72
México	365	2,19	64,01	3,53
Australia	331	1,99	65,99	16,78
Bélgica	288	1,73	67,72	27,91
Portugal	250	1,50	69,22	24,85
Suiza	233	1,40	70,62	32,50
Grecia	223	1,34	71,96	20,32
Indonesia	214	1,28	73,24	0,97
China	189	1,13	74,37	0,14
Sudáfrica	188	1,13	75,50	4,18
Argentina	185	1,11	76,61	4,81
Nueva Zelan.	144	0,86	77,48	37,16
Colombia	140	0,84	78,32	3,17
Japón	140	0,84	79,16	1,10
Austria	133	0,80	79,95	16,39
Venezuela	116	0,70	80,65	4,51
Rusia	113	0,68	81,33	0,79
Taiwan	113	0,68	82,01	5,00
Turquía	112	0,67	82,68	1,57
Chequia	109	0,65	83,33	10,65
Uruguay	109	0,65	83,99	31,92
Polonia	107	0,64	84,63	2,77
Malasia	106	0,64	85,26	4,34

Ucrania	104	0,62	85,89	2,14
Suecia	102	0,61	86,50	11,49
Países + 100	14.417	86,50	86,50	4,51
Total	16.667	100,00	100,00	2,64

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia.

Más interesante resulta el cuadro 4 para la comprensión de los distintos grados de visibilidad de los 33 países antes citados. En relación al carácter de estas referencias, además de los datos contenidos en figuras y en el cuadro anterior, se pueden establecer varias categorías, proyectadas a su vez en la figura 3.

Cuadro 4. Porcentaje de espacios según el tipo de motivación que suscitan en los países con más de 100 referencias

Países	Espacios de satisfacción sexual	Espacios de sociabilidad	Locales comerciales y profesionales	Alojamientos turísticos	Locales de asociaciones y servicios no lucrativos	Total
Tailandia	15,88	63,98	2,37	16,59	1,18	100,00
U.S.A.	15,96	52,58	10,51	17,20	3,75	100,00
Chequia	18,35	50,46	7,34	12,84	11,01	100,00
Bélgica	21,53	48,61	8,68	10,76	10,42	100,00
Reino Unido	23,47	48,50	6,65	16,30	5,08	100,00
Canadá	24,56	37,72	9,43	20,61	7,68	100,00
Uruguay	24,77	51,38	6,42	12,84	4,59	100,00
México	25,75	57,81	1,92	12,33	2,19	100,00
Sudáfrica	26,06	25,53	7,45	37,77	3,19	100,00
España	26,37	47,94	8,96	11,07	5,66	100,00
Austria	31,58	40,61	5,26	9,77	12,78	100,00
Grecia	31,84	32,29	10,76	20,63	4,48	100,00
Alemania	35,01	45,53	8,61	7,14	3,71	100,00
Rusia	36,28	37,18	9,73	-	16,81	100,00
Australia	36,86	22,05	8,76	21,45	10,88	100,00
Colombia	37,14	50,00	3,57	6,43	2,86	100,00
Argentina	37,84	41,62	4,86	9,19	6,49	100,00
Holanda	39,24	31,97	11,56	10,43	6,80	100,00
Suiza	39,48	40,78	4,72	9,44	5,58	100,00
Taiwan	39,82	48,68	5,31	4,42	1,77	100,00
Japón	41,43	47,86	7,14	-	3,57	100,00
Italia	44,52	22,99	7,73	15,67	9,09	100,00

Suecia	46,08	28,43	4,90	6,86	13,73	100,00
Brasil	46,27	38,65	5,72	4,85	4,51	100,00
Polonia	46,74	33,64	8,41	2,80	8,41	100,00
Nueva Zelanda	47,92	13,19	5,56	20,83	12,50	100,00
Francia	49,15	31,89	6,27	11,57	1,12	100,00
Portugal	51,60	29,60	3,20	11,20	4,40	100,00
Malaysia	51,89	33,02	5,66	8,49	0,94	100,00
Turquía	54,46	32,14	2,68	8,93	1,79	100,00
Venezuela	57,76	31,90	2,59	1,72	6,03	100,00
Indonesia	58,41	27,57	4,21	8,88	0,93	100,00
China	59,25	37,04	2,12	0,53	1,06	100,00
Ucrania	60,59	21,15	2,88	1,92	13,46	100,00
Media del planeta	34,06	40,69	7,06	12,69	5,50	100,00

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia

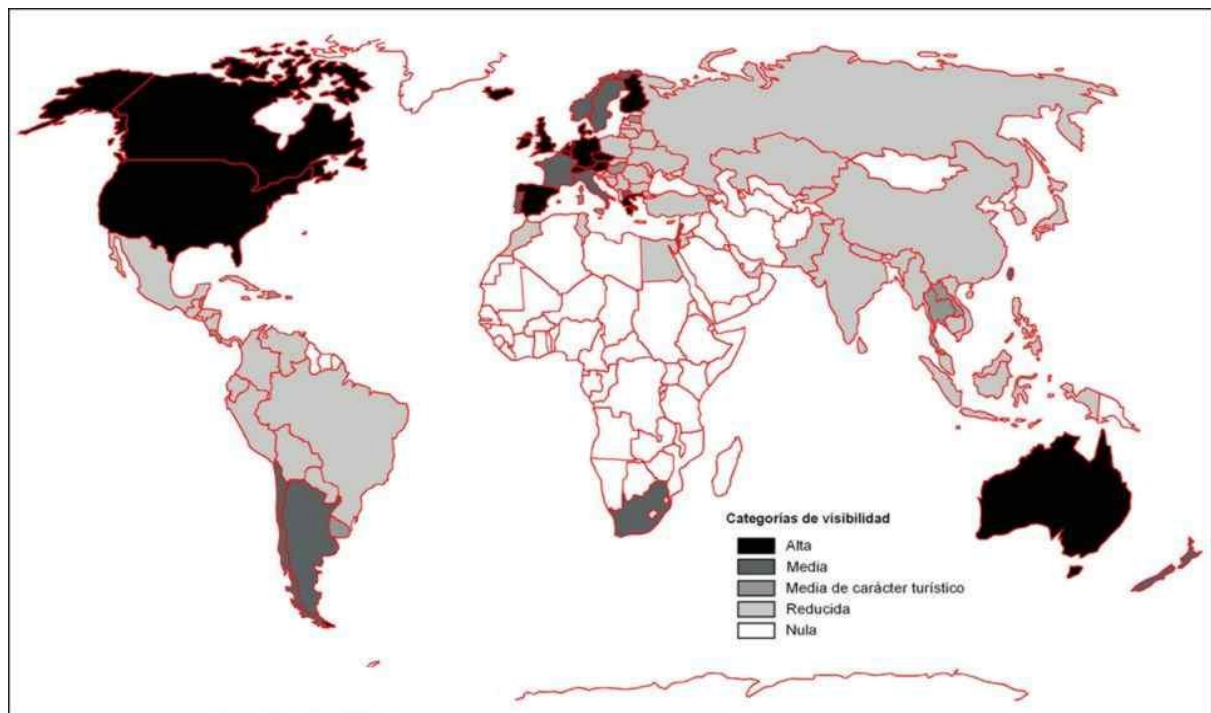


Figura 3. Categorías de visibilidad por países

Países de visibilidad alta: existe un reducido número de estados que han experimentado cambios sociales y culturales que han permitido una actitud más libre y natural respecto a las prácticas homosexuales; en algunos de ellos, esta tendencia ha derivado en la igualación de derechos, incluido el matrimonio, de las parejas con miembros del mismo género. Al existir servicios comerciales y profesionales dirigidos al público gay (con horarios comerciales semejantes al resto del sector comercial y profesional y no en los horarios nocturnos propios bares y discotecas), se evidencia una mayor aprobación colectiva de la *visibilidad gay*. Por otro lado, se identifican servicios que, sin ser dirigidos únicamente al público gay, sí manifiestan una actitud cordial hacia este colectivo. Esta característica abierta o amistosa ha provocado la generalización del calificativo procedente del inglés *friendly* o *gay friendly* relacionado con aquellos locales cuya gerencia manifiesta una actitud explícitamente positiva hacia los clientes gays y que aseguran el mismo nivel de calidad y de acogida que al resto de los públicos. En estas sociedades más avanzadas, tanto en relación con la permisividad y el respeto a los derechos de los homosexuales, como en la madurez de grupos activistas que los reclaman, las propias instituciones públicas asumen la responsabilidad de dar cobertura administrativa específica a esta minoría y apoyan, directa o indirectamente mediante subvenciones, la creación de servicios de información general para la comunidad gay e, incluso, específica para determinados campos (Salud-VIH, transexualidad, ayuda a familiares de homosexuales, etcétera). Todos estos hechos, permiten hablar de países en los que existe una visibilidad amplia, con gran número y variedad de referencias de interés para la comunidad gay, y que evidencian en buena medida un nivel de organización colectiva importante, con clara influencia política y consecución de objetivos. Sin embargo, no debe olvidarse que esta situación se alcanza fundamentalmente en los medios urbanos, especialmente en las grandes ciudades, y a veces circunscrita a barrios muy concretos. A menudo estas condiciones de visibilidad amplia conviven con situaciones de visibilidades reducidas o nulas en extensísimos territorios de esos

mismos países, fundamentalmente en las zonas más rurales. Es más, se observa a menudo cómo el marco jurídico progresista conseguido por los colectivos gay más organizados va por delante de la realidad sociocultural de una buena porción de la población. En su mayor parte se trata de países europeos y norteamericanos, a los que habría que añadir Australia.

Países de visibilidad media: La visibilidad media de otros estados, pocos y generalmente con un grado de desarrollo también medio, viene dada por la existencia de espacios de relación social, sobre todo en sus ciudades importantes. La aparición de bares y discotecas, y en menor medida de restaurantes, evidencia una estabilidad y una mayor protección para los colectivos gay que, en estos locales, además de satisfacer otras necesidades, también desarrollan una vida social que refuerza el reconocimiento de identidades y aspiraciones comunes, entre otras la de la aceptación social. Es frecuente que en estas sociedades las organizaciones activistas tengan un cierto peso social y hayan creado, o se hayan insertado, en redes de carácter global. Además, el sistema jurídico también expresa esta situación ya que las prácticas homosexuales no sólo están despenalizadas, sino que en algunos casos también se reconocen derechos laborales, sociales, etcétera. En esta categoría deben ser incluidos varios países europeos (Portugal, Francia, Suecia...) y americanos (Argentina y Chile).

Mención aparte, aunque también incluidos entre los estados de visibilidad media, están aquellos países de vocación turística en los que los locales de sociabilidad están más bien dirigidos a individuos que se desplazan en viajes de vacaciones a estos destinos. Es obvio que esto favorece también una cierta relajación social más allá de la permisividad hacia los turistas y que muchos homosexuales autóctonos disfrutan de la relativa apertura y libertad que proporcionan los enclaves vacacionales; por lo general vinculados a zonas de playa u otros destinos de interés turísticos. Tailandia, Laos, Uruguay, Hungría o la República Dominicana representan bien el carácter de estos estados.

Países de visibilidad reducida: En los países de visibilidad reducida las prácticas homosexuales son, con frecuencia, también ilegales; no obstante, suele existir en ellos una cierta relajación o permisividad, lo que ha llevado a la aparición de referencias explícitas de interés gay en algunos medios y, específicamente a efectos de este trabajo, en la guía *Spartacus*. Con todo, se trata sobre todo de referencias que tienen que ver casi exclusivamente con la satisfacción sexual, realizada en sitios que ofrecen discreción y ocultación. Esto provoca que en ocasiones se trate de lugares en los que estas prácticas están relegadas a horas nocturnas o que se trate de lugares con cierto grado de sordidez. Se trata de sitios que fomentan los encuentros esporádicos y casi anónimos que no favorecen el conocimiento personal y cuya falta de condiciones conlleva una carencia de organización y, también, de reconocimiento social y político. Además, la invisibilidad también es sinónimo de vulnerabilidad; de hecho, aquellas personas que frecuentan los lugares de referencia se exponen a menudo a hurtos o a la violencia simplemente por el hecho de su condición sexual (en muchos países iberoamericanos se producen asesinatos de gays o transexuales todas las semanas). La mayor parte de los países asiáticos (China, Indonesia, Turquía...); buena parte de los americanos (Brasil, México, Perú...); no pocos estados de la Europa oriental (Ucrania, Polonia, Rumanía...); e incluso algunos africanos del borde mediterráneo (Marruecos, Egipto, Túnez) pertenecen a esta categoría.

Países de visibilidad nula: Por último, a esta categoría pertenecería buena parte de los países asiáticos y africanos del ámbito musulmán (Argelia, Libia, Nigeria...), especialmente los países cuyo sistema judicial se basa total o parcialmente en la Shari'a (Kuwait, Yemen, Pakistán...) y también algunos países africanos de culturas en las que el Islam no es la religión dominante (Botswana, Togo, Zambia...). Del mismo modo, en otras zonas del planeta aparecen países que pertenecen a esta categoría: desde Mongolia al Vaticano, pasando por Bután o Papúa Nueva Guinea. En estos países, la ausencia de noticias, referencias e, incluso, la penalización de las prácticas homosexuales, lleva a unas condiciones de invisibilidad o *visibilidad nula* de los colectivos gay. Se trata de países en los que la represión no sólo afecta al estatus jurídico del individuo, sino que existe un contexto social y cultural homofóbico que impide la creación de espacios de encuentro social y, en consecuencia, la inexistencia o debilidad de los grupos activistas, básicos en el cambio de conciencia colectiva. Así, declarar la homosexualidad personal en la mayor parte de África y una parte considerable de Asia, puede implicar graves consecuencias para quien lo hace.

Los grandes centros de referencia gay en el planeta

Como ya se ha citado, incluso en algunos de los países antes mencionados como de visibilidad amplia, este carácter mengua en cuanto se abandonan determinados núcleos urbanos o incluso cuando se dejan ciertos barrios. Extrapolar a todo el territorio el carácter de la visibilidad es una cuestión arriesgada. España es un país de visibilidad amplia a nivel mundial; una pareja de individuos del mismo sexo se ven amparados legalmente al igual que otra pareja en materia legal; sin embargo, la simple manifestación de afecto en determinados ámbitos, sobre todo en los rurales, podría causar a esta pareja, como mínimo, serios perjuicios verbales. Por eso parece fundamental completar el análisis anterior con una presentación de los principales centros de referencia gay mundial que, en la mayor parte de los casos, se trata de grandes ciudades o de centros turísticos reconocidos.

Si se identifican estos grandes centros de referencia gay con localidades en las que existen más de 50 referencias en la guía *Spartacus*, se obtiene una relación de 60 puntos en el planeta (cuadro 5). Éstos se distribuyen en 30 países. Aquellos que poseen un mayor número de ciudades son Estados Unidos con once y Alemania y España con cinco. Hay tres países que tienen tres: México, Reino Unido y Tailandia, y seis que poseen dos: Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Grecia e Italia.

Cuadro 5. Centros con mayor número de referencias de interés gay

Ciudades	Total	porcentaje respecto al total	porcentaje acumulado	Tipología
París (Francia)	237	1,42	1,42	Alta visib.
Berlín (Alemania)	225	1,35	2,77	Alta visib.
Londres (Reino Unido)	204	1,22	4,00	Alta visib.
Nueva York (EE.UU.)	196	1,18	5,17	Alta visib.
Bangkok (Tailandia)	155	0,93	6,10	Turística
San Francisco (EE.UU.)	154	0,92	7,03	Alta visib.
Madrid (España)	152	0,91	7,94	Alta visib.

Ámsterdam (Holanda)	150	0,90	8,84	Alta visib.
Barcelona (España)	145	0,87	9,71	Alta visib.
Los Ángeles (EE.UU.)	145	0,87	10,58	Alta visib.
Montreal (Canadá)	121	0,73	11,30	Alta visib.
Colonia (Alemania)	108	0,65	11,95	Alta visib.
Roma (Italia)	104	0,62	12,58	Alta visib.
Sao Paulo (Brasil)	97	0,58	13,16	Alta visib.
Buenos Aires (Argentina)	96	0,58	13,73	Alta visib.
Munich (Alemania)	93	0,56	14,29	Alta visib.
Chicago (EE.UU.)	92	0,55	14,84	Alta visib.
Río de Janeiro (Brasil)	92	0,55	15,40	Mixta
Sidney (Australia)	92	0,55	15,95	Alta visib.
Hamburgo (Alemania)	90	0,54	16,49	Alta visib.
Toronto (Canadá)	86	0,52	17,00	Alta visib.
Milán (Italia)	84	0,50	17,51	Alta visib.
Playa del Inglés (España)	84	0,50	18,01	Turística
Pattaya (Tailandia)	83	0,50	18,51	Turística
Bruselas (Bélgica)	82	0,49	19,00	Alta visib.
Fort Lauded (EE.UU.)	81	0,49	19,49	Turística
Praga (Chequia)	79	0,47	19,96	Alta visib.
Lisboa (Portugal)	78	0,47	20,43	Alta visib.
Bogotá (Colombia)	76	0,46	20,89	Alta visib.
Viena (Austria)	73	0,44	21,32	Alta visib.
Sitges (España)	69	0,41	21,74	Turística
Atenas (Grecia)	68	0,41	22,15	Alta visib.
Amberes (Bélgica)	66	0,40	22,54	Alta visib.
Melbourne (Australia)	66	0,40	22,94	Alta visib.
Zúrich (Suiza)	66	0,40	23,33	Alta visib.
Chiang M. (Tailandia)	65	0,39	23,72	Alta visib.
Montevideo (Uruguay)	65	0,39	24,11	Alta visib.
Budapest (Hungria)	64	0,38	24,50	Alta visib.
Ciudad del Cabo (Suráfrica)	62	0,37	24,87	Turística

Hong Kong (China)	60	0,36	25,23	Baja visib.
Ibiza (España)	60	0,36	25,59	Turística
Washington D.C. (EE.UU)	60	0,36	25,95	Alta visib.
Palm Spring (EE.UU.)	59	0,35	26,30	Turística
Frankfurt (Alemania)	57	0,34	26,65	Alta visib.
Nueva Orleans (EE.UU)	57	0,34	26,99	Turística
Taipé (Taiwan)	56	0,34	27,32	Mixta
Copenhague (Dinamarca)	55	0,33	27,65	Alta visib.
Mánchester (Reino Unido)	55	0,33	27,98	Alta visib.
Santiago de Chile (Chile)	55	0,33	28,31	Alta visib.
Brighton Hove (Reino Unido)	54	0,32	28,64	Turística
Caracas (Venezuela)	54	0,32	28,96	Baja visib.
Míkonos (Grecia)	54	0,32	29,29	Turística
Provincetown (EE.UU.)	54	0,32	29,61	Turística
México D.F. (México)	52	0,31	29,92	Alta visib.
San Diego (EE.UU.)	52	0,31	30,23	Alta visib.
Guadalajara (México)	51	0,31	30,54	Alta visib.
Puerto Vallarta (México)	51	0,31	30,85	Turística
Tokio (Japón)	51	0,31	31,15	Alta visib.
Manila (Filipinas)	50	0,30	31,45	Baja visib.
Miami (EE.UU.)	50	0,30	31,75	Turística
Mundo	16.667	100,00	100,00	

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia

La distribución de estos grandes de referencia gay (figura 4) matiza considerablemente la realidad presentada en la figura 1. Se percibe una concentración de ciudades en las que destacan especialmente tres ámbitos. Los dos primeros se corresponden con Norteamérica y Europa. En ellos se encuentra la gran mayoría de los principales núcleos, entre los que destacan París, Berlín, Londres y Nueva York. Cinco de cada cien referencias del total mundial se encuentran en alguna de estas cuatro ciudades. Bangkok destaca como gran centro turístico internacional y le sigue una serie de ciudades americanas y europeas de la categoría de San Francisco, Madrid, Ámsterdam, Barcelona y Los Ángeles. Entre estas ciudades y las anteriores concentran un 10 por ciento del total de referencias mundiales.

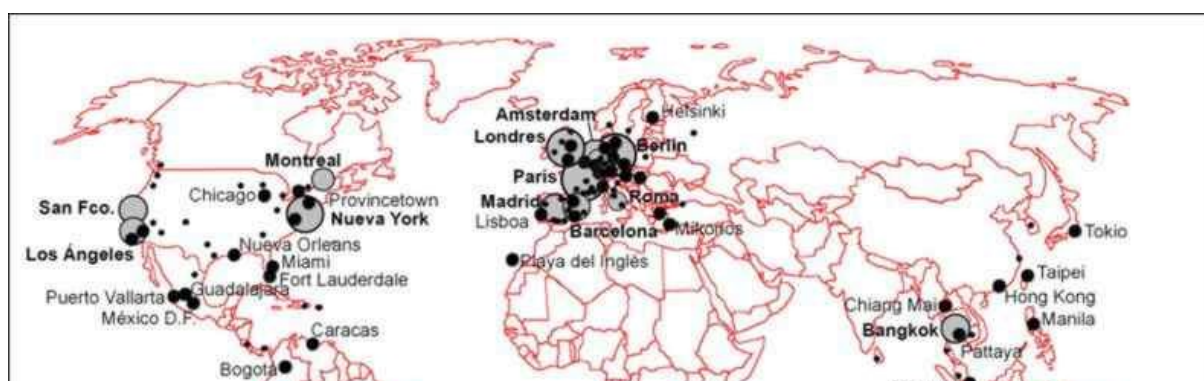




Figura 4. Grandes centros de referencia gay

Bangkok es el gran núcleo pero no el único del sudeste y este asiáticos. Fuera de este contexto, sólo destaca parte de la costa atlántica americana entre Río de Janeiro y Buenos Aires, con una pequeña extensión a Santiago de Chile, y ya a cierta distancia el conjunto urbano esencial de Australia en el extremo suroriental de ese país. La sudafricana Ciudad del Cabo es un punto aislado, lejano y desarticulado en la invisible a ojos gays África.

Si se aborda el análisis desde el punto de vista del carácter de las referencias gay, al igual que se realizó con los datos nacionales en el cuadro 4 (ver ahora cuadro 6), se produce una diferenciación de estas ciudades, sobre todo en relación con su carácter turístico. Las referencias a espacios de satisfacción sexual son escasas en las localidades de fuerte sesgo turístico (Palm Spring, Sitges, Provincetown, Playa del Inglés, Fort Lauded, Puerto Vallarta, etcétera). Sin embargo, hay que recordar, que frente a los datos del cuadro 3, en las que las referencias siempre se hacían a los estados, en esta ocasión, las grandes ciudades internacionales son también en un buen porcentaje grandes centros de atracción turística, por lo que la visibilidad gay autóctona y la atracción de gays de otros lugares, tiende a confundirse en ellas (Nueva York, San Francisco, Ámsterdam, etcétera).

Cuadro 6. Porcentaje de lugares según el tipo de motivación que suscitan en los grandes centros de interés gay

Ciudades	Espacios de satisfacción sexual	Espacios de sociabilidad	Locales comerciales y profesionales	Alojamientos turísticos	Locales de asociaciones y servicios no lucrativos	Total
Palm Spring (EE.UU.)	-	35,59	5,08	55,94	3,39	100,00
Washington D.C. (EE.UU)	-	65,01	13,33	13,33	8,33	100,00
Sitges (España)	1,45	55,07	8,70	33,33	1,45	100,00
Provincetown (EE.UU.)	1,85	16,67	3,70	75,93	1,85	100,00
Nueva York (EE.UU.)	5,10	61,23	14,80	8,16	10,71	100,00
San Francisco (EE.UU.)	5,19	53,91	19,48	16,23	5,19	100,00
Playa del Inglés (España)	8,33	72,63	9,52	7,14	2,38	100,00
Fort Lauded (EE.UU)	8,64	38,27	11,11	37,04	4,94	100,00
San Diego (EE.UU.)	9,62	63,46	7,69	17,31	1,92	100,00
Chicago (EE.UU.)	9,78	65,21	11,96	4,35	8,70	100,00
Puerto Vallarta (México)	9,80	60,79	3,92	25,49	-	100,00
Ámsterdam (Holanda)	10,00	35,34	22,00	25,33	7,33	100,00
Ibiza (España)	10,00	56,67	3,33	23,33	6,67	100,00
Berlín (Alemania)	10,67	47,56	19,56	15,56	6,67	100,00
Pattaya (Tailandia)	10,84	68,68	2,41	16,87	1,20	100,00
Ciudad del Cabo (Suráfr.)	12,90	19,35	12,90	48,40	6,45	100,00
Amberes (Bélgica)	13,64	46,96	13,64	15,15	10,61	100,00
Los Ángeles (EE.UU.)	13,79	51,04	23,44	8,97	2,76	100,00

Roma (Italia)	14,42	30,77	12,50	32,69	9,62	100,00
Míkonos (Grecia)	14,81	38,89	9,26	37,04	-	100,00
México D.F. (México)	15,38	71,16	3,85	1,92	7,69	100,00
Colonia (Alemania)	15,74	52,78	10,19	12,03	9,26	100,00
Bruselas (Bélgica)	15,85	51,21	12,20	10,98	9,76	100,00
Miami (EE.UU.)	16,00	34,00	16,00	32,00	2,00	100,00
Praga (Chequia)	16,46	48,09	10,13	15,19	10,13	100,00
Montreal (Canadá)	16,53	38,02	8,26	25,62	11,57	100,00
París (Francia)	16,88	47,25	14,77	17,72	3,38	100,00
Londres (Reino Unido)	18,63	50,98	16,18	6,86	7,35	100,00
Nueva Orleans (EE.UU.)	19,30	29,82	5,26	42,11	3,51	100,00
Guadalajara (México)	19,61	62,75	3,92	7,84	5,88	100,00
Toronto (Canadá)	19,77	46,51	11,63	16,28	5,81	100,00
Barcelona (España)	20,00	41,38	11,03	18,62	8,97	100,00
Bangkok (Tailandia)	20,65	65,80	3,87	8,39	1,29	100,00
Madrid (España)	21,05	51,32	12,50	12,50	2,63	100,00
Hamburgo (Alemania)	21,11	54,45	12,22	8,89	3,33	100,00
Mánchester (Reino Unido)	21,82	56,36	3,64	10,91	7,27	100,00
Brighton Hove (Reino Uni.)	22,22	37,03	5,56	29,63	5,56	100,00
Buenos Aires (Argentina)	22,92	43,74	9,38	13,54	10,42	100,00
Copenhague (Dinamarca)	23,64	32,72	12,73	9,09	21,82	100,00
Milán (Italia)	23,81	42,86	17,86	5,95	9,52	100,00
Zúrich (Suiza)	24,24	39,39	10,61	18,18	7,58	100,00
Chiang M. (Tailandia)	24,62	58,46	-	16,92	-	100,00
Munich (Alemania)	25,81	48,38	10,75	11,83	3,23	100,00
Frankfurt (Alemania)	26,32	52,63	7,02	8,77	5,26	100,00
Atenas (Grecia)	27,94	36,78	17,65	7,35	10,29	100,00
Budapest (Hungria)	28,12	28,12	9,38	17,19	17,19	100,00
Montevideo (Uruguay)	29,23	46,16	10,77	6,15	7,69	100,00
Lisboa (Portugal)	29,49	43,59	8,97	8,97	8,97	100,00
Viena (Austria)	30,14	38,35	6,85	8,22	16,44	100,00

Bogotá (Colombia)	31,58	51,31	6,58	6,58	3,95	100,00
Santiago de Chile (Chile)	32,73	38,18	10,91	9,09	9,09	100,00
Río de Janeiro (Brasil)	34,78	36,96	16,30	8,70	3,26	100,00
Sidney (Australia)	34,78	26,09	10,87	15,22	13,04	100,00
Tokio (Japón)	35,29	45,11	11,76	-	7,84	100,00
Taipé (Taiwán)	35,71	48,21	8,93	5,36	1,79	100,00
Sao Paulo (Brasil)	36,08	47,43	5,15	4,12	7,22	100,00
Melbourne (Australia)	39,39	27,27	13,64	6,06	13,64	100,00
Caracas (Venezuela)	50,00	31,48	5,56	1,85	11,11	100,00
Manila (Filipinas)	50,00	48,00	-	2,00	-	100,00
Hong Kong (China)	71,67	18,33	6,67	-	3,33	100,00
Planeta	34,06	40,70	7,05	12,69	5,50	100,00

Fuente: *Spartacus*, elaboración propia

Consideraciones finales

La ausencia de fuentes fiables, contrastables y de escala planetaria hace extremadamente difícil realizar estudios globales y generales sobre la comunidad gay. Sin embargo, hay realidades territoriales muy diferentes respecto a las circunstancias de la condición homosexual y espacio, no fácilmente cuantificables, pero que hacen patentes las diferencias entre unas regiones mundiales y otras. Las prácticas homosexuales son ilegales en más de 80 países y motivo de pena de muerte en casi una decena. En el otro lado de la balanza, la visibilidad gay tiene que ver con los países de mayor peso específico en el mundo global, todos ellos con rentas elevadas, con regímenes democráticos y con datos que confirman que la sociedad de la información y el conocimiento está sólidamente implantada en ellos.

Sin embargo, esta realidad también debe ser muy matizada dentro de cada uno de estos países por cuanto que incluso en aquellos que tienen un repertorio leyes que aseguran la igualdad de los colectivos gays respecto a los derechos jurídicos generales se producen situaciones muy distintas en razón del tipo de espacio en el que se desenvuelva la vida de un individuo de esta orientación sexual. No es lo mismo ser gay, y tratar de llevar una vida similar a la desarrollada por la población heterosexual en un pueblo de Arkansas que en el Greenwich Village de Nueva York, y lo mismo podría decirse para Canadá y la mayoría de los países europeos. El mundo de normalización gay es sobre todo urbano y, si se apura, de gran ciudad. Los grandes núcleos de referencia gay son las mayores metrópolis europeas y americanas junto a los grandes núcleos turísticos asentados internacionalmente con esta orientación.

En general, puede decirse que los mapas que proyectan las realidades gays en el planeta, como en tantas características de carácter geográfico, ofrecen un repertorio cartográfico complejo y lleno de contrastes, como lo es la propia comunidad homosexual. Sin embargo, la visibilidad gay, más allá de expresar los derechos conseguidos por determinados colectivos mejor o peor organizados y con mayor o menor capacidad de influencia en sus contextos culturales y políticos, puede ser considerada un indicador de gran interés para señalar los niveles de desarrollo alcanzado por las distintas sociedades. En un momento en el que los indicadores tradicionales de desarrollo humano están en crisis, en el que es necesario precisar y matizar el progreso humano con variables cualitativas, la aceptación social, no ya de las prácticas sexuales entre individuos del mismo género, sino de un colectivo con rasgos socioculturales propios se convierte en una herramienta básica para el análisis de los distintos estadios de desarrollo en el mundo. El colectivo gay posee una forma distinta de cuestionar, entender y dar respuesta a muchos de los aspectos que conforman la vida del individuo (actitud ante la pareja, el matrimonio y nuevos modelos familiares; pautas de ocio y sociabilidad; religiosidad...); muchos de ellos en clara oposición a los parámetros y convencionalismos que han estado vivos, impuestos y obligados durante muchos siglos. *Salir del armario* no es sólo una cuestión de asumir la sexualidad propia y de reafirmarse ante los demás, es, cuando se analiza el fenómeno en la escala adecuada, la mejor expresión de cómo se hacen las revoluciones en la sociedad global (la incorporación de la mujer a la vida pública; las inmigraciones y transculturalidades intercontinentales...): de forma lenta, casi desapercibida, pero a la larga sin posible contestación y, por supuesto, sin vuelta atrás. No obstante, y para no caer en optimismos exagerados, este trabajo no puede concluir otra cosa que, a la vista de los datos, el planeta en su conjunto no deja de ser un gran armario en el que apenas se abren algunas pequeñas rendijas que, en todo caso, son para individuos de países ricos y con notable peso de la cultura occidental, aquella que, con sus luces y sus sombras, ha sido la más proclive a ir haciendo un hueco a los derechos del colectivo gay.

Bibliografía

- BELL, D. y VALENTINE, G. eds. *Mapping Desire: Geographies of Sexualities*. Londres y Nueva York: Routledge, 1995. 384 p.
- BOONE, J.A. et al. *Queer Frontiers: Millennial Geographies, Gender and Generations*. Madison: Wisconsin University Press, 2000. 394 p.
- BROWN, M. *Closet Space: Geographies of Metaphor from the Body to the Globe*. Londres: Routledge, 2000. 192 p.
- BROWNING, F. *A Queer Geography*. Nueva York: Crown Publisher Inc, 1996. 240 p.
- COLOMINA, B. *Sexuality and Space*. Nueva York: Princeton Architectural Press, 1992. 288 p.
- FERNÁNDEZ ALEMANY, M. y SCIOLLA, A. *Mariquitas y marimachos. Guía completa de la homosexualidad*. Madrid: Nuer, 1999. 160 p.

FERNÁNDEZ SALINAS, V. Comunidad gay y espacio en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* , 2007a, nº 43, p. 241-260.

FERNÁNDEZ SALINAS, V. Visibilidad y escena gay masculina en la ciudad española. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 2007b, nº 49, p. 139-160.

GARCÍA ESCALONA, E. Del armario al barrio: aproximación a un nuevo espacio urbano. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* , 2000, nº 20, p. 437-449.

GATES, G.J. y OST, J. *The Gay and Lesbian Atlas*. Washington, D.C.: The Urban Institute, 2004. 242 p.

INGRAM, G.B.; BOUTHILLETTE, A.M. y RETTER, Y. eds. *Queers in Space: Communities, Public Places, Sites of Resistance* . Seattle: Bay Press, 1997. 530 p.

KINSEY, A.C. *Sexual behavior in the human male* , Filadelfia: W.B. Saunders, 1948. 804 p.

KNOPP, L. Ontologies of Place, Placelessness, and Movement: Queer Quests for Identity and Their Impacts on Contemporary Geographic Thought. *Gender, Place, and Culture* , 2004, nº 11, p. 121-134.

MACKAY, J. *The Penguin Atlas Of Human Sexual Behavior. Sexuality And Sexual Practices Around The World* . Londres: Penguin, 2000. 128 p.

MUMFORD, K.J. Homosex Changes: Race, Cultural Geography, and the Emergence of the Gay. *American Quarterly* , 1996, vol. 48, nº 3, p. 395-414.

NAST, H. Queer Patriarchies, Queer Racisms International. *Antipode* , 2002, nº 34, p. 874-909.

PUAR, J.K. ed. Queer Tourism: Geographies of globalization (número monográfico). *GLQ. A Journal of Lesbian and Gay Studies* , 2002, nº 8, (1-2), 258 p.

SANTOS SOLLA, X.M. O espacio da homosexualidade en Galicia. *Fluxos* , 1998, nº 1, p.23-34.

SANTOS SOLLA, X.M. Espacios disidentes en los procesos de ordenación territorial. *Documents d'Anàlisi Geogràfica* , 2002, nº 40, p. 69-104.

SANTOS SOLLA, X.M. Espacios disidentes homosexuales. En NOGUÉ i FONT, J. y ROMERO GONZÁLEZ, J. eds. *Las otras geografías* . Valencia: Tirant Lo Blanc, 2006, p. 511-526.

Spartacus. International Gay Guide, 2006 . 35ª ed. Berlín: Bruno Gmünder Verlag GMBH, 2005, 1.240 p.

TAYLOR, A. A Queer Geography. En MED HURST, A. y MUNT, S. eds. *Lesbian and Gay Studies . A critical introduction* . Londres, Cassell, 1997, p. 3-19.

WAITT, G. y MARKWELL, K. *Gay Tourism. Culture and Context* . Binhamton: Haworth Press Inc, 2006. 402 p.

WEIGHTMAN, B. Commentary: Towards a Geography of the Gay Community. *Journal of Cultural Geography*, 1981, nº 1, p. 106-112.

© Copyright Víctor Fernández Salinas , 2008

© Copyright Scripta Nova, 2008

Referencia bibliográfica

FERNÁNDEZ SALINAS, V. ¿Un planeta fuera del armario? La visibilidad gay como objeto de estudio geográfico. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2008, vol. XII, núm. 270 (43). <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-43.htm>> [ISSN: 1138-9788]

[Volver al índice de Scripta Nova número 270](#)



[Índice de Scripta Nova](#) [Menú principal](#)