



LAS CIUDADES GAY FRIENDLY



Turistas gays de un crucero británico que atracó en Valencia.

O. BRIASCO VALENCIA

Su amor ha sido clandestino e incomprendido durante la era moderna pero, desde primeros de 2000, las parejas homosexuales han ido reivindicando aquellos espacios y derechos que se habían suprimido o reducido. Esta situación ha llevado a las personas gays y lesbianas a hacer suyo barrios y pedanías. Este es el caso de San Telmo, el barrio gay de Buenos Aires, el West Village de Nueva York —lugar de referencia y culto porque es donde se originó el movimiento gay y lésbico de EE.UU.—, San Francisco y especialmente el barrio de El Castro, en España, Chueca (Madrid).

Este pasado —y presente— hace que las parejas entre personas del mismo sexo deliberen mucho el destino final de su viaje y, generalmente, acudan a aquellos emplazamientos en los que saben de antemano que pueden expresar libremente los sentimientos sin dar explicaciones y sin encontrar una mirada o comentario de rechazo. Esta nueva franja de mercado, que cada año se incrementa en un 30%, ha propiciado que las agencias de viajes crean en el término *gay friendly* para delimitar las ciudades más receptivas y preparadas para este nuevo turismo del siglo XXI.

De entre todos los destinos, según un ranking de la revista norteamericana *Out Traveler*, Argentina (El 20% del turismo de Buenos Aires es gay) es el preferido por los turistas gays gracias a la oferta cultural y a la gran cantidad de servicios dirigidos a los gays pero también por los atractivos precios en comparación con otras ciudades *gay friendly*. Le suceden, por este orden, Barcelona —Alrededor de 150.000 gays, lesbianas, transexuales y bisexuales de media Europa visitan cada año la capital catalana— y Amsterdam. La ciudad griega de Mikonos, por tradición, es otro de los destinos preferidos por este segmento de la población. Al margen de Madrid y de la ciudad condal, España posee

grandes atractivos para el segmento LGBT, según un estudio realizado en 2008 por la Escuela Universitaria de Turismo por Carlos de Cires, coordinador de viajes de la revista *Zero*. El primero, por tradición, es Caños de Meca, ubicado en el Cabo de Trafalgar y cuyo principal atractivo son sus playas, su gastronomía y su lado cultural. Por estas mismas características Ibiza y Benidorm se ensalzan como uno de los destinos favoritos para los amantes de la fiesta o los que buscan largas playas de arena fina para tumbarse y disfrutar del sol y del mar Mediterráneo.

Es tal el incremento del turismo del segmento LGBT que las principales ciudades turísticas de Europa y América han decidido adaptar su oferta cultural y lúdica para este sector y seguir los pasos de Buenos Aires, que cuenta con el Hotel Axel, único hotel gay de Sudamérica. Este es el caso de México, que han capacitado a empresas turísticas para que potencien el turismo gay o de Santa Cruz de Tenerife, en donde el Grupo Municipal socialista manifestó recientemente que «es necesario seguir trabajando por la normalización de los derechos LGBT en cualquier ámbito, incluyendo el turismo» pero también apostaron por promover la celebración de un festival bienal gay de las artes en la ciudad.

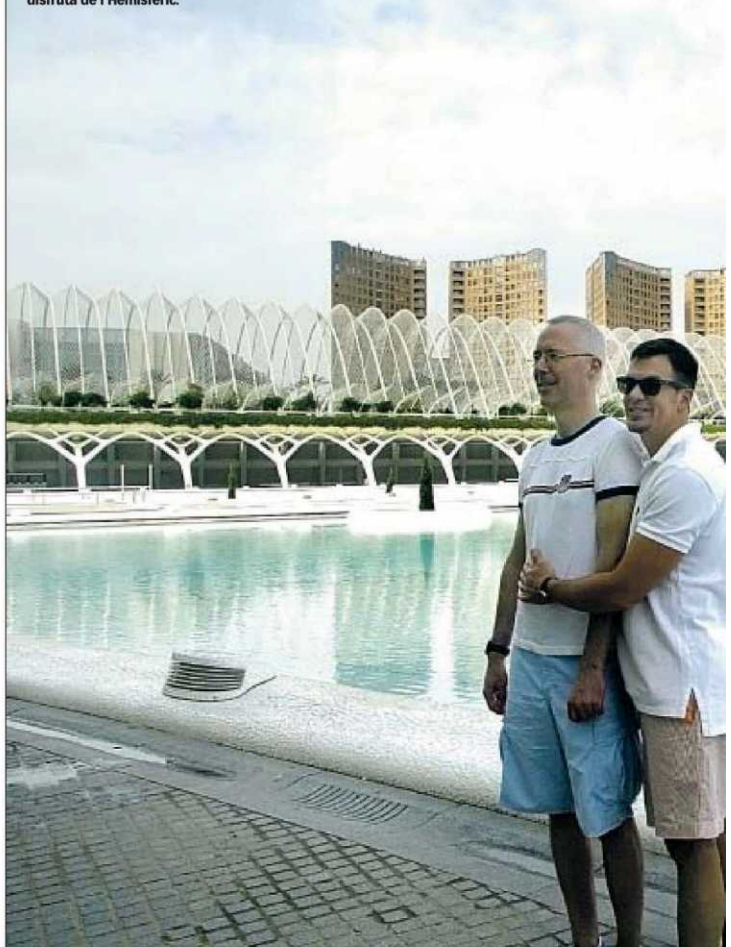
Asimismo, se han creado agencias específicas para cubrir las necesidades del colectivo y cubrir su creciente demanda. Es el caso de Chueca travel, un portal con información turística, la agencia Imagina y Vuela o Lamba Viajes o Twinga viajes, que organiza también viajes para solteros gays.

Barcelona es la ciudad de España que más personas del segmento LGBT recibe anualmente con una media de 150.000 turistas. Le sigue Madrid y Caños de Meca.

El turismo del

El siglo XXI ha comenzado con importantes cambios a nivel social que hoy **encuentros, primero desde internet y después en las ciudades, pa mostraron, por primera vez, su amor abiertamente e hicieron suyo** abierto a todos los sectores de la población, y los cruceros, algo inalcanzable ofertas turísticas más demandadas por las familias numerosas y los recién

Una pareja de homosexuales disfruta de l'Hemisféric.



LOS CRUCEROS

O. BRIASCO VALENCIA

El mercado de cruceros en España ha ido consolidándose en los últimos años y, en 2008, cerró con 520.000 pasajeros, lo que se traduce en un incremento del 24% con respecto al ejercicio anterior, según un estudio de la agencia de viajes online Logitravel que, además, señala que España ha experimentado en 2008 el mayor crecimiento de este mercado en Europa y ocupa la cuarta posición en número de pasajeros después de Reino Unido, Alemania e Italia.

Este dato deja en evidencia el hecho de que los cruceros ya no son unas vacaciones de lujo (la media de precios resulta entorno a los 500 y 800 euros por un crucero de siete días y nueve noches) y son más los viajeros que optan por este tipo de oferta turística. El principal motivo de que haya aumentado su demanda son los múltiples servicios con los que cuenta la naviera pero también porque un viaje de estas características permite a los clientes ver varias ciudades de diferentes lugares y países.

Además, las ofertas para las familias nu-



El «MSC Sinfonía» realiza cruceros por el Mediterráneo.

meras, en las que puede haber un 20% de descuento sobre el precio total o una gratuidad por cada niño menor de doce años son un aliciente más.

Los cruceros con más demanda son los que navegan por las aguas del Mediterráneo y por los mares del Caribe y es posible embarcarse en un buque en los principales puertos de la Península Ibérica (Barcelona, Alicante, Valencia o Málaga), lo que aporta mayor comodidad al turista. Otro rumbo muy demandado son las Islas Bahamas que están situadas en el mar de las Antillas, al este del Estado americano de Florida y al norte de Cuba.

Pero en los últimos tiempos no sólo se embarcan parejas o familias sino un grupo de solteros y solteras que desea conocer a gente nueva pero también por si surge algún romance en el transcurso de la travesía y mientras se visitan las ciudades. Este tipo de cruceros, más lúdicos que turísticos, es también escogido por homosexuales que buscan una relación sentimental o un poco de libertad.



siglo XXI

se van asentado y consolidando. **Los solteros comenzaron a organizar para encontrar a «su media naranja».** Las parejas homosexuales **visitan ciertos lugares turísticos.** Por otra parte, el turismo de aventura se ha popularizado por su precio en el siglo anterior, se han convertido en una de las actividades más populares.



LEVANTE-EMV

LOS SOLTEROS SE COMEN EL MUNDO

O. BRIASCO VALENCIA

Las personas cada vez tienen menos tiempo para conocer a gente que no sea de su entorno habitual (trabajo, amigos de la Universidad, familia,...) y eso conduce a un aumento de los "singles", hombres y mujeres que no están inmersos en ninguna relación sentimental desde hace ya algún tiempo. En España hay siete millones de personas solteras, viudas, separadas o divorciadas de los que un millón y medio se encuentran en Valencia.

De hecho, según el índice Parship del Coste del Amor, en 2008, los solteros se gastaron de media 1.095 millones de euros en citas y servicios para la búsqueda de pareja, como páginas online de encuentros. Esta cifra contrasta con la de 2007, en la que el dispendio fue de 1.725 euros pero ese descenso se atribuye a la actual crisis económica. El índice Parship del Coste del amor muestra que los singles han reducido su gasto en más de 100 euros por año. En 2007 los singles invirtieron en citas y servicios para la búsqueda de pareja 320 euros por persona mientras que en 2008 el gasto fue de 219 euros.

Para facilitar el contacto con otras personas y coincidiendo con el inicio de la expansión de Internet en los hogares, se crearon diferentes foros y chats para conversar con personas que tuvieran algo en común, ya fuera la edad, el lugar de residencia o la profesión. El sobrado éxito de estas nuevas herramientas de comunicación despertó el interés de agencias que comenzaron a organizar encuentros (no virtuales) con las personas interesadas en encontrar a su media naranja o, simplemente, conocer a nuevas personas.

Uno de los portales que más interés ha despertado por parte de este sector de la población es *Somos Singles*, que organiza encuentros en diferentes ciudades, viajes y actividades encaminadas a personas que tienen de 30 años en adelante. De esta forma, según los centros de interés, las personas eligen las actividades y conocen a otras que comparten sus mismas aficiones. Pero también hay una sección para aquellos que tienen hijos y están abiertos a nuevas relaciones.

Las agencias de viajes se han volcado también en este segmento de la población y anuncian atractivas ofertas para los principales destinos turísticos. Así, cruceros por Holanda y Bélgica, estancias en Cancún, Cuba, Grecia, Estambul o Capadocia son el marco perfecto para conocer a nuevas personas para iniciar una relación. Para los usuarios, este tipo de iniciativas posibilita la relación entre gente nueva a través de la afinidad y, además, es una magnífica oportunidad para aquellas personas que desean viajar pero no solos ya que esta actividad es calificada por los operadores turísticos para solteros y solteras como un «propuesta grupal de viajeros que se acompañan».

Los portales de internet organizan citas y encuentros en ciudades para que las personas, además de hacer turismo, conozcan a otras personas.

Es tal la demanda que en la Sierra de Madrid, cerca de Lozoya, se ha construido Villa Single, un hotel que ofrece alojamiento, instalaciones y actividades recreativas para solteros sin pareja de ambos sexos.

Pero, en la actualidad, el *speed dating* también ha desembarcado en España y ya hay varias empresas que organizan este tipo de encuentros exprés para conocer parejas. Este nuevo formato de citas exprés está organizado para que, en breves minutos, los solos y solas puedan conocerse y ver si consiguen algún flechazo que luego pueda prosperar. El formato es muy sencillo: diez hombres y diez mujeres tienen la posibilidad de conocerse entre sí durante ocho minutos.

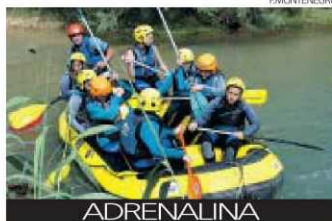
Otra de las iniciativas que se han producido en los últimos años es la realización de una fiesta en un determinado pueblo. Esta iniciativa tiene dos objetivos: la búsqueda de una relación sentimental y el intento de aumentar el número de habitantes. Esto último se debe a la migración a las ciudades, que ha hecho que muchos pueblos queden prácticamente deshabitados.

El arte de ligar a través del teléfono móvil

CARLA ALABAU Y PAULA SÁNCHEZ SON LAS RESPONSABLES DE XXOO, UN PROYECTO QUE NACE PARA AYUDAR A QUE LOS SINGLES ENCUENTREN PAREJA

El proyecto XXOO es ya el Premio Valencia Idea 2008, que concede el Ayuntamiento de Valencia y pretende ser un servicio de referencia para todos aquellos que desean encontrar a su media naranja. El único requisito es abrazar a las nuevas tecnologías, dejar a un lado los miedos y llevar una camiseta. XXOO—que en el lenguaje de móvil significa besos y abrazos—es una idea originaria de las jóvenes valencianas Carla Alabau y Paula Sánchez para que fomenten las relaciones sociales a través de Internet (chat, foro,...). La singularidad de este proyecto es que las personas interesadas deben llevar una camiseta que tiene un número visible en la espalda y una tarjeta con un código secreto con el que se conecta el número de la camiseta con el móvil del propietario. De esta forma se puede iniciar el flirteo a través del teléfono y, si prospera la relación, quedar físicamente.

OTRAS FORMAS DE VIAJAR



FMONTENEGRO

ADRENALINA

DEPORTES DE AVENTURA

En los últimos años la búsqueda de nuevas sensaciones ha provocado un aumento de los deportes de aventuras, en los que el contacto con la naturaleza y la adrenalina realizan una interesante sinergia. Multitud de empresas se dedican a organizar viajes en busca de unas sensaciones que no dejen indiferente ni al más valiente. El barranquismo, el rafting, la escalada, la espeleología o el submarinismo han dado paso a actividades como puenting (o su variante, el goming), paracaidismo, parapente o a la caída libre. Deportes que en su día no fueron seguidos por muchas personas y hoy suponen un gran atractivo.

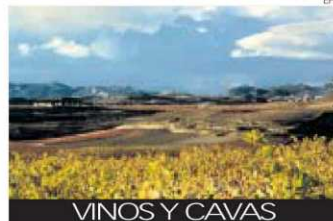


BELGERS

CULTURAS

TURISMO VIVENCIAL

El Turismo Vivencial tiene como principal objetivo conocer otras culturas. Para ello, familias dedicadas principalmente a las actividades agropecuarias y de pesca artesanal abren sus casas para alojar al visitante, mostrándole sus costumbres y tradiciones. El Turismo Vivencial tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, en un proceso de encuentro y diálogo entre personas de dos culturas, con la disposición hacia esa solidaridad que sólo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona. Es muy común en Perú.



EFE

VINOS Y CAVAS

EL MUNDO DE LA ENOLOGÍA

El turismo enológico está dedicado a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola de una determinada zona a través de la degustación de sus vinos y la visita a bodegas y viñedos. En España hay 17 Rutas: Bullas (Murcia), Jumilla (Murcia), La Mancha, Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez, Montilla-Moriles, Navarra, Rías Baixas, Rioja Alavesa (Alava), Somontano (Aragón), Tacoronte-Acentejo (Canarias), Ruta del Vino y del Cava del Penedés (Cataluña), Ribera de Duero (Castilla y León), Rioja (La Rioja), Condado de Huelva, Ribeiro (Galicia), Utiel-Requena (Comunidad Valenciana) y Acoden-Daute-Isora (Canarias).



RADU SICHETI

VIDA SALVAJE

EL TURISMO

Viajar a África para descubrir el interesante mundo animal es una experiencia que cada vez más personas optan por vivir. Una de las regiones más solicitadas es Namibia pues cuenta con importantes parques nacionales y con el famoso desierto de Namibia. En este tipo de viajes, que están a caballo de los turísticos y de aventuras, los turistas tienen la oportunidad de ver el mundo animal que tantas veces ha sido objeto de documentales en su hábitat natural. Generalmente se suele acudir en los meses de mayo a septiembre porque las temperaturas son más moderadas.