Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
École doctorale de géographie de Paris
UMR 8504 Géographie-cités

Universitat de Girona
Departament d'Organització, gestió
empresarial i disseny de producte

La coproduction d'une ville. Sociabilité et spatialité des résidents et des touristes LGBT+ à Barcelone

Jordi Calabuig Serra

Thèse pour l'obtention du grade de docteur
en géographie de l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
et en tourisme de l'Universitat de Girona

Présentée et soutenue publiquement à Paris le 2 juillet 2025

Membres du jury :

Raquel Camprubi Subirana	Professeure Agrégée Universitat de Girona	Rapporteuse
Nadine Cattan	Directrice de recherche au CNRS UMR Géographie-cités	Directrice de thèse
Jean-Christophe Gay	Professeur des universités Université Côte d'Azur	Examinateur
Maria Gravari-Barbas	Professeure Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	Examinatrice
Emmanuel Jaurand	Professeur des Universités en géographie Université d'Angers	Rapporteur
Lluís Prats Planagumà	Professeur Universitat de Girona	Directeur de thèse

Image de couverture	**Img. 0.1 Mural de K. Haring (1989) de lutte contre le Sida au quartier du Raval, Barcelone**
En bas à gauche	**Img. 0.2 La Sorbonne, Paris**
En bas à droite	**Img. 0.3 Faculté de Lettres et Tourisme, Gérone**
Page suivante	**Img. 0.4 Poème écrit par un inconnu d'Ispahan en 2001**
Dernière page	**Img. 0.5 Vignette d'*Astérix chez les Helvètes* [1970] R. Goscinny et A. Uderzo, Hachette, p. 44**

Auteur des images 0.1, 0.2, 0.3 et 0.4 : © Jordi Calabuig Serra

Dédicace

Août 2001, à Ispahan, Iran.

Le serveur d'un restaurant populaire, avec lequel nous avons établi une certaine complicité visuelle tout au long du repas, nous glissa discrètement un papier écrit en farsi, sa langue.

Nous, mon compagnon et moi, le quittâmes dans l'impuissance de l'analphabétisme et le lourd souci de la prudence, convaincus que ce garçon, comme nous, était homosexuel, qu'il s'en était aperçu et qu'il s'était vu reflété en nous.

Il y avait écrit un poème contemporain qui raconte comment les choses peuvent devenir amères en un instant, que la tristesse était née en lui et l'avait plongé dans le désarroi.

Je lui dédie ce travail.

À lui et à toutes les personnes qui ne peuvent pas aimer librement parce qu'elles vivent sous le fardeau de l'intolérance.

Remerciements

À l'université

Après mes études en licence, je n'ai jamais vraiment quitté l'université. Ma vie professionnelle, mes études tout au long de la vie, mes relations avec mes collègues et même ma famille et certaines amitiés m'y ont rapproché à différents degrés. J'y étais toujours un peu. Mais y revenir pour y élaborer une thèse a été une véritable immersion, et je tiens à remercier vivement mes deux universités et leurs membres.

Les doctorants, les professeurs et les chercheurs, ainsi que le personnel administratif, technique et de service du campus Barri Vell à Gérone ainsi que des campus Condorcet à Aubervilliers et Olympe de Gouges à Paris. Tout comme les belles connaissances que j'ai faites lors des colloques que la pandémie n'a pas gâchés. Je remercie également mes nouveaux collègues de l'Université Gustave Eiffel, de l'Institut Catholique de Paris et de l'Institut national de tourisme Innto France de l'Université d'Angers.

Une pensée reconnaissante également pour toutes les chercheuses et tous les chercheurs qui m'ont précédé et qui ont laissé leur trace dans des écrits que j'ai eu l'occasion de lire, puisqu'une thèse se construit sur le terrain mais aussi sur ce que d'autres ont bâti avant nous.

Je tiens à exprimer une gratitude toute particulière à ma directrice Nadine Cattan et à mon directeur Lluís Prats Planagumà, qui m'ont tant appris, toujours avec une grande bienveillance, au fil de mes années de thèse. Également à Raquel Camprubí Subirana, Jean-Christophe Gay, Maria Gravari-Barbas et Emmanuel Jaurand, pour avoir accepté de faire partie du jury de cette thèse.

Je vais maintenant mentionner quelques noms spécifiques au sein de plusieurs groupes de personnes. Ceux que je ne cite pas explicitement, veuillez m'en excuser, mais sachez que vous êtes également toutes et tous présents dans mes pensées. Vous êtes très nombreux, et cela contribue à réfuter l'idée reçue selon laquelle la rédaction d'une thèse est synonyme d'une grande solitude.

Tout d'abord, à Ludovic Chalonge pour l'aide reçue dans la réalisation de la cartographie et à tous ceux qui m'ont donné des pistes pour mener à bien l'enquête et le manuscrit. En termes de soutien, à Candice Zaninetti de l'École doctorale de Géographie de Paris, toujours présente avec bienveillance et réactivité.

Une mention spéciale à ceux qui m'ont encouragé à me lancer dans la rédaction de cette thèse, comme Joan Vicente Rufí, qui m'avait tant insisté. À Delphine Spicq et aux autres qui ont fait le précieux travail de lire et réviser soigneusement de larges parties de cette thèse.

À Camille Dabestani ainsi qu'aux autres doctorants du laboratoire Géographie-cités avec qui s'est établie une collaboration inestimable, en partageant des moments, des conseils et des astuces, des mots gentils, des questions posées au moment précis, des suggestions et des débats. Un ensemble d'échanges qui, au fil des mois, s'est avéré extrêmement utile et enrichissant, nécessaire, voire indispensable, parfois même comme un véritable canot de sauvetage.

Aux enquêtés

Je ne peux pas les nommer par leurs prénoms. Parfois, je ne connais même pas leurs vrais prénoms, mais ils m'ont raconté de riches morceaux de leur vie qui m'ont permis de développer mon sujet.

J'envisageais une enquête de terrain sur place, sur les lieux, avec les gens, de Barcelone et d'ailleurs. Des résidents habitant un peu partout dans la ville et ses environs, ainsi que des touristes venant des quatre coins du monde. J'y suis parvenu : une cinquantaine de Barcelonais et d'anciens touristes résidant dans une trentaine de pays, ainsi que d'autres rencontres faites sur le terrain, qui m'ont apporté leurs précieux témoignages. C'est grâce à eux tous que j'ai pu rédiger cette thèse.

Ma reconnaissance à iels, à elles, à eux.

Un petit mot pour la cinquantaine d'associations et groupes de Barcelone que j'ai contactés pour accéder à quelques-uns de mes informants. Je tiens également à remercier les gens de La Lleialtat Santsenenca, qui m'ont permis de réaliser dans leur centre une grande partie des entretiens.

À mon entourage

De la même façon que le touriste interfère dans le quotidien du résident (et vice-versa), une thèse en élaboration s'immisce dans le quotidien du thésard (et viceversa). C'est donc tout à fait juste et nécessaire d'exprimer ma gratitude envers mon entourage intime. Quelques petits clins d'œil…

À Montserrat Masnou, qui assurait des cours de géographie dans mon lycée, et à tous les professeurs de sciences sociales qui m'ont insufflé l'amour de la géographie. À Vincent Hardy et à tous les professeurs de français qui m'ont porté jusqu'ici, bien plus loin que ce à quoi je m'attendais.

À Anna Neubauer de Neuchâtel, que j'ai rencontrée en tant que touriste à Damas, qui m'a parlé d'Istanbul et du Kurdistan, à elle et à toutes celles et ceux qui m'ont inspiré à plonger moi-même dans le monde de la recherche. À David Pinheiro et aux autres amis qui, parfois, me voyaient l'esprit ailleurs. À ceux qui, avec leur franc-parler, m'ont aidé à rendre intelligibles mes pensées.

À celles et ceux qui ont joué un rôle sans même en être conscients. À ceux qui m'ont soutenu lorsque, en pleine thèse, j'ai déménagé de Sant Pere de Vilamajor à Paris, de Paris à Vincennes, et de Vincennes à Angers, et d'Angers à Paris. Aux musiciens ayant composé la bande sonore qui m'a accompagnée tout au long de la rédaction de cette thèse, notamment Arvo Pärt.

Et bien évidemment à ma famille. À ceux qui ne sont plus là, comme Montserrat Serra Baldoyra, ma mère, qui est décédée à mi-parcours de ma thèse. Et à ceux qui sont toujours à mes côtés, comme mon cher Eduard Nierga Adroher, compagnon de longue date et camarade de voyages.

On peut bien consacrer des années à rédiger une thèse, mais ces années-là représentent bien plus que les années de la thèse.

Notes de lecture

Traductions

Des traductions de textes en catalan, espagnol, anglais et portugais ont été réalisées par mes soins.

Lorsqu'il s'agit de citations littérales d'auteurs ou de sites web, je l'indiquerai par (T.A.) pour *Traduction de l'auteur*. Dans les épigraphes, les versions originales – ou leurs traductions par un traducteur professionnel, si le roman a été traduit en français – ont été conservées, et des traductions sont proposées en note de bas de page.

Afin de faciliter la lecture de cette thèse, il a été choisi de présenter les verbatims des interviewés en version traduite dans le texte. Cependant, les versions originales en catalan et en espagnol sont disponibles en annexe. Dans ce cas, il n'est pas indiqué par un (T.A) parce qu'il a été fait systématiquement et pour éviter les répétitions.

Anonymisation

Toutes les personnes interviewées ont été anonymisées avec un faux nom dans le but de garantir le respect de leur vie privée. Le chapitre 3 propose un tableau présentant leur profil, mais dans le texte, elles sont toujours accompagnées des informations minimales nécessaires à une meilleure compréhension de l'interlocuteur par le lecteur :

Paula (30)	faux nom et âge réel
Pere (71*)	faux nom et âge approximatif

Lorsqu'une personne référencée est un touriste ayant répondu au questionnaire ou une personne rencontrée dans le cadre d'une observation participante, cela est indiqué comme suit :

Yukio (52 Q)	faux nom, âge réel, répondant au questionnaire
Zulema (38* Obs.)	faux nom, âge approximatif, rencontrée lors d'une observation

Communauté LGBT+

Au moment opportun, le choix du sigle LGBT+ est justifié, ainsi que la raison pour laquelle d'autres sigles ou termes alternatifs n'ont pas été retenus, de même que le sens donné à l'expression « communauté LGBT+ ».

Toutefois, il est important de préciser d'emblée que ces notions sont abordées avec la plus grande flexibilité possible afin d'englober le spectre le plus large de personnes pouvant s'y identifier.

Introduction générale : Dépasser la dualité résident-touriste ?

Quand on porte la géographie en soi, il est impossible de ne pas se poser certaines questions sur l'environnement qui nous entoure. Des questions qui, souvent, sont orientées vers la dimension spatiale de ce qui se passe autour de nous. C'est peut-être pour cela que le tourisme est un domaine particulièrement riche pour les géographes, tant par l'expérience personnelle du voyage que, dans ce cas, par la recherche.

Souvent, en voyageant, des questions m'ont assailli, des questions qui parfois n'ont pas de réponse et deviennent récurrentes. Généralement sur les gens et les lieux. Des questions qui, parfois, naissent simplement du regard, et d'autres fois, émergent à partir de conversations, comme lorsque, à Taïwan, un étudiant indien nous a raconté qu'il ne voulait pas retourner dans son pays, où l'attendait une vie incluant un mariage avec une femme, alors qu'il aurait voulu vivre une vie différente aux côtés d'un homme. Ou comme lorsqu'à Barcelone, un touriste algérien nous explique qu'il profite de ses voyages en Europe pour vivre avec des hommes ce qui serait bien plus compliqué à réaliser dans son pays de résidence.

Des faits et des expériences qui, pour moi, touriste, sont un épisode, et qui, pour eux, résidents, sont une vie. Ou vice versa.

Il s'agit de conversations et de situations qui ont profondément marqué mon moi touriste et mon moi résident, bien au-delà le moment du voyage. Certaines expériences ont été véritablement transformatrices. C'est à partir du vécu, de ce qui nous entoure, que cette thèse prend naissance.

Mon positionnement dans ce travail a impliqué un effort de réflexivité afin de m'éloigner suffisamment du sujet d'étude pour que mes liens avec lui ne le déforment pas, tout en les exploitant à mon avantage. En effet, le fait d'avoir une certaine trajectoire personnelle liée à l'âge, d'avoir eu l'occasion de voyager, d'avoir vécu à Barcelone et ailleurs, de parler couramment les deux langues officielles de la ville étudiée, d'appartenir à la communauté LGBT+ sont autant d'éléments qui peuvent influencer ma manière d'aborder cette recherche. C'est pourquoi ils ont été assumés comme des atouts potentiels.

Rééquilibrer l'approche de la durabilité du tourisme : une place pour la dimension sociale

Le tourisme durable est le grand paradigme du tourisme du début du XXIe siècle. Il est au cœur des débats, de l'ONU Tourisme aux destinations locales, des chaînes hôtelières internationales aux petites entreprises familiales, du Nord global au Sud global. Cependant, les stratégies et les discours mettent largement l'accent sur les aspects environnementaux, considèrent comme acquise la nécessité de la durabilité économique et ne font souvent que citer la dimension sociale.

Or, le tourisme est un phénomène social dont le pouvoir transformateur est souvent sous-estimé. Il se territorialise progressivement en fonction de pratiques et de représentations des lieux en perpétuelle évolution, induisant des changements profonds dans les sociétés (Équipe MIT, 2011). Cela a conduit certains auteurs à considérer le tourisme comme un élément consubstantiel des destinations touristiques

(Zerva et al., 2018), tandis que d'autres alertent sur la nécessité de repenser globalement un système qui, malgré les discours généralisés sur la durabilité, devient de plus en plus insoutenable. En effet, ce système ne s'attaque pas aux causes profondes des problématiques environnementales que le tourisme, notamment international, engendre (Higham et al., 2021) (Fletcher et al., 2023).

Pourtant, s'il est un aspect particulièrement négligé, c'est bien celui de la dimension sociale de la durabilité, qui reste non seulement sous-estimée, mais également insuffisamment concrétisée dans les pratiques (Vera Rebollo, 2001) (Torres-Delgado & López Palomeque, 2014). Certes, il y a des études qui se sont intéressées au tourisme par le biais de l'humain (Leroux, 2007), et ces dernières années, les recherches sur le sujet se sont multipliées, abordant des phénomènes tels que le surtourisme (Fletcher et al., 2019) (Duhamel, 2023) ou le rejet des touristes et de l'activité touristique (Quaglieri Domínguez, 2017). (Ballester, 2018) Toutefois, rares sont les études qui s'intéressent aux aspects positifs de la dimension sociale du tourisme, notamment aux effets bénéfiques des relations que celui-ci permet. Or, ces interactions constituent l'une des grandes contributions que le tourisme peut offrir à la société (Donaire, 2019) (Coëffé, 2023).

En effet, la coprésence et les relations éventuelles entre individus, qu'ils soient résidents ou touristes, dans la destination offrent une perspective particulièrement pertinente pour aborder cette dimension sociale. À cet égard, la littérature sur l'attitude des résidents envers les touristes est très vaste, de même que les études portant sur le comportement des touristes en destination. Cependant, ces recherches ont tendance à adopter une approche pessimiste en mettant l'accent sur les conflits (Deery et al., 2012) (Sirakaya-Turk et al., 2014) (Cardona et al., 2024), ou à rester trop sectorielles en définissant la population locale uniquement à travers les individus les plus proches du phénomène touristique, souvent des professionnels du secteur, ce qui renforce une fois de plus la prédominance de la dimension économique (Sharpley, 2014).

C'est pourquoi notre choix dans ce travail est d'aborder ces relations à travers les pratiques sociales, et non économiques, afin d'en examiner les effets immédiats ainsi que les retombées à moyen et long terme.

Le débat est, bien souvent, d'ordre méthodologique. En effet, comment aborder deux populations, touristique et locale, qui sont à la fois quantitativement très vastes et qualitativement extrêmement diversifiées ? Certains auteurs ont suggéré qu'il est nécessaire de segmenter ces populations en fonction d'affinités mutuelles, en identifiant des éléments substantiels qu'elles partagent, afin d'analyser les deux groupes selon des critères d'égalité (Pizam et al., 2000).

Le fait d'être une personne LGBT+ constitue l'option que nous avons jugé pertinente pour dépasser cette difficulté. Si certaines études ont examiné la manière dont la population locale accueille les visiteurs LGBT+ (Monterrubio Cordero, 2010) (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016), les relations entre résidents et touristes LGBT+ restent un champ encore très peu exploré (Monterrubio, 2021).

Une autre question que nous avons souhaité éviter est celle de la dichotomie touriste-résident, une catégorisation largement mobilisée dans les études touristiques, mais très contraignante en admettant que ces deux groupes sont extrêmement hétérogènes (Équipe MIT, 2002) (Violier, 2017). C'est pourquoi nous avons opté pour la notion plus sociologique de communauté LGBT+ (Chauvin & Lerch, 2013), sans pour autant la figer dans un cadre strict. En effet, nous prenons en compte tous les profils susceptibles de s'identifier d'une manière ou d'une autre sous cet acronyme, et indépendamment du rôle qu'ils adoptent dans cette étude, qu'ils soient résidents ou touristes.

Ainsi, il s'agit d'examiner la manière dont cette communauté de personnes LGBT+ présentes dans la destination interagit, comment ces relations se développent, quels facteurs les influencent, sous quelles temporalités elles prennent forme et, bien évidemment, dans quels espaces. Enfin, nous envisageons cette approche relationnelle comme un moyen d'apporter un éclairage sur les processus d'acceptabilité mutuelle entre résidents et touristes.

Pour ce faire, le travail se concentre sur une destination, Barcelone, et sur un type de tourisme, celui concernant les personnes LGBT+. Il s'agit donc de développer une perspective relationnelle du tourisme LGBT+, à la croisée des études touristiques et des géographies des sexualités.

Aborder le tourisme LGBT+ par le relationnel : trois hypothèses de recherche

Afin de saisir les recompositions des espaces touristiques à Barcelone en intégrant la dimension sociale de la durabilité touristique, l'objectif de la thèse est d'analyser les formes de socialisation des personnes LGBT+, qu'elles soient résidentes ou touristes, à travers leurs pratiques récréatives et leur fréquentation et représentations des différents espaces à Barcelone. Plus précisément, il s'agit d'explorer les processus de territorialisation de ces interactions et d'identifier les spatialisations qui en découlent.

Cette recherche repose sur trois hypothèses.

La première est que, au-delà de la perspective économiste du tourisme, la dimension sociale des relations entre résidents et touristes est essentielle pour comprendre les pratiques de loisirs des uns et des autres et, par conséquent, non seulement leur dimension territoriale, mais aussi leur acceptabilité mutuelle. Pour ce faire, il conviendra de prendre du recul par rapport au discours du secteur des loisirs et du tourisme, largement centré sur un certain type de clientèle gay masculine. Certains auteurs soulignent que ce modèle ne constitue qu'une simple transposition du cadre commercial hétéronormatif, une sorte de déjà-vu de *« business-as-usual »* (Ooi, 2021). Toutefois, des documents commencent à émerger abordant la question du spectre LGBT+ dans son ensemble en tant qu'opportunité économique (Guaracino & Salvato, 2017).

La deuxième hypothèse est que les spatialités LGBT+ à Barcelone sont bien plus diversifiées et étendues que les territorialités normatives façonnées et publicisées par l'offre commerciale de loisirs LGBT+, qui déterminent d'ailleurs largement l'attractivité de Barcelone en tant que destination LGBT+. L'angle sous lequel nous aborderons cette hypothèse est celui des pratiques touristiques, en tant qu'élément structurant de l'évolution du tourisme et pierre angulaire sur laquelle repose le tourisme contemporain (Équipe MIT, 2011). Dans le cadre de notre étude, l'accent sera mis sur les pratiques de loisir – qu'il s'agisse de celles du résident dans son quotidien ou du touriste dans la destination – en les appréhendant dans toute leur diversité (Dahl & Barreto, 2021).

Enfin, la troisième hypothèse considère que les relations entre résidents et touristes peuvent engendrer de nouvelles mobilités après le voyage touristique initial, conférant ainsi à ces interactions une portée temporelle et spatiale bien plus vaste que celle du séjour à destination de Barcelone. Dans cette perspective, il conviendra de prendre en compte les mobilités globales de la scène gay internationale, dans laquelle Barcelone – ainsi que la voisine Sitges – occupe une position relativement établie (Binnie, 2004) (Johnston, 2005). Par ailleurs, l'évolution des dernières décennies montre que l'Espagne est non

seulement un pays récepteur de touristes, mais également un pays émetteur (López Palomeque et al., 2022).

Cette perspective de recherche permet une analyse socio-spatiale plus détaillée de la ville LGBT+, au plus près des pratiques individuelles et collectives, à la fois des résidents et des touristes LGBT+, ce qui pourrait ouvrir la voie à une double applicabilité future des stratégies touristiques à destination des personnes LGBT+. Il s'agit d'une part, de ne plus restreindre la ville à celle façonnée par l'offre commerciale de loisirs LGBT+ et de montrer qu'une autre Barcelone existe, qu'elle est plus étendue et intègre d'autres formes de loisirs culturels, proches de la nature ou bien militant et engagé. Cela conduirait à offrir aux acteurs du tourisme des pistes d'amélioration pour la promotion de la ville auprès du public LGBT+. Il s'agit d'autre part, de montrer comment cette approche par le relationnel pourrait enrichir la compréhension des besoins des résidents et des touristes, et en conséquent favoriser des politiques d'inclusion de la diversité, qui ont contribué à la renommée internationale de la ville.

Approche méthodologique mixte par une enquête auprès des personnes LGBT+ qui font la ville

La méthodologie de recherche adoptée est mixte et combine des entretiens, un questionnaire et des observations. Les entretiens semi-directifs menés auprès de personnes LGBT+ vivant à Barcelone ont permis d'aborder les pratiques spatiales des individus et, en particulier, de faire émerger, notamment à travers l'élaboration de cartes mentales personnelles, une cartographie inédite des lieux qui, a priori, ne sont peut-être pas connus par la communauté LGBT+ et donc moins évidents, mais qui revêtent une importance particulière pour les interlocuteurs.

Grâce également au questionnaire en ligne mené auprès de touristes LGBT+ après leur visite de la ville, on obtient un contrepoint issu d'une ville vécue au cours du voyage. Les pratiques spatiales des touristes viennent confirmer cette cartographie d'une ville LGBT+ au-delà des lieux connus et visibles.

En parallèle de ces deux démarches, des observations participantes ont été réalisées dans des lieux LGBT+, combinant des espaces issus de l'offre commerciale, des lieux fréquentés lors d'événements significatifs et d'autres endroits dont l'intérêt est apparu à travers les résultats de l'enquête elle-même.

Concernant la désignation de l'objet d'étude lui-même, les résidents et les touristes LGBT+, parmi les nombreuses options disponibles, nous avons choisi d'utiliser dans cette thèse la notion de « LGBT+ » à la fois comme substantif pour désigner toutes les personnes qui ne se sentent pas strictement hétérosexuelles et comme adjectif pour faire référence à tous les attributs qui les concernent. S'en tenir à ces quatre lettres correspond à l'usage le plus courant à Barcelone, où « LGTB » est utilisé indifféremment en catalan et en espagnol, mais la version française plus habituelle est adoptée, celle qui place le « b » avant le « t ». Le signe « + » est ajouté, ce qui est de plus en plus répandu, pour inclure d'autres minorités sexuelles et de genre. Les acronymes plus longs, tels que « LGBTI », également largement utilisé à Barcelone, et d'autres acronymes encore plus étendus intégrant le « Q » et/ou le « A » ont été écartés, compte tenu du débat en cours sur leur définition. Le terme « queer » est également écarté en raison de son usage peu établi en Espagne, bien qu'il soit largement utilisé dans la littérature anglo-saxonne.

Quant aux verbatim des enquêtés, ils sont présentés traduits en français. Les textes initialement rédigés en catalan et en espagnol ont été traduits en français afin de garantir leur compréhension par le lecteur

francophone, tout en préservant le registre et le ton des versions originales, parfois relativement informels. Certaines nuances des textes originaux peuvent ainsi s'en trouver altérées, mais elles ont été rassemblées dans l'une des annexes pour les lecteurs maîtrisant les langues originales.

Barcelone, une ville et une destination touristique : entre succès et remise en question

Il y a trois raisons principales qui font de Barcelone un lieu pertinent pour mener une étude de ce type. Tout d'abord, avant d'être une destination touristique, Barcelone est une ville riche et diverse, avec des dynamiques urbaines complexes. Comme de nombreuses autres métropoles, elle a constitué un point de référence pour de nombreuses personnes LGBT+, influencées par l'idée largement répandue que la ville permet davantage de se construire et de s'affirmer en tant que personne LGBT+ (Eribon, 2012). En ce sens, Barcelone est une ville qui, dans son contexte, a été marquée par les mouvements sociaux LGBT+, dû notamment au cours du dernier siècle (Morales & Pollina, 2018).

Ensuite, Barcelone est une destination touristique ordinaire significative, où le segment LGBT+ de l'offre et de la demande occupe une place importante sans être dominant. Cet équilibre entre un positionnement secondaire du tourisme LGBT+ et la présence de résidents LGBT+ permet d'envisager une certaine représentation et même un équilibre entre ces deux populations, du moins par rapport au reste des habitants de la ville.

Enfin, le modèle urbain de Barcelone présente des caractéristiques particulières qui peuvent favoriser la réalisation d'une recherche de ce type. D'une part, la ville est à l'avant-garde dans la construction d'un espace inclusif où les personnes LGBT+ devraient pouvoir se sentir à l'aise en toutes circonstances, que ce soit dans leur quotidien en tant que résidents ou lors d'une visite touristique. D'autre part, le modèle touristique est en débat constant et constitue un sujet largement discuté tant par les résidents que par les touristes interrogés, ce qui enrichit considérablement le croisement de leurs perspectives.

Il convient de préciser que les limites spatiales de ce que l'on entend par « Barcelone » ont été laissées à l'appréciation des répondants eux-mêmes. Ainsi, certaines visions de résidents incluant la banlieue de Barcelone ainsi que certains autres lieux proches, évoqués par les uns et les autres, ont été pris en compte.

Un manuscrit en trois volets

La thèse s'articule en trois parties. La première section présente l'état de l'art, en mettant l'accent sur les études touristiques portant sur les relations entre résidents et touristes, ainsi que sur le tourisme LGBT+. Cette partie inclut également la présentation de la méthodologie appliquée, Barcelone en tant qu'étude de cas, ainsi que le positionnement de la recherche.

La deuxième partie est consacrée aux acteurs, à la communauté LGBT+, qui englobe, dans le cadre de cette thèse, aussi bien les résidents que les touristes. Cette section est essentielle, car elle apporte une clarification des profils des populations étudiées dans cette recherche et permet de mieux appréhender la grande diversité des individus qui en font partie. Pour cerner les contours des individus pris en compte

dans la thèse, cette section aborde les questions d'identité sexuelle et de genre, les trajectoires de vie ou encore la gestion de la peur, des éléments communs et que partagent la majorité des personnes LGBT+. Cette partie présente également des modèles de loisirs et de voyage, souvent centrés sur l'univers gay et commercial et les aborde avec une approche réflexive et critique. Enfin, elle examine les relations entre résidents et touristes, ainsi que les modalités de l'acceptabilité mutuelle entre les uns et les autres.

La troisième partie est consacrée à la dimension spatiale des pratiques de loisirs des personnes LGBT+ à Barcelone. Elle dresse une cartographie détaillée des territoires LGBT+ qui émergent de l'enquête, qu'il s'agisse de ceux liés à l'offre commerciale, des lieux effectivement fréquentés par les résidents ou encore des représentations de la ville LGBT+ et de la destination touristique LGBT+ par les deux populations concernées, résidents et touristes. Ce croisement de perspectives révèle qu'il n'existe pas une seule Barcelone LGBT+, mais un paysage multiple bien plus complexe qui émerge grâce à des affinités communautaires qui dépassent largement la binarité d'une approche qui différencie les résidents des touristes.

Enfin, la section des annexes contient plusieurs éléments qui complètent le chapitre méthodologique, comme l'intégralité du questionnaire destiné aux touristes, les verbatim originaux en catalan ou en espagnol recueillis lors des entretiens avec les touristes, ainsi qu'un résumé de la thèse en quatre langues.

Partie I · État de l'art et méthode

Cette première section est consacrée à établir le cadre conceptuel et méthodologique de la recherche, articulé en trois chapitres. Les deux premiers offrent une synthèse de l'état de l'art, tandis que le troisième expose la méthodologie adoptée:

- **Chapitre 1 · Les relations entre la population locale et les touristes**

  Le premier chapitre examine les relations entre résidents et touristes, en présentant les approches et méthodes utilisées ainsi que les objectifs des études antérieures.

- **Chapitre 2 · Les géographies du tourisme LGBT+**

  Le deuxième explore la géographie du tourisme LGBT+, au croisement des études touristiques et des géographies des sexualités.

- **Chapitre 3 · Aborder le tourisme LGBT+ à Barcelone par le relationnel**

  Enfin, le troisième chapitre expose les objectifs et hypothèses initiales, Barcelone comme terrain d'étude, la méthodologie employée – comprenant des entretiens, un questionnaire et des observations participantes – ainsi que la posture personnelle du chercheur face à ce projet de recherche.

1 Les relations entre la population locale et les touristes

> *« Le problème avec les touristes, c'est qu'ils sont eux-mêmes leur pire ennemi, parce qu'ils tiennent à rester eux-mêmes partout où ils vont. Ils semblent aveugles aux subtilités d'un lieu qui n'a pas tant de beautés que ça, en tout cas pas autant que certaines autres destinations exotiques. Ils semblent sourds aux signaux qu'un lieu envoie toujours »*
>
> K. Sello Duiker, *La sourde violence des rêves* (2001)
> Éditions Zoé, Genève, 2023, p. 327

Le tourisme est un phénomène social par lequel un certain nombre de personnes se déplacent temporairement dans des lieux qui ne sont pas leurs lieux habituels, généralement à des fins de loisirs ou récréation. De cette définition simple et basique émergent de multiples retombées. Il implique, par exemple, des interactions entre les espaces et entre les personnes qui peuvent changer les attentes, les attitudes, les opinions et, pourquoi pas, les modes de vie des touristes et de la population locale (Sharpley, 2014).

De ce point de vue, le tourisme prend une dimension beaucoup plus large que le simple échange commercial dans le cadre d'une activité économique. Un tourisme qui peut entraîner des répercussions au-delà du fait touristique et du moment touristique en plaçant sur le plan social et culturel, avec une vision large, ce que le tourisme a comme expérience transformatrice, tant pour les touristes que pour les populations qui les accueillent.

Ce chapitre présente en trois sections la manière dont le monde académique a abordé la relation entre les touristes et les populations locales. Tout d'abord, les objectifs principaux de ces études sont exposés pour ensuite analyser les méthodes utilisées et les résultats obtenus. Ces deux premières parties mettent en exergue une vision qui pivote autour des intérêts économiques de l'industrie du tourisme. Or, la troisième partie versera sur la spatialité de ces relations et le coté sociale de ces relations en vue d'aborder cette question sous l'angle de la durabilité sociale du tourisme, véritables enjeux sur lesquels cette thèse va se pencher.

1.1 Prioriser une approche par les enjeux de l'industrie touristique

L'intérêt pour les relations entre la population locale et les touristes s'est reflété dans la littérature académique des dernières décennies de différentes disciplines telles que l'ethnographie, la psychologie, la sociologie, la géographie, l'économie ou le marketing. Bien que les approches soient diverses et la variété de focus d'intérêt assez large, celles qui mettent l'accent sur les perceptions ou les attitudes des uns envers les autres, prévalent et ils le font presque toujours avec la question économique en arrière-plan, que ce soit de manière implicite ou explicite.

Les travaux élaborés dans le domaine des études touristiques pivotent généralement soit autour du comportement du touriste et de ses effets sur la population locale, soit sur l'attitude de la population locale envers le tourisme et le développement de cette activité dans son territoire. En effet, essayer de comprendre le touriste dans sa relation avec la population locale va souvent de pair avec l'idée d'assurer sa satisfaction et éventuellement de trouver le moyen d'améliorer l'expérience touristique. Du côté de la population locale, l'attitude du résident est souvent mesurée en termes d'équilibre entre coûts et bénéfices avec l'acceptabilité du tourisme à l'horizon pour éviter le rejet de cette activité et entrevoir la faisabilité de développements futurs.

Cette section traite de ces deux approches. D'un côté, de l'enjeu d'étudier le touriste par la réussite de son expérience touristique à partir du rôle donné au résident, soit comme prestataire de services, soit comme un élément du paysage, soit comme quelqu'un qui enrichit ou apporte une valeur supplémentaire. De l'autre, en assumant un certain pouvoir de la population locale, se montrent les approches réalisées pour comprendre l'attitude du résident à l'égard du tourisme et des touristes à partir d'analyses qui s'intéressent au bilan entre les coûts et les bénéfices que le tourisme génère. Pour ce faire, une attention spéciale est prêtée aux éléments qui influencent les individus, tels que les caractéristiques de la destination, les circonstances personnels des résidents, les interactions avec les touristes et d'autres problèmes sociétaux qui influencent leurs perceptions.

a Améliorer l'expérience touristique

Le postulat de départ est donc qu'une personne, que nous appelons un touriste, se déplace. Un sujet qui est à la base de ce que l'on appelle le secteur ou l'industrie du tourisme, un sujet économique autour duquel un secteur non négligeable a été bâti dans le cadre du système économique mondial actuel. En effet, l'OMT estime les recettes totales d'exportation du tourisme en 1 500 milliards d'euros en 2023, ce qui représente 3 % du produit intérieur brut mondial (UNWTO, 2024). Il semble logique, en raison des implications pareilles, qu'il y ait un intérêt à comprendre ce sujet, ses attentes, ses comportements, ses attitudes et son niveau de satisfaction en tant que touriste et à le faire sous différents angles. Dans ce cadre, il n'est pas surprenant que le degré de satisfaction des visiteurs soit précisément l'un des grands centres d'intérêt des études visiteur-hôte (Zerva et al., 2018).

En effet, les études touristiques ont montré que la relation avec la population locale – souvent incarnée par les travailleurs du secteur, mais pas seulement – est l'un des éléments permettant d'appréhender le touriste et son expérience dans la destination. Inévitablement, le résident fait partie de l'expérience touristique parce que, bien qu'il puisse jouer des rôles très divers dans cette expérience, il est inévitablement là.

Cette section s'organise en fonction des rôles que le touriste confère à la population locale, c'est-à-dire selon qu'il le circonscrit dans les relations logiques et nécessaires au sein du secteur touristique ou qu'il le recherche activement pour d'autres raisons.

Étudier le touriste dans sa bulle

Les intérêts ou les attentes économiques de la population locale et la nécessité d'accéder aux services touristiques du visiteur sont, pour plusieurs auteurs, le principal point de rencontre entre les uns et les autres. Ainsi, de nombreuses études se sont concentrées sur seulement une partie de la population locale, précisément la plus proche du secteur touristique, celle qui a des intérêts commerciaux avec eux. Il s'agirait de relations dans le cadre de ce que certains auteurs appellent la *culture du tourisme* (Jafari, 1987), une sorte d'espace social autour du touriste auquel la population locale participe essentiellement par intérêt commercial (Reisinger & Turner, 2011). Il s'agit, pour ainsi dire, de relations mises en scène dans lesquelles l'hôte accueille le client en déployant des stratégies pour le recevoir chaleureusement en recréant une atmosphère de convivialité qui éclipse l'intérêt commercial (Giraud, 2007). Cette stratégie d'accueil repose sur l'idée que les émotions jouent un rôle central dans l'expérience du touriste et dans la réalisation de ses attentes, de telle façon que la gestion de celles-ci devient une question capitale (Parker & Mathews, 2001).

Dans la mesure où une grande partie de ces attentes des touristes dépendent du comportement de la population locale à leur égard, les travailleurs du secteur peuvent être considérées comme le groupe le plus important pour comprendre l'influence des habitants sur l'expérience des touristes (Telfer & Sharpley, 2016). En conséquence, le fait d'axer la notion de population locale – et d'éventuelles stratégies d'action – sur les travailleurs du secteur du tourisme peut faciliter l'adoption de mesures visant à minimiser les effets indésirables et à maximiser les effets positifs, d'autant plus que ce segment de la population locale est plus accessible et plus impliqué vis-à-vis de l'activité touristique. Dans cette perspective, du côté de la population locale, les protagonistes de cette relation avec les touristes seraient les résidents qui participent directement ou indirectement au secteur du tourisme, ceux qui font partie de l'engrenage (Draper et al., 2011).

Dans ce cadre, l'accent est mis principalement sur le touriste et ses besoins liés aux services touristiques. Il s'agit d'un angle d'analyse qui peut être valable pour ces touristes qui, pour une raison quelconque, limitent leur expérience avec le résident à la simple coïncidence aux points de service de l'offre touristique et de loisirs et à des attentes mutuelles qui placent le résident dans un rôle de service aux visiteurs. Les motivations du touriste pour cette limitation peuvent être multiples, de la méconnaissance de la langue locale à la légitime volonté de ne pas vouloir entretenir de relation avec la population locale. Mais, quelles que soient les motivations de ce choix, c'est une perspective d'analyse qui comporte au moins deux grands biais. Tout d'abord, en considérant que la manière la plus raisonnable d'aborder la relation entre les touristes et les résidents et ses conséquences est de se concentrer sur ce

segment de la population locale, on vise à restreindre la question en termes de planification et de gestion du tourisme, en reléguant le résident à un rôle purement utilitaire pour le secteur (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2014). Deuxièmement, il néglige les résidents qui ne participent pas directement au tourisme, même s'ils font également partie de la population d'accueil à destination, qui peuvent éventuellement y jouer un rôle déterminant (Hughes et al., 2010).

Avec cette approche, pour certains auteurs, parler de relations visiteur-hôte[i], expression largement utilisée dans la littérature académique, serait exagéré et ils suggèrent qu'il serait plus approprié de parler, simplement, de relation entre client et fournisseur de services. En conséquence, le reste de la population locale serait relégué au rôle de récepteur passif. Malgré cela, il existe un consensus assez large sur le fait qu'un bon accueil à destination améliore l'expérience du touriste, ce qui renforce la position des travailleurs en première ligne. C'est ce que certains auteurs ont appelé *happy host*, l'hôte qui crée une atmosphère positive favorisant la possibilité de retour du touriste ou qui parle bien de la destination, déclenchant ainsi l'inestimable stratégie de marketing du bouche-à-oreille (Snaith & Haley, 1999) (Delaplace, 2017) ou qui, simplement, se contente de traiter le touriste de manière un minimum correcte pour le bien commun de la destination.

Certainement, la population locale dans son ensemble fait partie, même si ce n'est qu'implicitement, du système d'acteurs, de pratiques, d'institutions et de lieux qui constitue le tourisme (Knafou & Stock, 2013), bien qu'elle n'occupe pas forcément une place centrale et que ses échanges avec les touristes puissent parfois rester anecdotiques. C'est probablement le cas des touristes qui préfèrent ou recherchent expressément le contact avec d'autres touristes, pour lesquels la population locale reste un acteur fonctionnel. En effet, il y a des touristes qui font ce choix ou simplement ils aiment le fait d'être entourés de touristes, puisque, pour certains, c'est ce qu'ils attendent d'un site touristique. Ainsi, la présence d'autres touristes devient un élément clé du paysage de la destination et de l'expérience touristique. De ce point de vue, l'impression de relative solitude dans une destination touristique sans touristes pourrait être pour certains une source de grande déception.

Il existe des typologies de tourisme qui promeuvent ou favorisent l'entre-soi des touristes en facilitant certaines dynamiques, soit par les infrastructures qu'ils déploient – croisières, *resorts* ou autres lieux clos quelle que soit leur taille, puisqu'il ne s'agit pas tant d'une question d'échelle que de concept –, soit par la conception du produit lui-même, lorsqu'il fonctionne selon les logiques du voyage à forfait.

En effet, il existe des produits touristiques destinés à des publics spécifiques qui favorisent les relations entre leurs participants, comme par exemple les offres ciblant des publics nationaux, comme le Club Méditerranée français, qui a été créé en s'inspirant du modèle des clubs sportifs (De Raedt, 2010) ; ou celles destinées à une certaine tranche d'âge, comme le programme de voyages pour les plus de 65 ans de l'Institut espagnol des personnes âgées et des services sociaux, IMSERSO, qui s'inscrit dans la notion de tourisme social accessible (Clemente Soler et al., 2018) ; ou encore selon des intérêts socioculturels, comme ceux partagés par les participants au festival Burning man. Dans ce dernier cas, les participants à l'événement sont les seuls présents sur place lors d'un festival qui joue notamment sur l'idée de faire communauté (Neuhofer et al., 2021) dans une sorte d'expérience néo-tribale postmoderne (St John,

[i] *Host-Guest*, en anglais, a été traduit par *visiteur-hôte* (en français) *huésped-anfitrión* (en espagnol), *hoste-amfitrió* (en catalan). 'Hôte', 'huésped' et 'hoste' sont des mots qui n'ont pas un sens univoque dans ces trois langues romanes et leur utilisation dans ce binôme peut induire en confusion puisque, dans les trois, ils ont une double signification, pouvant faire référence à la fois à la personne qui héberge et à la personne hébergée chez l'autre.

2018) et qui est une expression maximale de l'absence de population locale. De nombreux autres exemples qui encouragent l'entre-soi pourraient être cités parmi le long etcetera que le marché touristique offre.

Il se peut aussi qu'il y ait une volonté d'interagir avec la population locale, mais qu'il ne soit pas facile d'y accéder, ou que, par commodité, parce que c'est le plus facile à faire, ou par lassitude, l'entre-soi soit privilégié.

Certaines formes de voyage, notamment celles qui s'éloignent des pratiques les plus courantes, ont besoin, pour des raisons logistiques, de partager des informations, des astuces et des apprentissages auprès d'autres voyageurs, comme c'est le cas, par exemple, des routards (Le Bigot, 2017), des campeurs-caravaniers ou des navigateurs de longue durée, pour qui :

> « *la somme des expériences individuelles constitue aujourd'hui une compétence collective* » (Gaugue, 2014), p. 12.

D'un point de vue territorial, il existe des destinations touristiques dans lesquelles l'entre-soi des touristes fait partie de son essence car la production du lieu a recherché une spécialisation qui a conduit à privilégier ces dynamiques.

Un exemple serait les stations de ski haut de gamme dans les Alpes, où la sociabilité de classe est la norme, non seulement par des interactions entre les touristes, mais aussi par des espaces sélects où elles ont lieu (Piquerey, 2016). Saint-Barthélemy aussi, aux Antilles, réunit les caractéristiques d'un entre-soi fondé sur une exclusivité sociale qui transcende l'activité touristique, puisque tout est prêt pour accueillir, en exclusivité, des touristes d'élite :

> *« La mixité particulière qui s'est progressivement établie entre villégiateurs, immigrés des professions du luxe et Saint-Barths a aussi permis l'imposition sur l'île d'un exotisme générique relevant davantage des stratégies de distinction culturelle des classes supérieures mondialisées que de l'héritage caribéen »* (Cousin & Chauvin, 2012), p. 342.

Dans le cas de Saint-Barthélemy, selon ces mêmes auteurs, une bonne proportion de la population locale fait partie de ces élites mondialisées, de sorte que la plupart des travailleurs du secteur touristique, ceux qui constituent le premier contact avec le visiteur, sont ceux qui constituent le groupe social le plus éloigné des touristes et de la majorité des résidents. Mais dans d'autres destinations, l'entre-soi est précisément donné par le clivage avec la population locale en général. Un exemple de cela serait la coïncidence sur la côte sénégalaise de travailleurs expatriés et de touristes dans des résidences secondaires, principalement francophones, qui créent :

> *« des microcosmes sociaux, qui reposent sur des phénomènes de ségrégation, d'ethnicisation et de racialisation entre migrants européens et résidents sénégalais »* (Quashie, 2016), p. 126, bien que ces microcosmes ne soient pas étrangers aux ambivalences, aux craintes et aux insatisfactions.

Bien évidemment, en voyageant il y a des moments de solitude, des moments partagés avec des compagnons de voyage, des moments partagés avec d'autres touristes et, naturellement, il y a aussi des moments partagés avec des personnes qui travaillent et/ou habitent les lieux visités. L'expérience touristique n'est pas univoque pour ce qui concerne les relations avec la population locale, ni avec les autres touristes, ni avec les autres personnes que l'on peut croiser pendant le voyage, mais plutôt un collage de moments qui, bien qu'ils puissent répondre à certains modèles, sont toujours uniques et

irremplaçables et constituent une pièce fondamentale dans le souvenir du voyage (Chandralal & Valenzuela, 2013).

Partir à la rencontre de l'autre

Pour beaucoup de touristes, ce qui est vraiment significatif, c'est la différence, ce qui ne leur est pas familier, un désir d'altérité sur lequel a été construite une partie du discours touristique qui se rattache à l'émotionnel et qui a été abordé notamment depuis l'anthropologie du tourisme (Picard & Di Giovine, 2014).

Lors de la rencontre la plus élémentaire, quand l'interaction avec la population locale est le minimum nécessaire, l'altérité est définie entre le touriste au moment de recréation et le résident au moment du travail (Équipe MIT, 2002), même s'il est possible qu'une partie du personnel ne soit pas vraiment du lieu et ne soit qu'un résident à temps partiel attiré par un contrat de travail pendant la saison touristique (Bestard Comas, 1981) (Lins França, 2015).

Mais souvent, le véritable attrait de l'altérité est incarné par la population locale et par les imaginaires qui sont construits collectivement sur la base de récits propres et de récits d'autrui. Des imaginaires sociaux et géographiques souvent associés à des dualités identitaires qui conjuguent le nous/eux et l'ici/ailleurs. Cet exercice n'est pas étranger aux paradoxes tels que la projection sur l'autre de nos propres idées, visions, aspirations, désirs ou volonté de contrôle. Edward Said met en lumière comment l'Occident a définit la vision orientaliste des sociétés d'Afrique du Nord et d'une grande partie de l'Asie (Said, [1978] 2015), largement fondée sur le colonialisme. En termes de tourisme, cette vision a été transposée, souvent et non sans conflit, par l'idée d'exotisme, concept problématique dans la mesure où il a été associé à la stigmatisation de la différence, à une altérité fondée sur l'essentialisation de l'autre (Staszak, 2008b).

Certes, l'altérité peut être incarnée par la population locale, mais elle peut aussi l'être par d'autres touristes, en admettant que ni les uns ni les autres ne sont des masses homogènes ni que la dichotomie touriste/résident est telle, mais que les deux catégories s'entremêlent dans une longue gamme de gris entre les deux extrêmes. Cette vision plus large des relations inclut le résident au-delà de son intervention dans le secteur du tourisme et conçoit le tourisme comme un moyen qui permet la rencontre avec l'autre. Ainsi, la rencontre acquiert un rôle particulier face auquel les uns et les autres ont leurs propres attentes, ce qui fait de cette expérience un moment unique et irremplaçable selon les compétences sociales de chacun :

> *« La question du lien entre altérité et tourisme permet de circonscrire une manière spécifique d'être avec l'autre, définissant autant le tourisme par rapport à d'autres formes de mobilité que d'autres formes de rencontre avec l'altérité. »* (Ceriani et al., 2005)

Le désir de rencontrer l'autre n'est pas nouveau. Déjà, le Grand Tour des élites européennes à partir du XVIIe siècle n'était pas étranger à ce phénomène, bien que l'intérêt formel fût plutôt d'apprentissage ou d'éducation. Bien que les expériences et les motivations des témoignages de ce moment-là soient largement hétérogènes, la perspective de classe et le regard autocentré prévalent, également dans les récits d'activités plus mondaines, généralement pratiquées de manière grégaire avec des compagnons

de voyage, généralement de la même nationalité, et en essayant d'éviter les influences de l'autre qui pourraient être perçues comme des inconvénients à leur retour dans leur lieu d'origine (Boutier, 2004).

Néanmoins, le désir de rencontre de l'autre est, pour certains, consubstantiel au tourisme, allant jusqu'à conceptualiser cette activité comme les relations qui résultent du voyage et de la relation avec les autres, plus que tout autre aspect du voyage (Dann & Parrinello, 2009).

Une rencontre qui se fait nécessairement avec certaines des limitations déjà mentionnées – telles que le type de voyage, l'attitude des uns et des autres, ou la maîtrise des langues – et avec d'autres telles que la maitrise des références du lieu et la compréhension des codes ou par la dualité qu'impose le temps de loisirs des uns avec la vie quotidienne des autres. Une rencontre qui, en outre, ou peut-être fondamentalement, est soumise aux rapports de force consubstantiels à l'idée d'altérité, surtout lorsqu'ils sont fondés sur une apparente rationalité scientifique (Staszak, 2008a).

b Éviter le rejet de la population locale pour poursuivre la croissance

Le rôle de la population locale dans les études touristiques acquiert de l'importance au moment où le secteur prend conscience qu'une population locale positionnée contre le tourisme peut entraver le développement normal de l'activité et sa croissance future (Sharpley, 2014). Puisque, inévitablement, le tourisme se produit par l'aller des uns et par la réception des autres.

Cette section porte sur des analyses qui découlent de la prise en compte de la population locale dans son ensemble en tant qu'acteur du tourisme. Tout d'abord, les tentatives d'évaluer l'attitude des résidents en fonction des impacts et des avantages perçus sont présentées. Deuxièmement, l'accent est mis sur l'un des grands sujets d'intérêt, à savoir l'identification des éléments concrets sur lesquels se fondent l'attitude et le comportement de la population locale envers les touristes. Enfin, d'autres facteurs qui transcendent le tourisme mais qui peuvent également affecter l'attitude de la population locale sont exposés.

Comprendre la perception du résident en fonction des coûts et des bénéfices que le tourisme génère

La considération de la population locale en tant qu'acteur central du secteur touristique, au-delà de son rôle de pièce nécessaire, émerge avec l'apparition de plusieurs ouvrages qui, dans les années 1970, soulignent les impacts du tourisme sur les communautés locales. Des œuvres telles que *The Golden Ordes*, qui dépeint le processus d'industrialisation de l'activité touristique de masse et décrie le touriste comme un destructeur barbare de la culture locale (Turner & Ash, 1975), les « masses sans visage », comme certains l'ont caricaturé (Équipe MIT, 2002) dans une image extrêmement efficace pour former des imaginaires de pouvoir. En effet, d'autres contributions, également critiques, dénoncent la position dominante du touriste dans un cadre de relations inégales (Pizam, 1996), notamment dans des contextes

où le touriste est quelqu'un d'Occident, du premier monde ou du nord global en visite dans des pays du tiers monde, en voie de développement ou du sud global, selon la terminologie utilisée à chaque moment.

Turner et Ash évoquent la possibilité d'un tourisme international qui puisse être un agent au service de la paix mondiale, mais ils l'écartent tout de suite en la considérant comme une activité fondamentalement coloniale (Turner & Ash, 1975). L'attitude coloniale peut contribuer de manière significative à la construction de l'idée de l'autre, fondée ainsi sur la base de préjugés fortement enracinés culturellement dans des sociétés qui, à un moment de leur histoire récente, ou actuellement, ont exercé comme une puissance dominante. Une attitude qui, souvent, est assumée comme naturelle, raison pour laquelle de nombreuses études qui la mettent en lumière prennent une tournure de dénonciation, par exemple en décrivant le tourisme caribéen actuel comme une *« quatrième plantation »* qui domine la population locale comme le font les transnationales avec les paysans pauvres et autrefois les patrons avec les esclaves (Arnaiz Burne & Dachary, 2023)

Cette position dominante persiste sous la couverture d'une industrie touristique qui génère beaucoup d'argent au niveau mondial et mobilise les aspirations au développement et à l'enrichissement tout en générant des impacts notables sur les lieux où elle a lieu qui sont communément acceptés, voir autorisés, mais peuvent également aller au-delà de ce qui est acceptable (Fletcher et al., 2023).

C'est dans ce cadre, face à d'éventuelles contestations locales, que surgit l'intérêt d'étudier la perception de la population locale à l'égard du développement touristique. Plus précisément, il est argumenté qu'une perception positive du tourisme par la population locale peut entraîner un soutien à de futurs projets de développement touristique (Snaith & Haley, 1999) (Harrill, 2004) et que, dans une sorte de cercle vertueux, ces projets et une planification touristique appropriée devraient entraîner une amélioration de l'image que les résidents ont de l'endroit où ils vivent (Stylidis et al., 2014).

Dans une vision large, au-delà des données économiques et des besoins du secteur du tourisme, on parle d'impact social du tourisme dans la mesure où il a des effets, positifs ou négatifs, sur la qualité de vie des résidents de la destination (Monterrubio & López-López, 2015). En effet, les impacts du tourisme ont de multiples visages. D'une part, celle de l'activité dans sa globalité et ses effets sur le territoire et, indirectement, sur les personnes. D'autre part, celle des touristes eux-mêmes qui, outre les effets liés à l'argent qu'ils dépensent, produisent également des effets attribuables à leur comportement dans la destination et à leur attitude à l'égard du résident.

Des effets souvent conditionnés par des préjugés intergroupes à double sens qui peuvent jouer un rôle important lorsque des membres de groupes différents interagissent les uns avec les autres (Pizam, 1978), dans une situation d'ethnocentrisme dans laquelle les résidents assument un certain rôle collectif auprès des touristes et des touristes auprès des résidents (Kock et al., 2018). Ces auteurs parlent de biais négatifs qui peuvent affecter le comportement des touristes et des résidents, notamment à l'échelle internationale. L'un de ces biais pourrait être les attitudes xénophobes qui, de la part du touriste, peuvent se traduire par des comportements que la population locale ne remarquera guère, tels qu'une moindre prédisposition aux voyages internationaux ou une plus grande propension à se faire vacciner ou à souscrire une assurance voyage, mais il existe d'autres comportements qui peuvent transcender et devenir visibles, tels que choisir de voyager en groupe ou l'évitement de la gastronomie locale, et qui peuvent nuire aux relations avec les résidents (Kock et al., 2019). Il s'agirait d'une vision de l'autre, de la population locale, simpliste et généralisatrice, maintenue et reformulée du XIXe siècle à nos jours,

selon laquelle la population locale serait composée de personnes simples (Ceriani et al., 2005). Souvent, en parallèle ou en harmonie avec la xénophobie ou les attitudes coloniales mentionnées ci-dessus, d'autres préjugés ont été abordés, comme le racisme, étudié, par exemple, parmi des touristes allemands lors de leur visite en Turquie (Sirakaya-Turk et al., 2014), ou des tensions nationalistes bidirectionnelles décelées parmi des Anglais en visite au Pays de Galles (Griffiths & Sharpley, 2012).

Du côté des résidents, l'un des impacts pour lesquels on les interroge souvent dans les études de satisfaction est celui des effets du tourisme sur l'identité du lieu. Élément, l'identité, qui n'est pas soumis de manière univoque à l'afflux de touristes, mais que celui-ci peut accentuer :

> *« Cette diminution [de l'identité de la ville] est entretenue par la masse toujours croissante de touristes, une avalanche qui, dans sa recherche perpétuelle de « caractère », écrase les identités à succès jusqu'à les transformer en une poussière insensée»* (Koolhaas, 2006), p. 36 (T.A.)

Les réponses de la population locale sont des attitudes sociales induites par la présence de touristes qui, très probablement, seront liées à d'autres éventualités. En effet, il est difficile de comprendre chacun de ces impacts séparément car les phénomènes sociaux s'expliquent généralement par la conjugaison de multiples facteurs agissant, de manière plus ou moins intense, au même moment et au même endroit. Un exemple en est le travail de Natalia Bloch qui aborde le problème moral que représente l'arrivée massive de touristes occidentaux à Hampi, en Inde, et qu'elle présente comme une combinaison d'anticolonialisme, d'anti-occidentalisme et de nationalisme hindou. L'auteur souligne non seulement le problème moral *per se*, mais souligne également le rôle de la population locale qui fournit des services à ces touristes et qui sont sévèrement critiqués par les résidents anti-tourisme, mettant en évidence un conflit d'intérêts et d'arguments entre la même population locale (Bloch, 2017).

Assurément, le tourisme ne s'intègre pas toujours parfaitement dans la destination et peut mettre en évidence ou faire ressortir des frictions ou des incompatibilités avec d'autres secteurs économiques ou entre différentes typologies touristiques entre elles, sans oublier les externalités que le tourisme génère dans l'environnement, la durabilité environnementale du tourisme étant l'un des principaux axes des études sur la durabilité du tourisme. Des effets économiques, sociaux et environnementaux qui façonnent la vue d'ensemble des résidents.

Les impacts et les avantages que le tourisme génère ont souvent été analysés comme une addition et une soustraction d'effets, dont le résultat façonnerait les perceptions que la population a du tourisme. Cet angle d'analyse autour des coûts et des bénéfices est l'une des principales lignes de travail des auteurs qui se sont intéressés à l'attitude des résidents envers le tourisme (Zerva et al., 2018).

La liste des griefs est longue, tout comme celle des satisfactions. Et naturellement, une large gamme de gris s'étend entre les extrêmes dans une mer de nuances qui perturbe les additions et les soustractions. Mais pas seulement du point de vue collectif. Certes, la vision collective des uns et des autres se construit à partir d'impressions, d'expériences, de perceptions et d'attitudes individuelles qui finissent par façonner le collectif. C'est pourquoi tant d'efforts ont été consacrés à identifier les facteurs qui affectent les résidents individuellement et à essayer de discerner le degré d'influence que chacun de ces facteurs a sur la vision d'ensemble.

Quels éléments influencent la perception de la population locale ?

Dans le but de comprendre les attitudes de la population locale envers le tourisme et les touristes, de nombreuses tentatives sont faites pour caractériser les facteurs qui influencent la configuration personnelle et collective de ces attitudes. Les perceptions de la population locale, comme il ne peut en être autrement, ne sont pas homogènes et les études sur les éléments qui les influencent, bien que nombreuses, ne sont pas du tout concluantes. Face à une telle dispersion, il y a eu des tentatives de classer ces éléments, par exemple, en fonction de leur rapport avec le niveau de dépendance économique ou à partir d'approches qui ségrégent entre l'échelle macro, la plus sociale, et l'échelle micro qui se concentre sur les effets plus individuels (Zerva et al., 2018).

Les facteurs dont le consensus le plus large veut qu'ils influencent la perception et l'attitude de la population locale à l'égard du tourisme et des touristes sont brièvement présentés ci-dessous. Ils ont été rassemblés en trois groupes : les éléments qui caractérisent la destination, ceux liés aux circonstances personnelles des résidents et ceux liés aux interactions entre résidents et touristes.

Caractéristiques de la destination

En ce qui concerne la destination dans son ensemble, le premier point de discussion est la nature même de la destination touristique. En ce sens, certaines études attribuent à la population urbaine une plus grande prédisposition à recevoir des touristes, tandis que d'autres suggèrent que ce facteur n'est pas trop marquant et certains soulignent que ce qui est vraiment significatif, ce n'est pas la condition urbaine de la destination en tant que telle, mais plutôt sa condition multiculturelle, le fait qu'elle ne soit pas trop homogène.

Concernant les visiteurs, le type de touristes que la destination attire sera également déterminant pour comprendre les réactions positives ou négatives des résidents. Par exemple, en termes de nationalité des touristes, comme c'est le cas des relations complexes des Majorquins avec les touristes Allemands. Ou encore par le type de tourisme et ses pratiques, comme le tourisme religieux ou le tourisme « de la cuite », pour illustrer le sujet par deux cas totalement différents.

Au-delà de la photo fixe, il y a des auteurs qui mettent l'accent sur la phase dans laquelle se trouve le lieu en tant que destination touristique, son degré de développement, s'il s'agit d'une destination plutôt mature ou plutôt naissante. Par exemple, certains auteurs suggèrent une plus grande prédisposition à recevoir des touristes lorsque cette activité est encore rudimentaire et que cette attitude est gâchée à mesure qu'elle s'intensifie (Butler, 1980) (Harrill, 2004) (Fan et al., 2019). Cependant, certaines études montrent que le soutien initial, souvent motivé par la nouveauté ou par l'attente économique, n'est pas automatique (Vargas-Sánchez et al., 2009) et quelle que soit la phase de développement, ce qui est substantiel, c'est dans quelle mesure le développement économique général du lieu peut être attribué – ou non – au tourisme et aux opportunités générées par ce secteur.

En ce sens, ce qui serait intéressant, c'est de savoir si ce développement a des effets positifs ou négatifs sur des aspects concrets tels que la construction d'équipements et d'infrastructures et l'offre de services, et dans quelle mesure sont-ils destinés aux touristes ou également à la population locale (Andereck et al., 2005) ; la mise en valeur du patrimoine architectural et culturel ou sa marchandisation excessive ;

la protection ou l'exploitation du patrimoine naturel ; ou encore l'amélioration de l'espace public, par exemple en promouvant des politiques d'embellissement. Ajouter également si le tourisme a apporté des opportunités de loisirs ou d'activités culturelles ou s'il a entraîné l'élargissement ou la diversification de l'offre commerciale qui, sans le concours du tourisme, ne seraient pas viables ou de moindre qualité.

Le degré de saisonnalité du tourisme fait également l'objet d'un débat, puisque la saisonnalité marquée des destinations balnéaires méditerranéennes a été considérée comme un problème en ce qui concerne la durabilité économique et socioprofessionnelle (Fraguell Sansbelló et al., 1998). Cependant, d'autres auteurs soulignent qu'une saison touristique courte peut aider à minimiser la perception des impacts du tourisme parce qu'il est facile à assumer pendant quelques mois seulement que toute au long de l'année (Keogh, 1982), d'autant plus que :

> *« Ce qui importe, c'est que l'impact perçu augmente au cours de la saison touristique »* (Bimonte & Faralla, 2016), p. 206 (T.A.)

Enfin, la manière dont la destination touristique s'est développée est également un sujet d'intérêt, étant donné que les perceptions seront variables selon qu'il existe, par exemple, des sites à forte concentration au sein de la destination ou des espaces présentant une forte densité d'offre de ressources et de services touristiques.

En bref, il existe des formes de développement touristique qui peuvent impliquer des changements structurels dans la destination, à la fois au niveau urbain et identitaire, et qui peuvent influencer les résidents pour le meilleur ou pour le pire.

Circonstances personnelles des résidents

Tous les éléments cités jusqu'à présent, bien qu'ils aient une composante collective évidente, sont soumis au regard de chaque individu de la communauté en fonction de sa situation personnelle. Celles-ci sont, dans une plus ou moins grande mesure, influentes et ne doivent pas être négligées bien que, comme pour celles qui concernent la destination, il n'y ait pas de résultats concluants quant au sens et à l'ampleur de leur influence. En effet, les résultats sont plutôt contradictoires entre différentes études pour la plupart des facteurs.

Le tourisme est généralement perçu comme ayant des impacts positifs sur l'économie (Andereck et al., 2005), mais au-delà de cette vue d'ensemble, l'un des éléments qui génère le plus d'unanimité quant à son influence sur l'attitude envers le tourisme est la dépendance à son égard d'un pourcentage non négligeable des résidents que ce soit pour les possibilités d'affaires ou, surtout, pour les opportunités d'emploi (Hadinejad et al., 2019).

Le poids du tourisme dans l'économie en général, et dans celle des familles et des individus en particulier, a pu être vérifié lors de la pandémie de Covid-19, avec des aides mobilisées dans certains pays afin de soutenir le secteur touristique, comme en France ou en Espagne et dans la façon dont l'activité a été relancée dès que cela a été possible du point de vue sanitaire, lire nécessaire pour éviter des maux macroéconomiques majeurs. Or, certaines études ont montré que tous ne bénéficient pas de la même manière, par exemple, des niveaux élevés de développement touristique ne sont pas toujours perçus économiquement comme bénéfiques, car ils peuvent également créer des conditions de travail

plutôt précaires, situation qui s'aggrave du point de vue du genre, car les femmes ont tendance à travailler avec des contrats plus précaires et à recevoir des salaires plus bas, en plus de se heurter à plus de difficultés pour progresser dans un secteur qui leur offre rarement des opportunités d'amélioration (Martínez-Gayo & Martínez Quintana, 2020) (Andrés Rosales et al., 2023).

Un autre élément pris en considération serait la proximité, au sens large, au secteur étant donné qu'au-delà des avantages directs évidents, il faut prendre en compte les indirects qu'il peut rapporter. Proximité, donc, en termes économiques, mais aussi en termes de connaissance du phénomène touristique, du fonctionnement du secteur, d'être conscient des avantages qu'il apporte ou des impacts négatifs qu'il provoque. Dans le cas contraire, la méconnaissance du secteur conduit à la banalisation de la critique et à la placer dans des lieux communs sans guère de consistance.

Purement géographique, la distance physique qui sépare les résidents des lieux touristiques est évoquée comme un facteur important, mais, encore une fois, de manière non concluante, puisque pour certains auteurs, la distance fait perdre des appuis au tourisme, en assumant une moindre dépendance, tandis que d'autres soulignent que c'est la proximité physique qui fait diminuer les appuis, par exemple par l'impact que peut avoir la présence de touristes sur le coût de la vie, les difficultés d'accès à un espace public occupé par des activités récréatives destinées aux touristes, les inconvénients de bruit ou de mobilité dus à l'afflux de touristes ou encore par les nuisances que peuvent occasionner les activités de loisirs.

Des aspects personnels pas nécessairement liés au tourisme ont également été pris en compte pour leur éventuelle influence, comme l'enracinement dans le lieu (Strzelecka et al., 2017). Lié à cela, le lieu de naissance, le temps de résidence sur place, qui peut impliquer la condition de migrant, le fait d'être propriétaire ou de vivre en location ou d'avoir de la famille et des charges familiales sont des éléments qui influent sur la vision du monde des personnes en tant que telles et leur positionnement en tant que membres de la communauté d'accueil d'une destination touristique.

En entrant dans le domaine de l'intime, les valeurs personnelles sont également traitées comme des aspects qui influencent l'attitude envers le tourisme, ainsi que l'idéologie politique, le statut social ou l'identité positive du lieu en termes d'estime de soi.

Pour clore cette section des circonstances personnelles, des aspects sociodémographiques tels que l'âge, le sexe ou le niveau d'éducation ont également été étudiés. Il s'agit de facteurs qui, plutôt que de conditionner l'attitude envers le tourisme en soi, peuvent intervenir dans la prédisposition à interagir avec les touristes, même si cela ne s'est pas non plus révélé concluant (Hughes et al., 2010).

Interactions avec les touristes

En ce qui concerne les facteurs qui émergent de la relation entre les touristes et les résidents, l'un des aspects à noter serait le nombre de contacts que le résident a avec les touristes. En effet, certains auteurs ont souligné que le simple fait d'avoir un contact proche des touristes peut être un motif de satisfaction (Nawijn & Mitas, 2012), tandis que d'autres nuancent l'argument en soulignant qu'un contact occasionnel peut être un facteur positif, mais qu'un contact plus fréquent peut générer une attitude plus critique.

Au-delà de la quantité, la qualité des contacts apparaît comme un autre des facteurs remarquables liés aux relations entre résidents et touristes. Ainsi, des éléments tels que la nature du contact, l'intensité de la relation ou la mesure dans laquelle ces contacts sont significatifs ont été notés.

Lorsque le contact n'est pas obligatoire, c'est-à-dire celui avec un résident qui n'a pas de liens professionnels avec le touriste, d'autres aspects prennent de l'importance, tels que le type de touriste, avec lequel il doit y avoir une certaine affinité pour que l'effet soit positif (Pizam, 1996) étant donné que sa présence et les interactions avec lui peuvent également faire émerger des relations conflictuelles. En ce sens, les différences culturelles entre la population hôte et la population visiteuse sont un élément à prendre en compte, puisqu'elles peuvent être considérées comme un problème, tel le fossé culturel qui s'ouvre entre certains groupes musulmans des Maldives par rapport à des touristes hédonistes qui mettent en danger, à leur avis, les modes et les coutumes locales (Shakeela & Weaver, 2018). Mais elles peuvent également être perçues comme une opportunité de socialisation et d'échange culturel avec des personnes extérieures à leur environnement quotidien (Stylidis et al., 2014). Liée à cela, la question de la langue, ou des langues parlées, devient essentielle puisqu'elle détermine la communication, de même que l'ethnicité des uns et des autres peut être non banale.

Voici une longue liste d'éléments qui influencent l'attitude du résident envers le tourisme et les touristes, mais qui restent sur un terrain ambivalent vu que la plupart des facteurs détectés peuvent influencer positivement ou négativement, ou de manières différentes lorsque plusieurs variables interviennent au même endroit et au même moment. Celui qui rapporte le moins de doutes, bien que pas de manière concluante, est l'idée que, plus la dépendance économique est forte, plus la perception est positive (Sharpley, 2014) (Mantecón, 2016).

Colères qui transcendent le tourisme

La problématique du tourisme, lorsqu'elle se pose, porte généralement sur des aspects spécifiques liés à l'attitude des touristes à l'égard des résidents et à leur comportement, mais aussi sur des aspects attribuables au modèle de développement et à la gestion de l'activité. Ce sont des aspects qui peuvent varier énormément en fonction du moment et du lieu, puisque, comme tout dans les sociétés, le tourisme est dynamique et sa concrétisation n'est pas univoque. Ainsi, une grande partie de la critique du tourisme urbain actuel se concentre sur la question de savoir si la population locale est suffisamment prise en compte dans la planification et la gestion du tourisme, sur des aspects liés à la fréquentation, tels que le sentiment que la capacité de charge de la destination a été dépassée, ou encore le fait qu'il y ait ou non trop de touristes.

Les craintes suscitées par la massification ne sont pas nouvelles et renvoient à la préoccupation des premières élites voyageuses du XIXe siècle de voir que le privilège de voyager s'étendait à d'autres segments de la population aboutissant, des décennies plus tard, à ce que l'on a appelé dédaigneusement le tourisme de masse (Équipe MIT, 2002) (Coëffé, 2023).

Ces questions sont d'une importance vitale puisque, bien que ces préoccupations puissent avoir une base réelle, argumenter ces éléments à la légère peut prédisposer la population locale contre l'activité touristique en engendrant ce qu'on appelle la tourismophobie. Le terme même de « tourismophobie » suscite la controverse, étant donné que ce phénomène n'est pas à proprement parler une phobie, mais

plutôt un amalgame de rejets du tourisme en général ou de situations concrètes qui débordent de situations de cohabitation. D'autant plus que certains de ces éléments qui se révèlent être à l'origine de cette tourismophobie, tels que les problèmes d'accès au logement, la gentrification, la spéculation urbaine ou les problèmes de mobilité, sont des questions sociétales qui vont bien au-delà du fait touristique.

Certes, l'expansion de la deuxième résidence touristique (Fraguell Sansbelló, 1995) ou de l'hébergement touristique dans des logements privés sont des éléments qui influent sur le problème de l'accès au logement, l'un des points centraux du malaise parmi les populations locales dans certaines destinations touristiques mûres, notamment urbaines. Mais à la racine du problème, il y a aussi des éléments non touristiques tels que, dans le cas espagnol, des politiques publiques visant à promouvoir la propriété au détriment de l'offre de logements sociaux ou des politiques de location abordable qui ont généré – pendant un certain temps – d'énormes bénéfices pour les secteurs bancaire et immobilier dans une dynamique de spéculation et de marchandisation du logement, qui a débuté dans les années 1960 (Colau & Alemany, 2012). L'éclatement de ce que l'on a appelé la bulle immobilière à partir de 2007 n'a pas résolu un problème qui est toujours d'actualité, sinon pire qu'auparavant. Chronologiquement, le grand développement touristique espagnol s'est produit au cours de cette même période, de sorte que les parallèles entre le tourisme et l'urbanisation sont récurrents.

De la même manière, toute la gentrification n'est pas due au tourisme, bien que celui-ci participe au processus. Dans ce cadre, le touriste apparaît comme ayant un pouvoir d'achat plus élevé que la population locale, ce qui peut entraîner un déplacement des seconds par les premiers, bien que :

> *« Le problème n'est pas le tourisme en lui-même, mais la spéculation immobilière, la libéralisation du marché locatif et, en fin de compte, le triomphe d'un choix idéologique selon lequel le marché libre crée de la richesse et répond aux besoins de la société »* (Cócola Gant, 2016)., p. 31. (T.A.)

Cela place le tourisme dans un contexte plus large et plus complexe dans lequel, comme on peut le supposer, les investisseurs touristiques sont un agent de plus qui agit selon les logiques néolibérales du marché, tant en ce qui concerne les commerces que les logements (Casado Buesa, 2017), en plus d'avoir le soutien aligné et nécessaire des politiques urbaines qui accompagnent le développement touristique, d'emblée au niveau local (Hiernaux-Nicolas & González-Gómez, 2014).

En ce sens, les logiques du tourisme sont similaires à celles d'autres profils, tels que certains professionnels, qui, avec l'émergence du télétravail, peuvent se permettre de vivre dans des endroits qu'ils perçoivent de meilleure qualité et dans des environnements où les revenus sont inférieurs aux leurs, et qui, avec des étudiants étrangers ou les touristes eux-mêmes, consolident de nouvelles dynamiques dans les villes, en mettant en œuvre de nouveaux modes de production de la ville (Domínguez Pérez & Crespi Vallbona, 2021). En effet, bien qu'il s'agisse d'un cas sociologiquement différent, à des fins pratiques, les étudiants internationaux peuvent avoir des dynamiques plus proches des expatriés des classes moyennes et supérieures que de la population locale, pour des raisons socioculturelles telles que l'utilisation de l'anglais comme langue véhiculaire ou la prédilection pour les environnements internationaux (Tsoukalas, 2019) (Urquía-Grande & Del Campo, 2016), bien que leur imbrication parmi la population locale soit généralement plus grande et plus complexe.

La mobilité est un autre chapitre de cette série de griefs qui dépassent le fait touristique. La circulation et la gestion des flux touristiques à destination sont des problèmes centraux, car ils peuvent perturber

considérablement le quotidien de la ville, non seulement en raison de sa gestion nécessaire et de l'intégration complexe des innovations technologiques successives (Ivars Baidal et al., 2016), mais également en raison du défi que représente la mise en œuvre d'une mobilité durable qui doit inclure également les visiteurs.

Sans aucun doute, le problème de la mobilité touristique – à la fois à destination, comme l'itinérance entre les destinations, comme celle des trajets entre les lieux d'origine et la destination – est un problème majeur, non seulement en raison de la complexité logistique qu'ils supposent, mais aussi en raison de l'empreinte écologique du voyage, avec l'aviation comme principal problème. Dans cette ligne, certains auteurs jugent pertinent d'aborder la question des mobilités touristiques dans le cadre plus large de la problématique des mobilités contemporaines en général et de celles des loisirs en particulier, plutôt qu'uniquement celles du fait touristique (Donaire, 2019). D'où l'émergence de propositions pour repenser la globalité du système, en acceptant que le tourisme, tel que nous le connaissons aujourd'hui, est énormément consommateur d'énergie et que la voie pour réduire son impact sur le changement climatique est celle de la promotion des voyages de proximité et de la priorisation, à l'échelle mondiale, de circuits de voyage plus restreints en appliquant le principe de subsidiarité dans le tourisme (Higgins-Desbiolles, 2023).

Dans tous les cas, la mobilité, la gentrification et l'accès au logement sont quelques-uns des problèmes qui sont à l'ordre du jour des villes, qu'ils soient ou non significatifs au niveau touristique, et qui peuvent facilement être attribués à l'augmentation de la pression touristique de la part des résidents.

1.2 L'approche méthodologique pour aborder le problème des relations entre touristes et résidents

Dans cette section, l'attention est portée sur l'identification des acteurs impliqués et l'analyse des méthodes employées, deux dimensions indissociables qui s'influencent mutuellement.

Concernant l'échantillon, il est fréquent d'exclure une prise en compte globale de la population locale et résidente, tant pour des raisons techniques que pour éviter une approche trop généraliste. Lorsqu'il s'agit de segmenter, les options sont multiples, chacune présentant ses avantages et ses limites. Cependant, il ne s'agit pas seulement de choisir un cadre analytique, mais aussi de définir le rôle des intervenants dans l'étude.

La seconde partie s'attache ainsi à examiner les méthodes utilisées pour analyser les interactions entre résidents et touristes.

a Le dilemme du choix des acteurs

En abordant la problématique des relations entre les touristes et la population locale, une question fondamentale se pose d'emblée, à savoir le choix des acteurs à prendre en compte dans l'analyse. Délimiter qu'est-ce qu'un touriste semble une tâche plutôt simple, bien que sous cette notion se cache un large éventail de situations (Hadinejad et al., 2019). Mais à des fins pratiques, le secteur du tourisme tend à inclure tout visiteur qui, d'une manière ou d'une autre, consomme une partie de l'offre destinée aux touristes. L'utilisation de termes tels que tourisme solidaire, tourisme résidentiel, tourisme de pèlerinage, tourisme d'affaires, tourisme sexuel, ou visiteur de jour pour catégoriser certains des segments du marché touristique, illustre la capacité du secteur à ne négliger aucune opportunité commerciale . Tous peuvent être considérés comme des touristes sans trop de problèmes dans une étude de ces caractéristiques, même si certains d'entre eux peut-être ne se considèrent absolument pas comme des touristes.

De l'autre côté, du côté de la population locale, la sélection des acteurs n'est pas si évidente. La taille et la diversité de ce groupe ont fait que la tendance soit de considérer uniquement ou principalement le groupe de population le plus important pour comprendre l'influence de la population locale sur l'expérience touristique, en l'occurrence, le résident le plus lié au secteur touristique (Sharpley, 2018), celui avec lequel le touriste a nécessairement le plus de contact. Selon certaines études, ce segment de la population serait, en outre, celui qui se montrerait le plus disposé à promouvoir une image positive du lieu en faveur de l'activité touristique.

Délimiter qui est ce groupe significatif génère également une discussion, puisque la définition même de ce qu'est le secteur du tourisme est un sujet de débat. Dans une approche plus flexible, certains auteurs ont choisi de travailler avec des participants directs du secteur du tourisme et indirects, tels

qu'une partie du secteur agricole et l'artisanat, selon la manière dont ils sont ressentis et exprimés par les personnes concernées elles-mêmes. En ce sens, la prédisposition à interagir avec les touristes serait liée au degré de dépendance des résidents à l'égard de ce secteur économique (Muler Gonzalez et al., 2018).

Dans tous les cas, il s'agit d'approches qui placent le lien commercial au premier plan. Jost Krippendorf, en admettant que la population locale n'est pas homogène, propose une classification en fonction de sa proximité avec le fait touristique, en commençant par ceux qui sont impliqués dans l'activité touristique et qui ont un contact continu avec les touristes, suivi par ceux qui ont un contact régulier avec d'autres types d'entreprises et, enfin, ceux qui n'ont aucun contact avec les touristes, au-delà de l'anecdote (Krippendorf, 1987). Il s'agit d'une vision strictement sectorielle, du point de vue des affaires, en contournant tout autre type de relation.

Mais la réalité est que le tourisme est là et que la population locale dans son ensemble le reçoit, qu'elle le veuille ou non, et qu'elle est plus ou moins affectée par la présence des visiteurs. La coprésence des individus peut dépasser la simple coïncidence spatiale lorsque chacun participe à la production et à la consommation des mêmes espaces, bien que chacun le fasse à partir de sa position (Lins França, 2015). C'est pourquoi la prise en compte des groupes les plus étroitement liés au secteur du tourisme est jugée la plus efficace en termes de réussite du secteur du tourisme, mais l'idée de considérer l'attitude de toute la population envers le tourisme peut être intéressante, non seulement pour le tourisme lui-même, mais pour le bien-être et la qualité de vie générale de la population résidant dans la destination touristique (Sharpley, 2014).

Prendre en compte l'ensemble de la population locale peut fournir des informations pertinentes sur l'acceptabilité du tourisme dans la destination. En effet, certaines études montrent que la prédisposition à accepter les développements touristiques futurs est plus élevée chez celles qui bénéficient directement du tourisme actuel et plus faible chez celles qui ne travaillent pas dans le secteur du tourisme (Muler Gonzalez et al., 2018). Cela, qui pourrait sembler un truisme, ne l'est pas lorsque cette affection mineure se transforme en opposition.

Il s'agit en somme d'une question d'approche loin d'être triviale. D'une part, il existe l'option la plus récurrente qui consiste à s'en tenir au secteur, en tenant compte des principaux acteurs du tourisme, tels que les entrepreneurs et les travailleurs des entreprises et des services directement liés au secteur, ainsi que des touristes eux-mêmes. D'autre part, la gradation des options entre la prise en compte, en outre, d'autres segments de la population locale tels que les travailleurs des secteurs qui bénéficient indirectement de la présence de touristes, ou l'ensemble de la population sans exclusions. Cette vision plus large est probablement plus enrichissante, mais complique énormément l'accès au corpus informateur.

Saisir le bon profil au bon moment

La population locale n'est pas une masse homogène, pas plus que le contingent de touristes. Cela peut sembler évident, mais c'est l'une des principales contraintes de nombreuses études qui abordent la question des relations entre les résidents et les touristes (Sharpley, 2014). En plus de leur complexité

interne, à la fois de ce que l'on appelle la population locale et des touristes, il s'agit de groupes sociaux dont les frontières entre eux sont floues (Le Bigot, 2017).

Ainsi, pour nous référer aux habitants d'un lieu, nous parlons de résidents, d'habitants, d'autochtones, d'aborigènes, de population locale ou des personnes présentes et chacun de ces termes a des connotations différentes – légales, socioculturelles, géopolitiques – et comprend des segments de population différents. Il y a ceux qui sont recensés officiellement et ceux qui y vivent mais ne sont pas recensés, ceux qui vont et viennent chaque jour en mouvement pendulaire pour des raisons de travail, ceux qui y vivent à temps partiel, par saisons, il y a les immigrants nouvellement arrivés, les émigrants de retour et les gens en transit vers un autre endroit, les personnes avec des papiers et sans papiers, les expatriés qui, de manière plus ou moins permanente, y travaillent ou y étudient et un long etcetera de casuistiques particulières qui constituent l'ensemble de ce que nous appelons la population locale.

Un collectif, la population locale, qui est habituellement situé dans la destination touristique comme s'il s'agissait d'un contingent sédentaire qui accueille ceux qui arrivent de l'extérieur mais, à un moment précis et à un certain endroit, il y aura les résidents présents auxquels il faut déduire les résidents absents, et ajouter les non-résidents présents, qui comprend ceux qui séjournent, les touristes et les visiteurs de ce jour-là qui, éventuellement, peuvent dépasser de loin ceux qui y vivent au quotidien (Delaplace, 2017).

Parler des résidents et des touristes nous facilite la compréhension générique de qui nous parlons. Mais, dans le détail, les uns et les autres présentent de nombreuses nuances entre les extrêmes, entre le touriste le plus authentique, celui qui correspond le mieux aux définitions officielles, et le résident le plus sédentaire et enraciné (Simon, 2017).

Comme nous l'avons vu, certains auteurs proposent, pour aborder les relations entre la population locale et les touristes, de se limiter à certains acteurs qu'ils considèrent comme principaux, à savoir les touristes en général, et les résidents qui ont le plus de relations avec eux, c'est à dire, les travailleurs du secteur, ceux qui sont en première ligne, une option qui relègue le gros des résidents à de simples spectateurs du développement touristique (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016). Il y a des auteurs qui ont choisi de segmenter le collectif des visiteurs, c'est-à-dire de sélectionner une partie des touristes et de l'analyser par rapport à l'ensemble de la population locale, par exemple pour les études d'impact du tourisme gay dans certaines stations balnéaires du Mexique (Monterrubio Cordero, 2009) ou celle des nudistes sur les plages françaises (Jaurand, 2018).

D'autres suggèrent qu'il serait approprié d'appliquer des critères de segmentation des deux côtés, de rechercher des segments dans chacun des deux grands groupes, les touristes et la population locale, qui ont une affinité, qui partagent un aspect qui peut déclencher une sorte de relation entre eux, au-delà de l'inéluctable relation commerciale (Pizam et al., 2000) (Monterrubio, 2021).

Toute option sera, bien entendu, une simplification d'une réalité complexe. D'autant plus si l'on ajoute un aspect peu traité par les études touristiques, comme celui des intersectionnalités comprises comme les multiples identités que chacun a, croisées simultanément, et qui forment une identité polyédrique qui affecte leurs rôles dans la société (Sadurní Balcells & Pujol Tarrés, 2015), que ce soit dans leur vie quotidienne là où ils vivent, lorsqu'ils voyagent, ou dans d'autres situations intermédiaires qui ne s'inscrivent pas dans cette dualité.

Ceci est un problème qui n'est pas exclusif à l'analyse touristique. Dans l'analyse territoriale ou de la ville, un élément de base tel que le corps humain et sa diversité a été largement négligé, bien que depuis un certain temps, quelques auteurs aient proposé de placer le corps comme axe principal pour comprendre le sens de l'organisation urbaine. Quoique se référer à la dimension corporelle puisse ne pas être suffisant pour introduire sa diversité, car :

> *« L'idée de canon s'étend également aux supports corporels, comme s'il y avait un corps unique, réplique du dessin de Léonard de Vinci, qui servirait aux autres de référence [...]. Sur le plan corporel, ce que nous avons appelé ailleurs le syndrome du varavo, c'est-à-dire de l'homme actif et en bonne santé, devient une image canonique concrète, qui correspond à un âge, un genre et des conditions physiques particuliers »* (Durán, 2007), p. 30 (T.A.)

Le regard de l'intersectionnalité a été utilisé pour remettre en question certaines relations de pouvoir basées sur le genre (Anderson et al., 2023), l'ethnicité ou la nationalité (Falconí Trávez, 2011) ; la corporalité (McGlynn, 2023) ; l'âge ou la santé (De Craene, 2017b) ; ou de manière transversale en croisant facteurs comme la classe sociale, le genre ou l'ethnie (Mura & Khoo-Lattimore, 2011).

Mais l'absence d'un cadre conceptuel clair sur la façon d'appliquer le regard intersectionnel place cette perspective à un stade naissant d'application dans la pratique académique (Mooney, 2018), également dans les études touristiques, bien qu'il soit particulièrement pertinent dans la mesure où il s'agit d'expériences personnelles d'un large éventail d'individus, ce qui peut contribuer à enrichir considérablement l'analyse.

Dans le secteur productif du tourisme, cet angle d'analyse commence aussi à être adopté, non seulement pour améliorer la communication avec certains segments du marché susceptibles de présenter un intérêt, mais aussi *per se*, en s'engageant dans des stratégies de développement touristique inclusives, en s'éloignant des stéréotypes habituels, afin de mettre en avant la diversité sociale (Generalitat de Catalunya, 2023).

Enfin, le profil du touriste et du résident n'est pas figé ; non seulement il évolue, mais il peut également varier selon le contexte ou le moment. Le choix des temps sera également toujours un facteur déterminant de toute étude qui s'intéresse aux relations entre les touristes et la population locale.

Ainsi, contacter le touriste avant son voyage, au-delà du problème d'accès, nous place dans le champ des attentes du voyage. L'aborder pendant le voyage, à destination, est peut-être plus facile mais son expérience sur place est incomplète. Le contacter plus tard a l'avantage que le cycle du voyage est complet, mais peut-être que l'intérêt pour le lieu ou la vivacité des souvenirs aient diminué.

De même en ce qui concerne le résident, puisque ses réponses seront probablement différentes si elles sont posées en haute ou basse saison, ou avec l'interférence de facteurs ponctuels tels que des situations de congestion touristique ou, pire encore, des manifestations anti-touristiques.

b Bases théoriques et méthodes d'analyse

La relation entre les touristes et les résidents fait l'objet d'un intérêt particulier depuis les années soixante-dix, notamment en raison des réflexions sur les perspectives théoriques pour aborder le sujet. Établir les méthodes d'analyse et les facteurs influençant l'attitude des résidents à l'égard du tourisme (Harrill, 2004), parmi lesquels les modèles de développement et le comportement des touristes, apparaissent comme particulièrement saillants.

Conceptualiser l'attitude des résidents envers le tourisme et les touristes a été l'un des principaux centres d'attention des chercheurs qui se sont occupés de ce sujet, mais bien que diverses propositions théoriques pratiques aient été faites, aucune d'entre elles ne génère un consensus suffisant (Sharpley, 2014) (Hughes et al., 2010). Cette section présente les principaux cadres théoriques proposés et les méthodes déployées qui ont eu le plus d'impact sur les études des relations entre les touristes et la population locale.

Appréhender l'attitude du résident

Une partie importante des contributions dans le domaine des relations entre résidents et touristes s'intéresse à l'analyse de l'attitude des résidents à l'égard du tourisme ou des touristes. Les contributions proviennent, principalement, du monde anglo-saxon et sont formulées en anglais, mais elles ne répondent pas toujours exactement au même objectif, puisqu'elles ne se réfèrent pas systématiquement au mot « attitude », mais certains auteurs utilisent les termes « perceptions », « réactions », « opinions », « intérêts » ou « regards », parfois de manière interchangeable, les traitant comme des synonymes ou confondant un terme avec un autre (Monterrubio Cordero, 2007). Au-delà des différences sémantiques, les points d'intérêt de la plupart des auteurs sont, à grands traits, ce que les résidents pensent des impacts du tourisme et comment ils y réagissent (Sharpley, 2014).

Certains de ces mots supposent une connaissance directe du sujet en question, en l'occurrence, le tourisme, tandis que d'autres peuvent être alimentés par des sources plus imprécises ou indirectes, certains peuvent être plus influencés par des idéologies ou des intérêts que d'autres, certains présupposent l'action, tandis que d'autres ne pointent que vers la prédisposition à agir. La définition lexicographique proposée par le Centre national de ressources textuelles et lexicales admet des nuances entre la définition générique *d'* « attitude », qui parle de *« disposition d'esprit »,* et l'acception particulière issue de la sociologie, qui parle de *« position »* de l'individu ou du groupe. Dans les deux cas, le terme correspond parfaitement au tourisme – sur le plan théorique et dans sa pratique – et aux touristes – en tant que tels et dans leurs comportements – :

> *« Disposition d'esprit, déterminée par l'expérience à l'égard d'une personne, d'un groupe social ou d'une chose abstraite (problème, idée, doctrine, etc.) et qui porte à agir de telle ou telle*

> *manière » […] « Position de tel individu, membre de tel groupe, en face de tel problème collectif (J. Maisonneuve, Psychol. soc., 1950, p. 9 ds Unesco 1956) »* (CNRTL, en ligne)[ii].

Cette ambivalence est encore plus évidente lorsque certains auteurs affirment que le terme a une composante cognitive, par laquelle il reflète des pensées, mais aussi des croyances ; une autre composante affective, par laquelle il manifeste des sentiments d'appréciation ou de contrariété ; et une troisième composante comportementale, celle qui prédispose à l'action. Il s'agit donc d'un terme ambigu, mais immensément évocateur pour aborder la complexité des relations de la population locale avec le tourisme.

L'intérêt pour la perception que les résidents ont du tourisme a produit deux lignes d'études, ceux qui s'intéressent à identifier et à tester les facteurs qui conditionnent ces perceptions afin de prédire les attitudes et les comportements, et ceux qui ont essayé de segmenter la population locale en fonction de leur degré de soutien au tourisme (Telfer & Sharpley, 2016).

George Doxey lance en 1975 sa théorie de la causalité sur les éléments du tourisme qui peuvent irriter les résidents d'une destination touristique, dans laquelle il propose l'indice d'irritation avec le tourisme, connu sous le nom d'*Irridex* (Fan et al., 2019). Ce modèle propose quatre niveaux pour expliquer la réponse des résidents au développement touristique et, bien qu'il ait été largement critiqué par la suite, il est reconnu qu'il marque un tournant à partir duquel les tentatives de systématisation de ces réponses sont lancées (Pham et al., 2019). Le premier de ces niveaux est un stade d'euphorie, dans lequel les touristes sont les bienvenus et la destination présente des caractéristiques de développement naissantes, avec peu de planification et peu d'offre. La deuxième phase est celle de l'apathie, dans laquelle les touristes ne sont plus une nouveauté et il y a moins d'enthousiasme devant leur présence, une phase dans laquelle il est prévu de couvrir les besoins de base, il y a plus d'implication d'agents privés et il y a déjà des opérations de marketing ciblant les touristes. Le troisième niveau est celui de l'irritation, dans lequel le nombre de touristes et le niveau de développement touristique constituent déjà une préoccupation majeure pour les résidents, la destination présente des niveaux d'urbanisation plus élevés et a développé des infrastructures pour accueillir de plus en plus de touristes, tout en augmentant l'offre de loisirs et la présence d'entreprises non locales. Enfin, la phase d'antagonisme, dans laquelle, entre indifférence et hostilité, les touristes ne sont plus les bienvenus et la destination est entrée dans le stade du tourisme de masse[iii].

Dans le modèle Irridex, chaque niveau combine en parallèle l'attitude des locaux et les caractéristiques de la destination permettant prévoir un soutien à la nouveauté initiale et une lassitude potentielle. Des nombreuses critiques ont été formulées à l'encontre de ce modèle, notamment qu'il donne pour acquis des réactions qui ne vont pas de soi, comme la prédisposition initiale à recevoir des touristes ou qu'il ne considère pas les comportements spécifiques des touristes lorsque ceux-ci peuvent déterminer la réponse des résidents (Monterrubio Cordero, 2019).

En outre, il présente donc une forte linéarité d'une phase à l'autre, bien que le modèle admette que toute la population locale ne se trouve pas au même stade au même moment. Bien que cette linéarité ait fait l'objet de critiques (Ap & Crompton, 1993) (Carmichael, 2000) (Monterrubio Cordero, 2007), elle réapparaît également dans le modèle du *cycle de vie de la destination touristique* qui propose six phases

[ii] https://www.cnrtl.fr/definition/attitude (19/02/2024)

[iii] Dans l'original en anglais, les termes utilisés sont les suivants : *euphoria*, *apathy*, *irritation* et *antagonism*.

– exploration, implication, développement, consolidation et stagnation avant de faire face au dilemme entre rajeunissement et déclin[iv] – (Butler, 1980) et qui est devenu, de l'avis de certains auteurs, une référence marquante dans les études sur la compétitivité touristique (García Henche et al., 2013). Cette popularité ne lui a pas épargné de sévères critiques, non seulement en raison de sa grande linéarité, bien que nuancée, mais aussi parce qu'elle ne correspond pas aux objectifs initiaux. En effet, le cycle de vie s'avère un bon schéma pour l'analyse d'un produit, mais il n'est pas utile pour l'analyse géographique d'une destination, dans la mesure où les paramètres d'un produit ne s'adaptent pas à un territoire et en conséquence, le modèle perd tout son sens (Suchet & Stebbins, 2015).

En assumant que les résidents ne sont pas une masse homogène, Richard W. Butler lui-même et d'autres chercheurs contemporains à lui suggèrent une matrice qui croise l'attitude – positive ou négative – envers le tourisme avec le comportement – actif ou passif – des résidents face au tourisme, montrant deux types de personnes favorables au tourisme, celles qui tout simplement l'acceptent et celles qui le défendent activement, et deux groupes défavorables, ceux qui ne sont pas d'accord mais n'agissent pas et ceux qui sont manifestement contre et se font remarquer. Cette matrice a l'exception qu'elle prévoit la mobilité dans toutes les directions pour expliquer que l'attitude et le comportement sont changeants et qu'aucune linéarité ne peut être préfigurée.

Face à ces modèles majoritairement unidirectionnels, des résidents vers les touristes ou le tourisme, Hasan Zafer Doğan examine les stratégies mises en place par les populations locales affectées par les changements produits par le développement touristique et propose un schéma dans lequel il assume une certaine homogénéité dans la réponse initiale de la population locale, mais qui peut avoir, face à l'augmentation de l'afflux et du développement touristique, diverses réponses – positives et négatives – simultanées, vers le tourisme (Doğan, 1989). L'auteur propose cinq étapes allant de la résistance initiale, dans laquelle les résidents seraient motivés par de grandes différences avec le visiteur, à l'adoption finale, dans laquelle le touriste et son monde sont non seulement acceptés mais aussi, d'une certaine manière, admirés socialement. Selon ce modèle, l'attitude du résident dépendrait, dans une large mesure, des relations entre les uns et les autres, ainsi que de l'attitude gouvernementale et des politiques publiques déployées en faveur du développement touristique (Hughes et al., 2010). John Ap et John L. Crompton proposent un schéma similaire, bien que dans des contextes complètement différents. En effet, alors que Doğan aborde la question des aborigènes en relation avec le tourisme international (Doğan, 1989), Ap et Crompton déploient une méthodologie qualitative pour appréhender les effets du tourisme dans quatre communautés du Texas, aux États-Unis. Ainsi, ils proposent un schéma similaire qui fait référence aux stratégies des résidents pour répondre aux impacts du tourisme dans une sorte de continuum qui comprend quatre stratégies l'embrassement, la tolérance, l'adaptation et le retrait[v] (Ap & Crompton, 1993).

Dans tous ces modèles, il y a, bien que l'appelant différemment – l'*irritation* de Doxey, l'attitude *isolationniste* de Doğan ou le résident qui *tolère* chez Ap et Crompton –, la catégorie du résident mécontent qui accepte le tourisme pour la contribution économique qu'il génère. L'idée sous-jacente est que l'argent compense les impacts négatifs du tourisme, même si peu d'études portent spécifiquement sur la perspective économique de ces modèles (Fan et al., 2019). S'il est vrai qu'ils mentionnent tous la

[iv] Dans l'original en anglais, le modèle est désigné sous le nom de *Tourism Area Life Cycle Model (TALC)* et les termes utilisés sont *exploration, involvement, development, consolidation, stagnation, decline* et *rejuvenation.*

[v] Dans l'original en anglais, les termes utilisés sont les suivants : *embracement*, *tolerance*, *adjustment* et *withdrawal.*

diversité des positions individuelles au sein de la communauté locale, il n'en reste pas moins que nous sommes à nouveau face à une addition et une soustraction de coûts et de bénéfices qui homogénéisent la réponse locale. En effet, les études sur l'attitude du résident envers le touriste ont traditionnellement été basées sur l'analyse de variables économiques – à savoir les bénéfices ou la dépendance au tourisme –, auxquelles s'ajoutent d'autres variables démographiques – comme l'âge ou le niveau de formation – ou spatiales – telles que la distance physique entre les uns et les autres – (Draper et al., 2011). Beaucoup d'entre elles sont considérées, en général, comme des variables à prendre en compte *per se*, car elles peuvent avoir une certaine influence sur la perception que la population locale a du tourisme, de même que les facteurs sociodémographiques – genre, âge, lieu de naissance, enracinement dans le lieu, origine ethnique, niveau d'éducation ou maîtrise des langues –, bien que, souvent, ils donnent des résultats contradictoires, d'autant plus que de multiples facteurs interviennent toujours à la fois (Monterrubio Cordero, 2019).

L'idée de segmenter la population locale permet de l'analyser par sous-groupes plus ou moins homogènes ayant des attitudes envers le tourisme similaires entre eux et différenciées des autres sous-groupes de résidents, en soulignant la diversité de la population locale (Williams & Lawson, 2001) et en réduisant – ou en aidant à expliquer – la marge d'études qui donnent des résultats contradictoires les uns avec les autres. Plusieurs études ont été réalisées dans lesquelles sont proposées des catégorisations qui, encore une fois, jettent entre trois et cinq sous-groupes allant des plus partisans du tourisme à ceux qui le détestent, même si la population locale est interrogée, non pas sur le tourisme en général, mais spécifiquement sur son soutien au développement touristique (Fan et al., 2019). Mais la comparaison entre eux devient impossible puisque les variables considérées, les caractéristiques des communautés étudiées ou la manière dont les données ont été collectées ne le permettent pas (Fredline & Faulkner, 2000).

Parmi les défis qui subsistent, au-delà de la conjugaison de plusieurs éléments à la fois, il y a aussi l'analyse de la nature des interactions, dont s'est déjà occupé Abraham Pizam (1978) ou l'attitude envers des questions précises telles que, par exemple, l'attitude des résidents à l'égard d'une activité qui porte un comportement concret.

Théorie et praxis pour aborder les relations entre touristes et résidents

Au-delà de l'intérêt pour l'attitude de la population locale et des touristes, il est nécessaire d'aborder les relations concrètes établies et d'en étudier les résultats. Pour ce faire, différentes méthodes ont été déployées avec des angles d'analyse spécifiques avec lesquels collecter les informations. L'un des principaux défis est de dépasser l'approche unidirectionnelle des résidents envers les touristes et des touristes envers la population locale, et de soulever la question de manière bidirectionnelle.

Certaines des approches réalisées à partir de la bidirectionnalité partent de la théorie de l'hypothèse de contact, initialement formulée à partir de la psychologie par Gordon W. Allport en 1954 pour faire face aux préjugés entre groupes en conflit (Amichai-Hamburger & McKenna, 2006). L'idée de base est que, plus il y a de contact avec l'autre, plus il est connu et, par conséquent, son acceptation augmente, bien que les résultats empiriques réfutent souvent cette projection. Ce schéma peut facilement être transposé au tourisme. Par exemple, d'Abraham Pizam a analysé les touristes grecs qui ont visité la Turquie et les

Turcs qui ont visité la Grèce, les Israéliens en Égypte et les Américains en Union soviétique. Tous ont répondu à des questionnaires avant, pendant et après le voyage et l'étude a donné des résultats dans lesquels 47 % des variables ont changé, dont 78,7 % ont empiré. L'auteur a attribué ces résultats, entre autres facteurs, à la manière de voyager, soulignant que le voyage en groupe comporte des dynamiques endogames qui n'aident pas à interagir avec la population locale, ou au fait que l'attitude entre les deux collectifs était trop négative et plus qu'une attitude de collaboration, ce qui était établi était une situation de concurrence entre eux. Dans ses conclusions, l'auteur souligne qu'une certaine proximité ou affinité entre le destinataire et le visiteur, avec un climat social minimalement favorable, est nécessaire pour que la rencontre soit fructueuse (Pizam, 1996), en plus d'un contact mutuel plus ou moins intense, puisqu'un contact peu approfondi n'a guère de conséquences positives (Pizam et al., 2000). Au contraire, des études montrent que certains voyages *tout inclus*, où le contact avec la population locale est superficiel et généralement médiatisé par des guides, peuvent entraîner des effets négatifs supplémentaires sur l'attitude à l'égard des résidents, de sorte qu'un voyage effectué dans certaines conditions peut intensifier les préjugés (Sirakaya-Turk et al., 2014). Il s'agit d'une méthodologie qui va bien au-delà de l'activité touristique comprise comme une activité économique et qui peut être spécialement pertinent dans des situations où le tourisme peut jouer un certain rôle dans la résolution des conflits (Flanders Government et al., 2017), en particulier pour sa capacité à créer des *« expériences sociales inclusives »* (Rami, 2014, p.90).

Une autre approche, qui découle également de la psychologie sociale, est la théorie dite de l'échange social – *Social Exchange Theory* –, qui vise à comprendre les relations entre les personnes à partir des échanges qu'elles ont entre elles. Il fait référence à l'échange de ressources – tangibles, comme les biens ou l'argent, ou intangibles, comme l'information ou les satisfactions – entre deux groupes sociaux et part de l'hypothèse que plus cet échange est élevé et équilibré, plus il est perçu favorablement par les deux parties. En l'appliquant entre une population locale et une population visiteuse, cet auteur fait une lecture selon laquelle si l'échange est élevé pour la communauté d'accueil, même si c'est dans une relation de déséquilibre, elle continue à faire un bilan positif des impacts du tourisme, puisque les coûts s'avèrent abordables. Enfin, si l'échange est faible, alors oui, la perception est négative des deux côtés. Dans cette méthode, il est supposé que le résident souhaite améliorer la qualité de vie et l'économie locale et que connaître ces perceptions permettra de prédire son comportement futur envers le touriste.

La théorie de l'échange social est une méthode qui est largement acceptée, même si elle manque de preuves empiriques suffisantes, puisqu'il existe des études qui ne montrent pas une corrélation suffisante entre les avantages reçus et l'attitude envers le tourisme (Monterrubio Cordero, 2019) (Huete & Mantecón, 2015). Un exemple en serait lorsque les interlocuteurs expriment leur perception du tourisme uniquement sur la base des avantages reçus individuellement et ignorent les éventuels avantages collectifs dont ils bénéficient grâce aux apports du tourisme (Muler Gonzalez et al., 2018).

Plus systématiquement, les limites attribuables à ce modèle seraient qu'il s'appuie sur le fait que les personnes disposent d'informations véridiques, même si la connaissance provient davantage du social que de l'expérience personnelle ; que les personnes agissent individuellement et rationnellement à partir de ces informations ; et sur le fait que les perceptions collectives sont formées dans des contextes socioculturels et à des moments concrets, de sorte que les résultats ne sont pas extrapolables. Ces limitations ont fait que la recherche scientifique présente des lacunes qui coïncident avec les aspects que cette théorie, largement utilisée, ne peut pas couvrir (Sharpley, 2014). Il y a eu des essais pour appliquer les postulats de la théorie de l'échange social à des études quantitatives, sur la base d'enquêtes

menées auprès de la population locale, afin de saisir sa perception du tourisme, en donnant la priorité à l'angle d'analyse économique et en évitant la lecture sociologique, mais :

> *« Le problème, en définitive, réside dans l'incapacité d'intégrer les dimensions culturelles de la dynamique touristique dans le modèle théorique et, en outre, dans l'incapacité d'analyser ces dimensions en articulant la recherche quantitative avec la recherche qualitative »* (Huete & Mantecón, 2015), p. 314. (T.A.)

Face à des résultats peu concluants ou insuffisamment satisfaisants, de nombreux auteurs ont proposé d'autres approches en mettant l'accent sur l'un ou l'autre aspect associé aux relations entre la population locale et le tourisme ou les touristes, y compris, souvent, l'approche qualitative.

La théorie ancrée – *grounded theory* – est l'une d'entre elles, bien qu'elle ait été peu déployée et que des méthodes différentes aient été utilisées en fonction des auteurs qui l'ont proposée et des objectifs qu'ils ont fixées dans chaque cas (Matteucci & Gnoth, 2017). Essentiellement, il s'agit d'appliquer la méthode inductive à partir de la collecte d'informations sur le terrain et d'évoluer au fur et à mesure pour faire émerger des schémas transférables dans d'autres contextes.

Une autre approche est celle de la théorie de la perception de soi – *Self-Perception Theory* –, qui part de la propre expérience du résident en tant que touriste et le fait dans le but de trouver des liens entre les antécédents des voyageurs et la propension à soutenir de nouveaux développements touristiques. Sur cette base, certaines études montrent que les personnes qui ont le plus voyagé, surtout si elles l'ont fait récemment, montrent plus de soutien au développement du tourisme et sont plus sensibles ou conscientes des avantages que le tourisme apporte à l'endroit où elles résident (Woosnam et al., 2018).

La théorie de la représentation sociale – *Social Representation Theory* – est une autre des grandes bases théoriques utilisées pour comprendre les attitudes de la population locale envers le tourisme. Il s'agit d'une théorie formulée à partir de la psychologie sociale par Serge Moscovici pour essayer de comprendre le mécanisme par lequel les gens se font une idée de la réalité même si, souvent, ils n'ont pas d'éléments suffisants pour la saisir, que ce soit par manque de connaissances ou par leur expérience limitée (Kalampalikis, 2019). L'idée centrale est que l'attitude n'est pas construite individuellement, mais que ce processus a beaucoup à voir avec les représentations sociales et culturelles forgées collectivement. Dans les études touristiques, cette approche a été utilisée à la fois pour cerner les processus de production collective des représentations sociales, et pour comprendre les effets de celles-ci sur les structures sociales et sur la vie des personnes (González Damián, 2022).

Des représentations qui, avec l'expérience, les interactions et les connaissances, sont fondamentales pour façonner les attitudes, par exemple, envers le tourisme et peuvent être utiles pour intégrer ce qui se passe autour de nous, à lui donner un sens ou, simplement, à rendre familier ce qui était étranger (Bertrand et al., 2007). Tous ces éléments sont changeants, de sorte que ni les représentations, ni les attitudes qui en découlent ne doivent être considérées comme statiques (Fredline & Faulkner, 2000). En d'autres mots :

> *« La théorie des représentations sociales adopte explicitement une perspective émique et cherche à comprendre la réalité de l'acteur social [...] Les représentations sociales assument également que dans toute société, il y aura des réalités sociales multiples et diverses. La théorie des représentations sociales repose sur une conception de la société comme étant organisée en*

> *groupes et sous-groupes, et non comme une collection d'atomes sociaux individuels… »* (Pearce et al., 1996) (T.A.)

En effet, la grande contribution de la théorie des représentations sociales à l'étude des relations entre les touristes et la population locale est la mise en œuvre d'une perspective émique – c'est-à-dire une approche qui privilégie le point de vue interne des acteurs sociaux – permettant d'accéder à des visions particulières et de prendre en compte des nuances singulières. D'autre part, leur grande limitation est le décalage entre l'attitude et le comportement, c'est-à-dire la différence entre ce que les gens disent croire et ce qu'ils font réellement.

Ces propositions méthodologiques, fondées sur l'idée que deux groupes sociaux entrent en contact, peuvent être appliquées aux touristes, aux résidents et aux deux. Sa formulation dépend des hypothèses de départ de chaque cas ou de l'intérêt particulier des auteurs à connaître, par exemple, les perceptions ou attitudes de la population locale envers le tourisme, envers les touristes, ou envers des projets de développement futur concrets ou génériques.

1.3 Pour faire du tourisme, il faut se rendre à la destination

Le tourisme, depuis la géographie, a été étudié principalement en termes de planification et de gestion de la destination ou en termes d'impacts territoriaux du tourisme. Ainsi, il s'est préoccupé, par exemple, de sujets tels que l'aménagement des espaces touristiques, la transformation urbaine, les nouveaux produits et les effets de l'économie collaborative, la durabilité ou les innovations technologiques appliquées au tourisme, en plus des approches théoriques et de la modélisation (D. Pearce, 1993) (Fletcher et al., 2019) (Fletcher et al., 2023). D'autres disciplines intéressées par le phénomène touristique ont privilégié la dimension spatiale sous l'angle économique, notamment pour étudier la gouvernance, la gestion stratégique, l'innovation, la création de marques de destination ou l'exploitation des ressources territoriales à des fins touristiques (Prats Planagumà, 2005).

Comme on l'a vu au point précédent, la question des relations entre résidents et touristes a été traitée, fondamentalement, à partir de l'attitude du résident envers le tourisme et du comportement du touriste dans la destination et, bien que ces deux questions aient une dimension territoriale indéniable, la plupart du temps, les visions sociologiques ont été privilégiées, par exemple, en s'intéressant au choc culturel, ou économique, en considérant d'emblée le touriste comme un consommateur.

Mais le fait est qu'il y a un scénario, la destination touristique, où tout cela a lieu. Le point physique où les gens d'autres endroits convergent avec les habitants. Un lieu physique qui, de nos jours, s'accompagne d'un espace numérique dans lequel les uns et les autres se produisent également.

Cette section propose un aperçu concis de deux éléments essentiels à l'étude des relations entre résidents et touristes du point de vue de la géographie : d'abord, la notion de destination touristique ; ensuite, des éléments qui concernent la gestion, comme les innovations du numérique et les modèles de gouvernance.

a La destination touristique comme point de rencontre inégal

La notion de destination touristique est essentielle pour comprendre où et comment les relations entre les touristes et les résidents ont lieu, mais il n'y a pas de définition unique pour délimiter cet espace où se déroule le tourisme. S'il s'agit d'un espace où vont les touristes, un seul touriste suffit-il ? Combien doivent y aller ? Doivent-ils être nombreux par rapport à la population locale ? Quels sont les seuils pour définir une destination en fonction de la présence de touristes ? Toutes ces questions peuvent avoir de multiples réponses et ce n'est pas une question résolue (Pareto Boada et al., 2020). Ou faut-il mettre l'accent sur le territorial ? dans les infrastructures et les équipements spécialement conçus pour les touristes ? Est une destination touristique tout territoire qui déploie un certain marketing touristique pour attirer les visiteurs et met en place des politiques publiques de gestion ? (Torres-Delgado & López Palomeque, 2014).

Si nous acceptons que pour qu'une destination existe, il doit nécessairement y avoir une certaine présence de touristes, une certaine opérativité du secteur et un certain développement des infrastructures, alors nous assumons que le tourisme est un facteur supplémentaire qui affecte la construction de la ville, ce qui implique le déploiement d'un certain modèle touristique au détriment d'autres options de développement possibles et, par conséquent, est le résultat de conflits et de relations de pouvoir entre des groupes qui tentent d'imposer leurs intérêts et leur modèle social (Harvey, 2011). La destination touristique comme espace de pouvoir, comme espace de rivalités qui se traduisent par des stratégies d'appropriation et de contrôle des espaces et des ressources. Situations de conflit, situations géopolitiques selon les a décrites Yves Lacoste (Lacoste, 2012), dont le tourisme n'est pas étranger.

La segmentation de la ville-destination

La présence de touristes est inégale entre différents espaces pouvant être considérés comme des espaces touristiques. Il en va de même pour la concrétisation territoriale du fait touristique, avec des activités, des équipements et des infrastructures souvent partagés, dans une plus ou moins grande mesure, avec d'autres groupes, qu'il s'agisse des résidents – de l'espace public à un musée – ou d'autres groupes économiques – comme une salle de congrès, un port ou un hôtel.

Les modèles de développement territorial des destinations touristiques ont été l'un des objets d'étude préférés des géographes (López Palomeque et al., 2022). Bien que chaque lieu soit différent, les approches des géographes aux modèles de développement permettent de classer selon des typologies touristiques qui configurent des typologies de destinations, par exemple selon qu'il s'agit de stations balnéaires, de villes, d'espaces *ex-novo*, d'espaces autour d'éléments de loisirs, d'espaces naturels, sans compter que chaque lieu aura, selon ses caractéristiques et réglementations locales, ses particularités.

Il a été noté que, bien qu'un espace touristique comporte certains éléments qui le rendent reconnaissable, son imbrication avec l'espace non touristique en fait un espace avec des discontinuités (Gay, 2004), avec diverses intensités d'utilisation touristique et où les activités non touristiques se mêlent aux activités touristiques :

> *« Les zones touristiques sont des espaces fragmentés qui refusent la logique compacte des villes traditionnelles et prennent la forme d'une mosaïque (lotissements, hôtels, campings, parcs, espaces naturels, chacun avec sa propre logique spatiale...). C'est probablement la raison pour laquelle les zones touristiques ne sont pas non plus structurées autour d'un centre, mais sont dans la plupart des cas des périphéries sans centre. »* (Donaire Benito, 2005), p. 4 (T.A.)

Ce serait la version touristique de ce qu'Edward Soja appelait exopolis (Soja, 2004). Or, lorsque c'est une ville préexistante qui devient une destination touristique, il peut y avoir différentes dynamiques, comme la mise en tourisme du centre traditionnel, comme l'hyperconcentration des usages touristiques – hôtels, logements à usage touristique, commerces, restauration – survenue dans le quartier de Ciutat Vella de Barcelone ou dans le quartier Centro de Madrid (Domínguez Pérez & Crespi Vallbona, 2021) ; l'apparition de plusieurs nœuds touristiques, comme à Berlin, où différents quartiers avec des identités et des logiques différentes ont été mis en tourisme de manière singulière ; la mise en tourisme autour d'éléments d'attraction majeurs que ce soit au centre ou en périphérie urbaine, comme l'illustrent la

Tour Eiffel et Versailles respectivement pour le cas de Paris, les deux ressources dans le top 5 des lieux visités de la ville ; la transformation de certains quartiers par une forte densité hôtelière, selon les usages traditionnels, comme le quartier de King's Cross à Londres ou selon les nouvelles formules d'hébergement comme l'impact généré par l'irruption d'AirBnB dans des quartiers comme ceux de Misericórdia ou Alfama à Lisbonne (Yrigoy, 2017).

La ville touristique émerge des besoins du secteur et reproduit, ici et là, certains modèles utiles et reconnaissables par ses utilisateurs, de la même manière que les villes dans un monde globalisé reproduisent les mêmes formules de consommation (Koolhaas, 2006) et qui, en termes touristiques, entraînent la banalisation de l'offre et la standardisation des destinations, de leurs paysages et de leurs produits (Fraguell Sansbelló et al., 1998).

La ville en tant que scène touristique, qui concentre et combine une large diversité de patrimoine et de culture, de services et d'activité commerciale, d'activités professionnelles et d'offre de sports et de loisirs. C'est la combinaison de tous ces facteurs qui permet de parler de tourisme urbain (Violier & Zárate Martín, 2007). À ces éléments plus tangibles, Eduardo Brito Henriques en ajoute d'autres plus éthérés tels que des schémas fonctionnels et des codes d'utilisation similaires, et surtout la primauté des villes dans l'esprit des touristes potentiels (Colet Duran, 1997). La ville en tant qu'espace d'attraction générique, mais, bien qu'il soit courant de parler de tourisme urbain pour faire référence à l'afflux de touristes dans les villes, certains auteurs soulignent que cela ne générerait pas en soi une typologie touristique spécifique puisque, en termes de produits touristiques, la ville ne serait qu'une coïncidence de divers sous-produits qui se rencontrent dans le même contexte spatial (Buhalis, 2000). Le concept de tourisme urbain peut être utile pour la planification et la gestion touristique de la ville, mais il nous en dit peu sur la typologie des touristes lorsque la tendance de l'industrie est la segmentation des marchés. Par exemple, certains termes tels que tourisme culturel urbain (UNWTO & European Travel Commission, 2005), largement utilisé, ont l'apparence d'une typologie segmentée, mais l'approche englobe généralement une telle diversité de ressources, d'activités, de profils et de motivations qu'elle finit par être un très large vocable parapluie. D'autres dénominations plus spécifiques telles que le tourisme d'affaires, typologie qui désigne toutes les activités liées à des événements d'entreprise impliquant un séjour – *MICE* selon ses sigles en anglais–, sont largement associées à la ville, mais toujours en conjonction avec d'autres éléments d'attraction et typologies touristiques.

Indépendamment de l'endroit où se trouvent les ressources pour les touristes, ceux-ci, ou une grande partie d'entre eux, sont motivés par la curiosité et cette impulsion peut les amener bien au-delà de l'hôtel, du musée ou de l'office de tourisme. D'autant plus que la généralisation de nouvelles pratiques touristiques conduit les touristes là où, jusqu'à récemment, leur présence aurait été considérée comme anecdotique, sinon surprenante.

Certaines typologies touristiques – et certains des produits qui les déploient – encouragent à aller au-delà, à franchir les limites de ce qui, plus ou moins, est établi comme étant des lieux touristiques, de sorte que le touriste est susceptible d'apparaître partout. Le touriste qui s'intéresse aux espaces marginaux, aux zones en état d'abandon en s'inspirant du phénomène de l'exploration urbaine, l'*urbex*, en est un exemple, qu'il le fasse de manière informelle ou plus structurée (Le Gallou, 2022). Les visites dans les favelas de Rio de Janeiro, au Brésil, où le touriste pénètre dans des quartiers jusqu'à présent peu sûrs et impropres aux visiteurs, sont un autre exemple de cette dynamique croissante, que ce soit sur la base du tourisme communautaire et de la déstigmatisation du lieu (van Rompu, 2019), ou de l'intérêt pour le trouble et le scabreux dans ce qui a été appelé le *dark tourism* (Trzaskos et al., 2014).

D'autres produits touristiques – ou de loisirs – ont encouragé la dispersion des touristes vers des sites non centraux, tels que des événements et des itinéraires à la recherche de références de la culture populaire – *street culture* – dans de quartiers périphériques ou autour de minorités sociales (Adams, 2018) ou d'expressions artistiques qui ne sont pas tolérées dans les espaces touristiques centraux et qui ont proliféré dans la périphérie urbaine – comme les graffitis – et qui ont commencé marginalement pour, dans certains cas, devenir *mainstream* (Vaslin, 2018).

Cette expansion au-delà des lieux traditionnellement considérés comme touristiques n'est pas sans conséquences puisque :

> *« Le tourisme s'est construit sur la désignation de lieux jugés/construits comme* extra-*ordinaires (hauts lieux, stations), tandis que les lieux ordinaires sont dédiés aux pratiques quotidiennes, à l'habitat, au travail et/ou aux loisirs (Gravari-Barbas, Delaplace, 2015). Le tourisme contribue aussi à transformer les lieux, leur faisant perdre leurs résidents, leurs pratiques, leur atmosphère "ordinaires" »* (Condevaux et al., 2019)

À la dimension spatiale du tourisme, il faut croiser la dimension temporelle, puisque les touristes ne sont pas toujours là, ni avec la même intensité, ni dans la même quantité. À l'échelle géographique, il faut ajouter les échelles temporelles des temps touristiques selon les saisons ou les périodes, les jours clés quand il y a des événements concrets – comme un congrès, un festival ou une compétition –, les moments micro jour-nuit ou travail-festivité, les cycles réguliers, comme les week-ends ou d'autres éventuellement variables comme les moments de débarquement des croisiéristes, etc. Les touristes et leurs rythmes, qui se croisent avec les résidents et leurs rythmes. Tous ces rythmes font partie de temporalités qui se cristallisent en horaires, fréquences, séquences ou durées configurant le flux de la ville. Des rythmes que certains auteurs soulignent qui s'accélèrent, fruit de la dynamique du modèle néolibéral dominant au détriment de la qualité de vie des personnes.

Représentations et imaginaires de la destination-ville

Le tourisme est particulièrement sensible à la construction d'imaginaires urbains, à la dimension symbolique qui émerge de la subjectivité collective (Lindón, 2007), qui sont souvent à la base de nombreux messages touristiques, aussi bien dans les discours des destinations que dans les arguments de vente des produits (Santomil Mosquera, 2011). Des représentations qui se nourrissent des perceptions individuelles, pour créer des représentations collectives qui, à leur tour, deviennent des imaginaires qui peuvent être utiles pour aborder la relation des sociétés avec les espaces (Hiernaux & Lindón, 2012), également dans les espaces touristiques. Ainsi, puisque dans la ville touristique convergent les imaginaires urbains et les imaginaires touristiques, dans lesquels le regard du touriste de plus en plus global et globalisé, les destinations urbaines sont un élément clé pour interpréter ce phénomène (Stock, 2013).

Nous pouvons nous demander si le regard des résidents est fondamental pour interpréter la destination touristique dans laquelle ils vivent. Si, dans l'analyse de la ville ou de la ville touristique, on choisit de ne sélectionner qu'une partie des profils présents, la problématique sera, tout d'abord, de catégoriser la vaste série de profils existant entre le touriste le plus éphémère et le résident le plus sédentaire, puis de traiter la question de savoir où mettre la coupe. Mais comment donner une carte de légitimité aux uns

et la refuser aux autres dans l'exercice de la construction d'un imaginaire collectif ? Ce débat, aussi pertinent est de l'appliquer à la population résidente, avec la question migratoire comme premier point de désaccord probable, ainsi qu'à la population visiteuse, un collectif composé de catégories poreuses d'individus plus ou moins mobiles, avec des temps plus ou moins sédentaires et avec des motivations de voyage largement diverses. Chacun, résident ou visiteur, a ses antécédents et son expérience accumulée, ses codes et ses dynamiques. Une hétérogénéité d'expériences personnelles qui affectent la perception de la ville, le « sens du lieu » tel qu'interprété par María Ángeles Durán, avec ses attentes territoriales et son comportement, de sorte que chacun vit à sa manière un même paysage (Durán, 2007). Dans ces dynamiques, la proximité n'est pas exclusive aux résidents et l'éloignement n'est pas exclusif aux visiteurs, sinon que chacun les ressent à sa façon. Ainsi, la destination des uns peut être une étape sur le chemin des autres, ou une escale ou un non-lieu (Reitel & Gagnol, 2023).

Dans cette destination touristique qui est une ville, espace de confluence par excellence (Zhang et al., 2006), les habitants sont loin d'être sédentaires car, à leur tour, ils connaissent un large éventail de mobilités, également touristiques et les touristes sont également des acteurs principaux, par leurs pratiques et par les relations qu'ils ont avec les espaces de la destination, qui interviennent dans la construction du lieu, même si leur présence est temporaire (Rouleau-Racco, 2017).

La destination qui est ville fait partie de l'espace social de la population locale, mais elle est également un espace de socialisation des touristes parmi eux et de la population locale avec les touristes. Avec ses clivages sociaux, économiques, religieux, moraux, géopolitiques et culturels. C'est dans cette optique d'imbrication extrême que la géographie sociale peut aborder le sujet des relations de tous ces groupes sociaux en ce lieu précis, considérant l'espace comme la dimension spatiale du monde social, l'espace lui-même comme une production sociale (Blanchard et al., 2021).

Espace vécu par les uns et les autres – chacun, avec ses pratiques, ses expériences et ses représentations sociales – d'où surgissent nécessairement de nouvelles territorialités, plus ou moins partagées, fruit non seulement de la collaboration, mais aussi – et peut-être surtout – des dissymétries des relations de pouvoir :

> *« Les espaces et les lieux, et les sens qui leur sont attribués, sont également le produit des relations sociales, avec les différences et les inégalités qu'elles établissent »* (Lins França, 2015), p. 979. (T.A.)

Des expériences individuelles partielles, fruit d'un regard qui ne peut pas tout embrasser parce que chaque expérience de vie est composée de fragments, chacun les siens, de leurs espaces quotidiens en fonction de leurs besoins, de leurs habitudes et de leurs affinités personnelles, mais qui répondent aussi à leur appartenance à des groupes sociaux (Nel·lo, 2007).

De ce point de vue, la ligne de démarcation entre les touristes et les résidents serait une ligne de fracture trompeuse, car il ne peut être exclu qu'il y ait plus d'affinités entre certains résidents et certains touristes en ce qui concerne leur regard et leur utilisation de la ville qu'entre les voisins de la destination entre eux ou entre les visiteurs entre eux.

b L'expérience de voyage en évolution permanente

Le voyage touristique moderne qui s'est développé après la Seconde Guerre mondiale a été appelé fordiste en raison de sa reproduction des modèles économiques industriels et de son expansion à des couches de la société qui, jusqu'alors, n'avaient pas pu bénéficier de cette activité réservée à l'élite, générant la dynamique de ce que nous appelons le tourisme de masse (Hiernaux-Nicolas, 2018). Ce modèle de tourisme est possible dans le cadre de sociétés qui acquièrent des droits tels que les congés payés. Mais ce n'est pas seulement le matériel qui explique le phénomène, c'est aussi la manière collective de comprendre la société et de la vivre.

Ce modèle évolue avec l'intégration de nouvelles destinations sur le marché touristique ou l'arrivée de nouvelles générations, ayant de nouveaux goûts qui rejettent progressivement l'homogénéisation des destinations et, d'une certaine façon, la standardisation de l'offre touristique. Des changements sociaux et technologiques aux niveaux micro et macro, qui permettent de voyager moins cher, plus loin et dans des endroits plus exotiques. Le touriste fordiste, bien que toujours présent, est relégué par d'autres profils aux dénominations hyperboliques de touriste postmoderne (Donaire Benito, 1997) ou hypermoderne (Hiernaux-Nicolas, 2018) ou hyper-réel (Casado Buesa, 2017) qui, en bref, répondent à de nouvelles motivations de voyage et à d'autres attentes expérientielles.

La réponse à ce désir d'une pratique touristique plus à la carte est un reflet de ce que l'on appelle dans la terminologie du marketing l'orientation vers le marché et que d'autres ont désigné comme la combinaison de la tendance à l'individualisme et à l'hyperconsommation ou comme la conséquence de l'émergence de la société émotionnelle et de l'économie de l'expérience (Guenaga-Garai & Hernando-Saratxaga, 2012).

Les innovations technologiques ne sont pas étrangères à ce processus. Ces dernières décennies, elles ont conduit à de nouvelles façons de travailler, de s'organiser et d'interagir. Sans vouloir être exhaustifs, pour le tourisme, ces innovations ont de multiples facettes, telles que les facilités de s'organiser en dehors des agences de voyages traditionnelles, l'intégration de tout ce qui englobe la notion de *smart destination*, les destinations intelligentes, qui, à l'heure de la mondialisation incorpore des technologies a tous les niveaux pour une plus grande efficacité (Aïdi, 2022), l'accessibilité accrue aux moyens de transport, notamment l'aviation, par les modèles d'entreprise à bas coûts ou le champ ouvert par la gestion et l'analyse du *big data*, par exemple, pour gérer les afflux à partir de la géolocalisation des mobiles ou les modes de consommation à partir de l'utilisation, également géolocalisée, des paiements effectués par carte de crédit. Et les applications de rencontres, spécialement impactantes chez la population LGBT+ (Nicolle, 2024b).

À la croisée des sphères économiques et sociales, un autre aspect remarquable est l'émergence des réseaux sociaux avec la possibilité d'exprimer ouvertement des opinions sur certaines destinations, produits et services et d'en discuter avec d'autres utilisateurs. Sa capacité d'impact peut être illustrée par le phénomène dit d'*instagramisation*, cette velléité de présenter une expérience unique qui, transmise par les réseaux sociaux – pas seulement via Instagram mais tous ceux disponibles à un moment donné – peut transformer une expérience individuelle en un phénomène de masse (Galí & Donaire, 2015). Cela a conduit à l'émergence de nouvelles professions, comme les influenceurs spécialisés dans le

tourisme, ou à l'adoption de nouvelles habitudes comme le fait d'accéder à ces réseaux pour demander des avis et obtenir des conseils.

Une autre des implications de ces innovations technologiques est la possibilité de séjourner chez l'habitant – même s'il s'agit de plus en plus souvent de la location d'appartements privés à des fins touristiques –, ce qui a considérablement changé les règles du jeu dans les destinations. Outre le fait qu'elle a pris une ampleur sans précédent, cette éventualité n'est pas nouvelle, ce qui est nouveau, c'est de le faire avec la volonté explicite d'y chercher l'authenticité du voyage. Ce phénomène est apparu pour ce qu'on appelle l'économie collaborative et a non seulement révolutionné les modèles d'affaires, mais a également changé les formes d'interaction avec les résidents et a favorisé la dispersion des touristes au-delà des zones où les hôtels étaient traditionnellement concentrés ou où l'expérience touristique avait lieu.

L'économie collaborative, dans son cadre théorique, devait promouvoir les trois aspects de la durabilité – économique, environnementale et sociale – bien que dans la pratique, son utilité ait été privilégiée du point de vue de la satisfaction du consommateur qui utilise un service. Un exemple en est l'émergence de projets clairement orientés vers le commercial, tels que AirBnB et d'autres comme les plateformes d'échange qui, tout en étant des initiatives commerciales, ont une approche pro-bien commune, comme dans le cas de Home Exchange, qui en 2023 a géré environ 7 millions de nuitées, avec les États-Unis d'Amérique, la France et l'Espagne en tête (Lambea Llop, 2017) (Richards, 2018).

Une autre innovation qui a été possible avec la généralisation de l'utilisation d'Internet a été les réseaux d'hospitalité, connus sous le nom de *couchsurfing*, composés de personnes qui accueillent, à but non lucratif, des visiteurs chez elles. Cette pratique a des antécédents depuis 1949, alors diffusée dans des listes imprimées et envoyées par courrier postal, lorsqu'un groupe de pacifistes a promu l'idée de l'hospitalité pour favoriser la connaissance mutuelle et la paix, une idée de réciprocité qui, mise à jour, est resté vivante jusqu'à sa version contemporaine (Schéou, 2014). Il s'agit, en substance, d'un modèle selon lequel des inconnus cohabitent sous un même toit et qui repose donc sur la rencontre avec l'autre, une formule revêtue d'altérité que les utilisateurs vivent comme une authentique alternative. Mais si une bonne partie des *couchsurfers* sont obsédés par l'idée de ne pas être des touristes (Schéou, 2014), dans la pratique, ils ne s'éloignent pas tant des conventions culturelles et des pratiques touristiques traditionnelles, situation masquée par proximité sociologique des usagers (Neveu, 2017).

Les touristes s'adaptent et adoptent ces innovations technologiques, ainsi que bien d'autres encore non citées et celles à venir. Les résidents également. Ces évolutions peuvent donc être comprises comme de nouveaux points de connexion entre les uns et les autres. Certaines ont déjà été évoquées, comme les applications de rencontres, les plateformes permettant de séjourner chez des résidents ou celles facilitant les avis et recommandations sur les établissements et services de la destination, qui sont aussi ceux des habitants.

C'est pourquoi les gestionnaires des destinations doivent rester attentifs et intégrer les innovations qui émergent dans le tourisme, mais aussi prendre en compte leurs utilisateurs. Dans cette perspective, il est essentiel que les acteurs de terrain, touristes et résidents, soient impliqués dans la prise de décision et la gouvernance d'une activité et d'un espace qui les concerne, d'une manière ou d'une autre.

Dans la gestion du tourisme, c'est précisément cet aspect qui constitue le maillon faible de la durabilité. Le grand paradigme du XXIe siècle, qui depuis trente ans s'est concentré sur la définition des défis environnementaux et économiques, néglige systématiquement la dimension sociale.

Dans le rejet ou le soutien au tourisme et, plus précisément, à son modèle de développement et à la concrétisation de la destination, le rôle de celui qui planifie et gère le tourisme joue un rôle central. C'est pourquoi il est pertinent et nécessaire de comprendre la position des résidents quant à qui ils croient être derrière cette activité, qui ont en main que les choses soient faites d'une manière ou d'une autre, ce qui peut inclure non seulement les administrations publiques, mais aussi les entreprises et organisations privées ou publiques-privées, en plus d'autres groupes d'intérêt, à la fois au sein de la communauté et à l'extérieur (Draper et al., 2011), ce qui décèle la complexité du système touristique. D'autant plus que ces schémas peuvent varier énormément d'une destination à l'autre, même au sein d'un même cadre géographique. Dans le cadre de l'Union européenne, par exemple, le principe de subsidiarité prévaut que les décisions concrètes sur le développement du tourisme soient prises aussi près que possible des pouvoirs locaux, puisqu'il s'agit du niveau de décision le plus efficace (Porras Ollalla, 2002) et qui se traduit, dans le cas de l'Espagne et de la France, par des compétences partagées, essentiellement, entre le pouvoir municipal et le pouvoir régional et, dans une moindre mesure, avec l'État. Cette vision, qui génère généralement un large consensus, suscite certaines critiques étant donné que l'administration locale n'a pas toujours la capacité d'investissement ou d'intermédiation avec tous les acteurs, surtout lorsque seuls les critères économiques sont pris en compte en reléguant les critères environnementaux ou sociaux (Brunet Estarellas et al., 2005).

Cependant, la marge de manœuvre est grande si l'on fait preuve de suffisamment de créativité pour trouver des initiatives dans lesquelles chaque acteur peut se sentir à l'aise. En prenant, par exemple, les réseaux d'accueil, peut-être l'un des collectifs les plus réticents à toute tentative de rapprochement de l'industrie touristique grand public, certains auteurs ont mis en avant des approches mutuellement bénéfiques, telles que quelques expériences timides de partenariat entre les personnes qui accueillent des *couchsurfers* et les organisations de gestion des destinations (OGD) à l'occasion de certains événements susceptibles de les intéresser (Schéou, 2014).

La participation de la population locale aux mécanismes de gouvernance du tourisme est l'un des arguments les plus courants, mais très peu concrétisés. En effet, la question de savoir si les populations locales doivent participer à la prise de décisions concernant le développement du tourisme ou si elles doivent avoir un certain contrôle sur celui-ci a été largement débattue. Inversement, les effets de la marginalisation de la population locale et de la planification du développement touristique sans son soutien ou, plus radicalement encore, contre son avis, font également débat (Nunkoo et al., 2012). Il y a des contextes dans lesquels ces propositions ont été particulièrement explorées, comme dans le cas du tourisme communautaire où le volet social du développement durable est la clé des projets (Fernández Aldecua, 2019) ou dans des projets concrets à impact limité, tels que la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés et ses partenariats de gouvernance du plan d'action territoriale (Bartual Figueras & Pareja Eastaway, 2015).

Conclusions du chapitre 1

Les relations entre résidents et touristes ont été principalement étudiées sous l'angle de la satisfaction du visiteur et sous l'angle de l'évitement de la colère des résidents. Cette approche, bien qu'utile aux intérêts du secteur touristique, induit plusieurs biais qui limitent la compréhension réelle de ces dynamiques sociales et culturelles.

Tout d'abord, les cadres théoriques développés répondent largement aux impératifs de l'industrie touristique, privilégiant les dimensions économiques et commerciales au détriment d'une analyse plus approfondie des aspects sociaux et culturels. Cette focalisation a restreint la diversité des perspectives et orienté les études vers une vision fondamentalement utilitariste des interactions entre résidents et visiteurs.

Ensuite, la sélection des populations étudiées constitue un second biais. La recherche s'est le plus souvent concentrée sur les résidents directement impliqués dans le tourisme, laissant de côté une approche plus large qui intégrerait le phénomène sous son aspect relationnel et cosmopolite, au-delà des motivations économiques.

Par ailleurs, la majorité des études ont adopté une approche unidirectionnelle, où une partie est analysée sous le prisme du regard de l'autre. Cette dynamique entraîne une focalisation disproportionnée sur les aspects conflictuels, cherchant à mesurer dans quelle mesure la présence des touristes est perçue comme une nuisance ou une menace pour les habitudes et la culture locales, plutôt que d'examiner les apports mutuels des deux groupes.

Un autre défi repose sur la volonté de catégorisation universelle, qui conduit à des modèles rigides permettant certes une compréhension générale des interactions, mais qui peinent à saisir la complexité des réalités locales et des contradictions observées sur le terrain.

Dans cette même perspective, une des incohérences majeures est la difficulté à classer rigoureusement touristes et résidents. Les trajectoires et les comportements individuels sont variés, parfois contradictoires, ce qui remet en cause la pertinence de nombreuses typologies employées jusqu'ici.

À la lumière de ces constats, il apparaît essentiel d'adopter une approche réciproque, fondée sur l'égalité et la réciprocité des échanges, sans chercher à établir un équilibre de pertes et de gains mesurables. Cette perspective implique une interaction dénuée de hiérarchisation implicite, favorisant une relation plus horizontale entre résidents et touristes.

L'un des principaux bénéfices d'une telle approche réside dans la possibilité d'obtenir une compréhension plus fine des besoins des résidents et des touristes, en intégrant ces enseignements dans les politiques de gouvernance. Cela permettrait notamment de développer des indicateurs sociaux de durabilité, basés sur les pratiques relationnelles, contribuant à une meilleure prise en compte des dynamiques humaines dans la gestion touristique.

Par ailleurs, bien que les études menées jusqu'à présent n'aient pas toujours abouti à des résultats concluants, une révision des méthodologies et des paramètres pourrait permettre d'affiner les modèles de gouvernance. Cela impliquerait notamment une meilleure intégration des aspects sociaux, souvent

négligés dans la planification touristique, ainsi qu'une analyse plus détaillée des innovations technologiques et de leur adoption par les différents acteurs du secteur.

Enfin, malgré les avancées numériques et la dématérialisation de certaines formes de tourisme, l'expérience touristique reste fondamentalement physique. Par conséquent, les études sur les interactions entre résidents et touristes doivent impérativement prendre en compte cette dimension, afin de ne pas réduire le phénomène à sa seule composante virtuelle.

2 Les géographies du tourisme LGBT+

« Je t'imagine quittant le village dans un vrombissement de moteur et un crissement de pneus pour raconter à tous les Américains qu'il faut venir voir notre village qui est si pittoresque. Et tu n'auras pas la moindre idée de la vie de ce village, de cette vie de sueur, de violence, de cette vie magnifique et terrible, comme tu n'as pas la moindre idée de ce qu'est ma vie maintenant »

James Baldwin, *La chambre de Giovanni* (1956)
Éditions Payot & Rivages, Paris, 2024, p. 237

Dans le chapitre précédent, nous avons examiné les relations entre résidents et touristes de manière générale. Toutefois, cette thèse se concentre sur les interactions qui se nouent au sein d'une population bien plus segmentée : celle des personnes LGBT+. Il est donc essentiel de présenter la manière dont le tourisme LGBT+ a été étudié afin de comprendre le point de départ de cette recherche.

La première constatation est que les travaux portant spécifiquement sur les interactions entre personnes LGBT+ réceptives et émettrices sont rares. Les études sur la manière dont les touristes LGBT+ sont accueillis dans les destinations sont un peu plus nombreuses, mais restent limitées. En réalité, la majorité de la littérature en études touristiques qui s'intéresse au tourisme LGBT+ adopte une approche essentiellement économique. Toutefois, ces travaux permettent d'extraire certains éléments utiles pour dresser un profil des touristes LGBT+ et analyser leurs pratiques de voyage.

Parallèlement, une autre discipline, celle de la géographie des sexualités, peut compléter le cadre proposé par les études touristiques. En effet, inscrite dans la géographie sociale, elle s'intéresse à la dimension spatiale et aux pratiques des différents groupes en fonction de leurs identités sexuelles et de genre, qui constituent également l'objet de cette thèse.

Dans ce chapitre, à la croisée de ces deux disciplines, nous examinerons, d'abord qui sont les touristes LGBT+ et quelles sont les motivations qui les poussent à voyager. Ensuite, nous analyserons les espaces du tourisme LGBT+ et les caractéristiques qui les définissent.

2.1 Qui sont les touristes LGBT+ ?

Le tourisme LGBT+ constitue avant tout un segment économique structuré autour d'un profil de consommateur spécifique, majoritairement représenté par un certain type d'homme gay, et des ressources territoriales centrées sur les espaces de consommation urbaine. Cependant, ce modèle dominant occulte la diversité des pratiques et des profils touristiques qui échappent à l'offre généraliste.

En effet, cette vision restreinte interroge l'inclusivité et la diversité des expériences touristiques LGBT+, ainsi que les logiques qui sous-tendent ce phénomène. Comme toute activité touristique, le tourisme LGBT+ dépasse la simple dimension marchande et implique des dynamiques relationnelles plus complexes.

Dans cette section, nous chercherons d'abord à identifier ces touristes LGBT+ et à comprendre les rôles qu'ils jouent dans la structuration du tourisme LGBT+ tel qu'il existe aujourd'hui. Ensuite, nous analyserons leurs motivations de voyage ainsi que les principales pratiques touristiques qui caractérisent ce segment.

a Les acteurs, une mosaïque d'identités

Si l'on considère l'espace LGBT+ comme une construction sociale, il devient essentiel de comprendre qui sont les personnes LGBT+. D'un point de vue sociologique, le collectif LGBT+ est avant tout hétérogène (Chauvin & Lerch, 2013), d'autant plus que la terminologie employée – gay, LGBT+, LGBTIQA+, queer – n'est ni universelle ni interprétée de la même manière par toutes les personnes d'un même espace géographique. Ces notions évoluent en fonction des contextes historiques et géographiques (Prearo, 2014).

Dans un contexte de mondialisation, le tourisme gay ne se limite pas à faciliter la circulation et la transmission de schémas comportementaux, de terminologie et de stéréotypes, mais il constitue également un moyen de production d'identités. Par son interaction avec les marchés, les pratiques et les discours, il contribue à la légitimation de certaines représentations de l'homosexualité, tout en renforçant ou en reconfigurant des modèles de consommation et des expressions culturelles (Roux, 2009). Dans ce cadre, le refus explicite de certains auteurs de catégoriser leurs informateurs afin d'éviter l'établissement de nouveaux clichés est particulièrement louable (Langarita Adiego, 2014).

La littérature académique sur le tourisme LGBT+ s'est principalement concentrée sur l'analyse d'un profil de touristes majoritairement composé d'hommes blancs, riches, instruits et aux goûts relativement sophistiqués (Waitt et al., 2008). Cette approche a été largement adoptée, comme la plupart des contributions des géographies de la sexualité, selon une perspective spécifique, les productions scientifiques anglophones ayant exercé une influence dominante, souvent au détriment des perspectives émergentes dans d'autres contextes culturels (Pitoňák, 2019).

Bien que la communauté LGBT+ soit intrinsèquement diverse, il n'en demeure pas moins que le profil de touriste le plus visible jusqu'à présent a été majoritairement masculin, correspondant à un modèle spécifique de gay, en partie parce que l'analyse a été largement menée sous l'angle de l'industrie et de la rentabilité. Cependant, la diversité sexuelle et de genre est bien plus étendue et, parfois, en raison de la nature même de la sexualité humaine, contradictoire (Bell & Valentine, 1995).

En approfondissant l'analyse, plusieurs auteurs soulignent que ce segment – une fois qu'il a assumé une identité explicite en tant que touriste gay – est associé à une haute estime de soi et à une forte inclinaison pour l'allocentrisme (Ro et al., 2017). Cet aspect expliquerait en partie sa tendance marquée à rechercher la compagnie d'autres individus aux caractéristiques similaires et à établir des dynamiques de groupe homogènes.

Le tourisme gay constitue l'expression la plus *mainstream* du tourisme LGBT+, adoptant les mêmes mécanismes de standardisation que caractérisent le tourisme ordinaire. Cela se traduit par des schémas de consommation efficaces qui facilitent l'intégration de ce segment dans l'économie touristique dominante, tout en perpétuant une reproduction non critique des stéréotypes préétablis (Hartal & Sasson-Levy, 2019). Pourtant, plusieurs auteurs ont souligné que le marché du tourisme LGBT+ est bien plus vaste que ce qui a été étudié jusqu'à présent. Cela met en évidence la nécessité d'approfondir les études de cas afin de fournir de nouvelles données sur la diversité des profils, des pratiques et des expériences au sein de ce segment.

Le genre constitue un élément fondamental dans l'analyse de la diversité du tourisme LGBT+. Bien que les récits dominants aient eu tendance à se concentrer sur les expériences masculines, il est essentiel de reconnaître la dimension féminine de ce secteur, systématiquement reléguée au second plan (Puar, 2002). Les femmes ne se contentent pas de voyager et de participer activement à l'industrie du tourisme, elles le font en suivant des dynamiques et des structures propres, souvent distinctes de celles des hommes (Guibert et al., 2023). De plus, ces pratiques varient considérablement en fonction des contextes géographiques et culturels, étant influencées par des facteurs tels que la représentation sociale, les politiques d'inclusion et les configurations économiques locales (Mohamdi, 2023).

Au-delà de la dichotomie homme/femme, les identités trans, queer et non-binaires englobent un large spectre de genres qui reflète une multitude d'expériences en matière d'orientation sexuelle, d'identité et d'expression de genre, ainsi que de caractéristiques sexuelles (Alessandrin, 2017). Cette diversité a suscité l'intérêt de plusieurs auteurs, qui ont analysé les spécificités de segments particuliers, tels que les enjeux du tourisme pour les personnes trans (Monterrubio et al., 2020) ou le manque de référents et de reconnaissance pour les personnes non-binaires au sein de ce secteur (Abellan Calvet, 2022). Pourtant, la littérature consacrée à ces segments minoritaires reste encore très limitée.

En plus du biais vers un profil spécifique de touriste gay masculin, un autre déséquilibre mérite d'être souligné dans la recherche académique : le manque d'études sur les touristes LGBT+ non occidentaux. Bien que la littérature scientifique ait contribué de manière significative à l'analyse du tourisme LGBT+, elle s'est principalement concentrée sur des réalités occidentales, reléguant au second plan les dynamiques et expériences d'autres régions aux cadres socioculturels différenciés. Certes, quelques contributions existent, telles que des études sur les motivations de voyage des touristes chinois (Gao, 2021), sud-africains (Hattingh & Spencer, 2018) ou musulmans (Coşkun, 2021), mais la rareté d'autres perspectives limite la compréhension globale du phénomène et perpétue une vision partielle qui

invisibilise la diversité des pratiques et des besoins au sein de ce segment (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2014).

Par ailleurs, il s'agit d'un groupe social qui connaît, historiquement, des changements très rapides. En effet, les innovations sociales qui concernent les personnes LGBT+ dans différents pays – telles que les unions civiles, le mariage égalitaire, la possibilité d'adoption, la reconnaissance de la diversité de genre ou la gestation pour autrui – ont conduit à l'émergence de nouveaux modèles familiaux et ont contribué à l'élargissement des visibilités au sein de la société. Dans ce contexte, il semble logique que le profil du touriste LGBT+ évolue également, bien que, comme c'est le cas pour toute innovation sociale, ces changements tendent à se manifester de manière progressive, avec des hiérarchies d'espaces où ils sont adoptés plus rapidement que dans d'autres (Jaurand & Leroy, 2009).

De plus, certains auteurs soulignent qu'une partie significative de la littérature existante est devenue obsolète, nécessitant une réévaluation des concepts clés afin de les adapter aux nouvelles réalités (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016). Parmi les évolutions les plus évidentes, celles des nouvelles familles, notamment les couples homosexuels avec enfants, illustrent cette transformation, car elles superposent deux segments – le tourisme LGBT+ et le tourisme familial – qui, jusqu'à récemment, évoluaient de manière distincte (Cai & Southall, 2021).

Le tourisme LGBT+ reflète une réalité diverse, bien que le secteur se soit historiquement concentré sur un profil majoritairement masculin et gay, ignorant ainsi d'autres segments qui composent ce panorama. Toutefois, la diversité de la population locale LGBT+ reste toujours plus large et représentative, car elle inclut toutes les identités et expériences. En revanche, parmi les visiteurs, seuls ceux qui ont la possibilité et la volonté de voyager, et qui affichent explicitement leur identité LGBT+, sont visibles.

b Des pratiques récréatives entre la consommation et la vie sociale

Le problème des pratiques du tourisme LGBT+ dans les études touristiques réside dans le fait qu'elles se réfèrent principalement à des activités économiques et sont donc étroitement liées à l'industrie touristique. Cette problématique n'est pas nouvelle. John Tribe (1997) avait déjà souligné, à la fin du siècle dernier, que le tourisme ne constituait pas une discipline académique à part entière, mais plutôt un champ d'études structuré autour de deux grandes orientations : l'une centrée sur l'activité commerciale et l'autre, pluridisciplinaire, englobant l'ensemble des autres dimensions.

Il est difficile d'établir une distinction nette entre ces deux dimensions, car tout touriste participe, dans la pratique, aux deux dynamiques. Dans le cas qui nous occupe dans cette thèse, à savoir les relations entre résidents et touristes LGBT+, celles-ci s'inscrivent également, à des degrés divers, entre ce qui relève du commerce et des intérêts économiques, et ce qui n'en relève pas. Ainsi, dans la catégorisation des pratiques, ce chevauchement sera également présent.

Les pratiques, comme il ne peut en être autrement, sont nombreuses. Nous nous concentrerons ici principalement sur les trois qui ont suscité le plus d'attention parmi les chercheurs sur le sujet : la consommation des loisirs commerciaux, la vie sociale entre personnes LGBT+, et le sexe.

Consommer pour s'affirmer

Plusieurs études soulignent le pouvoir économique des touristes gays (Holcomb & Luongo, 1996), mettant en évidence leur plus grande propension à dépenser dans les loisirs et les voyages par rapport à d'autres profils de touristes, ainsi que leur niveau élevé de formation (Hughes, 2002a), un profil qui s'intègre parfaitement aux dynamiques de la société de consommation :

> *« Ce modèle gay correspond au stéréotype américain et ne peut être atteint qu'à travers l'acquisition de certains biens matériels consommés dans des espaces spécifiques générés par le marché. Les pratiques de consommation permettent la reproduction d'une identité gay officielle. Ainsi, le marché s'impose comme un axe central dans la construction des identités modernes, par le biais d'un dispositif publicitaire ciblé qui encourage la consommation de marchandises au sein d'un groupe cherchant à s'affirmer dans le spectre social »* (García Ortega & Marín Poot, 2014), p. 90 (T.A.)

Certains analystes estiment que les dépenses des touristes LGBT+ sont supérieures de 30 % à celles des consommateurs hétérosexuels (Sibalis, 2004). Ce phénomène peut être observé dans des cas concrets, comme l'étude réalisée dans la ville de São Paulo, qui dresse le profil du touriste LGBT+ effectivement présent dans la ville comme une personne ayant un revenu cinq fois supérieur au salaire minimum brésilien (Azevedo et al., 2013).

Ce profil ne se limite pas à le positionner comme une clientèle attractive, mais il est également particulièrement pertinent du fait qu'il ne dissuade pas d'autres segments de touristes visitant des destinations urbaines conventionnelles (Suhett de Morais & Prat Forga, 2011). En définitive, il s'agit d'un groupe au sein du collectif LGBT+ qui façonne une mode de vie gay socialement « acceptable » (Waitt et al., 2008). Nous sommes donc face à un stéréotype qui ne se construit pas uniquement à travers l'argent et la consommation, mais qui se définit également par une certaine manière de se présenter en public. Cette dimension agit comme un mode de légitimation sociale, fonctionnant comme un contrepoint aux stigmates qui ont historiquement marqué l'homosexualité (Chauvin & Lerch, 2013) (Le Talec, 2008).

Malgré l'attention portée au touriste gay en tant que consommateur, de nombreuses lacunes apparaissent lorsqu'on analyse ses motivations de voyage. Par exemple, une étude menée dans les années 1990 auprès de touristes gays à Brighton a conclu que les principales motivations de voyage des personnes interrogées étaient la vie sociale avec d'autres personnes LGBT+, le sexe, les visites culturelles et la détente dans un espace de confort (Clift & Forrest, 1999). Les participants de l'étude ont été interviewés dans des établissements commerciaux destinés à un public LGBT+ ; cependant, leurs réponses ne considéraient pas la fréquentation des bars ou des clubs comme un objectif en soi, mais soulignaient plutôt l'interaction sociale et les relations sexuelles comme motivations principales.

Une vie sociale entre pairs

Le tourisme des personnes LGBT+ ne se réduit donc pas nécessairement à la consommation de biens et de services. La possibilité de profiter d'un espace où se sentir à l'aise avec leur identité sexuelle, libres de tout jugement, et établir des liens avec d'autres personnes LGBT+ s'avère important. Dans cette perspective, l'entre-soi est souvent privilégié, c'est-à-dire l'interaction entre gays et gays, entre lesbiennes et lesbiennes, consolidant ainsi des espaces de socialisation au sein de la destination touristique où cohabitent à la fois d'autres touristes et une partie de la population locale du même profil (Ersoy et al., 2012).

Ces relations entre pairs répondent à la nécessité de participer à des espaces et des activités permettant d'explorer et de construire l'identité sexuelle et de genre individuelle et collective (Murray, 2007) (Hughes et al., 2010) (Leroy & Jaurand, 2019) (Ong et al., 2020), entre touristes ou avec la population locale.

Comme nous l'avons observé dans le chapitre 1, les résidents qui occupent une place centrale dans le tourisme sont ceux qui travaillent directement dans le secteur. Dans le cas des espaces de loisirs LGBT+, ce rôle s'accompagne d'une particularité significative : au-delà du fait que travailleurs et touristes partagent un intérêt commun pour le bon fonctionnement des établissements en tant qu'entreprises et services, une dynamique de complicité se crée dans les interactions, issue de l'identité LGBT+ partagée (Vorobjovas-Pinta, 2021b), lorsque celle-ci est présente.

Le relationnel par la sexualité

Dans le cas des hommes gays, le voyage ne représente pas seulement une opportunité de construction identitaire, mais il ouvre également de nouvelles perspectives sexuelles (Monterrubio Cordero, 2009). Cette dimension se manifeste de diverses manières : d'une part, le fait d'être en vacances dans un environnement différent du quotidien peut favoriser une plus grande prédisposition à explorer sa sexualité ; d'autre part, le voyage peut constituer un moyen d'évasion pour ceux qui viennent de contextes défavorables à l'expression libre de ces pratiques.

Malgré la consolidation des études sur le lien entre les hommes gays et leur sexualité, il est paradoxal que les expériences sexuelles en voyage aient été peu analysées jusqu'à relativement récemment. Dès le début du XXIe siècle, plusieurs auteurs ont exploré ce domaine, en se concentrant sur la prédisposition des touristes à avoir des relations sexuelles pendant leur séjour ou à recourir à des services de prostitution (Monterrubio Cordero, 2008) (Arroyo & Amador, 2015). Ce phénomène atteint son apogée dans le tourisme sexuel, où le sexe ne constitue pas seulement une activité du voyage, mais en devient la motivation principale (Staszak, 2012a) (Mendoza, 2015) (Jaurand & Leroy, 2016).

Toutefois, cette réalité n'est pas perçue de la même manière par tous les segments générationnels. Les jeunes et les nouvelles générations relativisent l'importance du sexe dans leurs motivations de voyage, sans en faire un élément central (Savin-Williams, 2005). De plus, l'émergence des applications numériques a entraîné des transformations dans les dynamiques de contact et d'interaction, façonnant un panorama en constante évolution (Cardon & Smoreda, 2014).

En ce qui concerne les femmes lesbiennes, la dimension sexuelle ne semble pas avoir le même poids dans le contexte touristique. Tant dans la prise de décision concernant la destination que dans les activités réalisées sur place, le sexe et la sexualité ne figurent pas parmi les facteurs déterminants (Monterrubio & Barrios, 2016).

Enfin, certains auteurs soutiennent que le sexe occasionnel constitue une dimension inhérente à la construction sociale et aux relations humaines. Il est donc logique qu'il apparaisse de manière récurrente dans des contextes de loisirs et de tourisme (Peret, 2010).

L'industrie dominante du tourisme gay reproduit souvent les schémas de l'hétéronormativité, imposant une certaine homonormativité qui tend à exclure ceux qui ne s'y conforment pas. Cependant, ce système n'est pas imperméable, car ses failles deviennent visibles avec l'émergence de nouvelles pratiques initiées par des groupes minoritaires, qui façonnent des scénarios plus inclusifs et diversifiés (Ooi, 2021).

Face à cette réalité, plusieurs chercheurs ont proposé d'évoluer vers un modèle touristique qui ne se limite pas à une offre exclusivement gay, mais qui englobe l'ensemble du spectre LGBT+, garantissant ainsi la représentation et l'intégration des différentes identités et expériences au sein du secteur (Guaracino & Salvato, 2017).

Cependant, pour parvenir à un tourisme véritablement inclusif, un engagement plus ferme est nécessaire. Certains auteurs soulignent que cette transformation ne représenterait pas seulement une opportunité de marché, mais qu'elle aurait également un impact significatif en termes de justice sociale. Dans cette perspective, les chercheurs qui défendent cette approche rappellent que les Objectifs de Développement Durable formulés par les Nations Unies insistent sur la nécessité de ne laisser personne de côté. Ils argumentent que cela implique de reconnaître la complexité des modèles de loisirs et de consommation LGBT+ ainsi que les expériences qui en découlent, en assumant le défi d'un secteur touristique plus équitable et diversifié (Ong et al., 2020)

2.2 Les espaces sont-ils particuliers pour les personnes LGBT+ ?

Dans le cadre de la segmentation touristique, le tourisme LGBT+ a émergé au cours des trois dernières décennies comme un segment particulièrement prisé, autour duquel de nombreuses destinations ont développé des stratégies de positionnement. Elles l'ont fait en mobilisant leurs propres ressources ou en créant une offre spécifique, se présentant comme gay-friendly ou mettant en avant leur ouverture à la diversité. Les approches sont variées, mais, comme nous l'avons observé, le profil du client gay masculin demeure prédominant, influençant ainsi l'identification des destinations dans cette même logique.

Dans cette section, nous aborderons la dimension spatiale du tourisme LGBT+. Dans un premier temps, nous nous intéresserons à ce que signifie interpréter le territoire sous l'angle LGBT+. Ensuite, nous nous interrogerons sur la manière dont ces espaces sont mis en tourisme et dans quelle mesure ce processus s'opère.

a Un regard LGBT+ sur l'espace et les territoires

L'espace sous l'angle LGBT+ a fait l'objet de nombreuses études au cours des dernières décennies, notamment depuis la publication de *Mapping Desire*, une œuvre qui offre diverses perspectives sur le sexe, la sexualité, le genre et les identités associées à ces aspects, tout en plaçant l'espace au centre de l'analyse (Bell & Valentine, 1995). Cet ouvrage, considéré par beaucoup comme le point de départ des réflexions sur les sexualités construites dans et à travers l'espace (Rodó Zárate & Baylina, 2019), ouvre la voie à ce que l'on appelle aujourd'hui les géographies des sexualités.

Les géographies des sexualités analysent la relation bidirectionnelle entre l'espace et l'identité sexuelle et de genre. D'une part, les environnements physiques et sociaux influencent la perception et l'expérience de la sexualité et du genre. Certaines villes, par exemple, reproduisent une vision hétéronormative qui tend à invisibiliser les identités dissidentes (Fernández Salinas, 2007) (Aitchison et al., 2014). D'autre part, l'identité de genre et l'orientation sexuelle façonnent la manière dont les individus vivent et revendiquent les espaces, donnant lieu à des formes de résistance des communautés LGBT+ et à de nouveaux modèles d'usage et d'appropriation du territoire (Nicaise, 2017) (Adam, 2018).

À partir de ce cadre conceptuel, plusieurs domaines d'étude ont émergé, suscitant un intérêt croissant. Parmi eux, la manière dont les espaces se configurent à partir des corporéités et des relations spécifiques entre les corps et leur présence dans l'espace public (Cream, 1995) (Ortiz Guitart, 2017) (McGlynn, 2024) ; les sexualités situées aux marges, notamment celles associées à la consommation de stupéfiants ou au VIH (Woodhead, 1995) (Feliciantonio, 2019) ; ainsi que la conceptualisation d'espaces qui défient l'hétéronorme, au-delà de la figure du gay masculin genré.

Ce dernier aspect a mis en lumière les espaces dédiés aux lesbiennes (Nash & Gorman-Murray, 2015) (Gao, 2021), à la bisexualité (Hemmings, 1995), à l'asexualité (Jukes, 2024), au mouvement queer, qui déconstruit le binôme hétérosexuel/homosexuel et considère la sexualité et le genre comme des catégories fluides (Prieur, 2019), ainsi que l'identification d'espaces destinés à des groupes ou des tribus spécifiques, comme les ours (Tan, 2019) ou les espaces travestis, qui se retrouvent souvent dans des positions d'infériorité et d'exclusion socio-spatiale, révélant ainsi les inégalités structurelles au sein de la communauté LGBT+ et de la société en général (Ornat et al., 2019).

Dans une perspective plus transversale, des propositions ont été formulées concernant l'articulation entre la dimension spatiale et des interconnexions telles que l'identité LGBT+ et l'âge, le corps ou les émotions (De Craene, 2017a).

Malgré l'impact de ces études, qui ont eu une importance particulière dans le contexte anglophone, leur développement reste secondaire dans la recherche géographique, tant en Espagne (Santos, 2016) qu'en France (Duplan, 2012).

La ville comme phare, le quartier gay comme l'épicentre

Depuis la géographie, comme dans d'autres disciplines telles que la sociologie ou la psychologie, l'analyse a souvent privilégié les villes comme des espaces où les personnes aux identités sexuelles et de genre minoritaires peuvent vivre avec plus de liberté (Aldrich, 2004). Toutefois, certains auteurs soutiennent que cette liberté se manifeste également en dehors des grandes métropoles, bien que selon des codes distincts. Des études menées dans des contextes aussi variés que les États-Unis (Kramer, 1995) ou certaines régions rurales de Catalogne (Langarita et al., 2022) le démontrent.

Malgré ces perspectives, la plupart des analyses continuent de faire référence à la notion du droit à la ville, formulée par Henri Lefebvre en 1968, entendue comme une appropriation collective des espaces urbains selon une logique d'émancipation dans tous les aspects du quotidien (Garnier, 2014). Cette approche, plutôt que de s'inscrire dans une logique marxiste de lutte des classes, se rattache à l'idée d'une émancipation tant individuelle que collective des personnes LGBT+, où l'usage et l'appropriation de la ville – et de certains espaces en particulier – se construisent à travers la mise en place de nouveaux réseaux sociaux (Garnier, 2014).

L'appropriation de l'espace urbain s'est traditionnellement manifestée à travers les quartiers gays, conçus comme des lieux où les personnes LGBT+ peuvent vivre, se socialiser et bénéficier d'un environnement sûr et accueillant (Giraud, 2014).

Les villes, et en particulier ces quartiers, deviennent des espaces permettant d'échapper à l'hétéronorme et d'instaurer des formes de résistance face aux structures dominantes (Eribon, 2012) (Goh, 2018). Cependant, bien que certains aient considéré ces espaces comme des ghettos ou des zones risquant de reproduire de nouvelles normativités, ils sont généralement perçus comme une expression du droit à la ville, essentiel à la construction de l'identité homosexuelle, tant individuelle que collective (Cattan & Leroy, 2012).

La présence et la visibilité dans l'espace public constituent une lutte constante contre de multiples formes de discrimination et de relations de pouvoir. Cette résistance ne se limite pas à l'opposition à l'hétéronorme et au patriarcat, mais s'étend également à certaines dynamiques excluantes au sein même

de la communauté LGBT+ (Blidon, 2017). Dans cette perspective, certains auteurs remettent en question l'idée que la ville soit un refuge, arguant que cette perception repose sur un fondement conservateur. En effet, bien que les environnements urbains facilitent l'extension des réseaux, l'accès à des ressources spécifiques et une plus grande visibilité, ils demeurent des espaces fortement hétéronormés, structurés selon des logiques binaires homme-femme (Langarita Adiego, 2014) (Bonté, 2022).

En ce qui concerne les espaces dédiés aux lesbiennes, ceux-ci ne possèdent généralement pas la même visibilité, concentration ou permanence que les quartiers gays. Leur présence tend à être plus discrète, dispersée et, parfois, éphémère ou itinérante, ce qui rend leur identification et leur territorialisation plus complexes (Cattan & Clerval, 2011).

Quant à la bisexualité, elle a eu une visibilité limitée dans l'espace urbain, bien qu'au cours des dernières années, on ait observé une discrète émergence de lieux spécifiquement ouverts à la population bisexuelle (Chen, 2020).

L'analyse détaillée de plusieurs cas montre que les espaces LGBT+ peuvent avoir des vocations différentes selon leur usage principal. Certains, comme Le Village de Montréal, Canada (Giraud, 2013), se caractérisent par une forte dimension résidentielle, où la population LGBT+ établit un réseau de vie quotidienne. D'autres, en revanche, ont une orientation davantage axée sur les loisirs, comme le Gay Village de Manchester, au Royaume-Uni (Hughes, 2002a), ou la zone proche de The Red House, dans le quartier de Ximending, à Taipei, Taïwan, qui, en plus d'être un centre de divertissement LGBT+ local, fonctionne comme un point de rencontre pour les touristes LGBT+ en provenance de pays voisins (Chiang & Wong, 2020).

L'évolution de ces espaces se manifeste également à travers des processus de transformation au fil du temps. C'est ce que montre l'exemple du Marais, à Paris, qui est passé d'une combinaison entre résidence et loisirs à une spécialisation accrue dans les espaces de divertissement. Aujourd'hui, la gentrification du quartier a conduit à un modèle commercial plus *mainstream*, entraînant une perte progressive de son identité en tant que quartier LGBT+ diversifié (Boivin, 2011).

Déconstruire les binômes pour penser la ville inclusive

Malgré les tentatives de classification et de caractérisation de ces espaces, leur nature répond à une hybridation fonctionnelle, avec la co-présence de personnes LGBT+ et non LGBT+. Dans cette perspective, des études récentes soulignent la complexité des comportements relationnels et leur dimension territoriale, proposant de dépasser les cadres binaires souvent utilisés dans les sciences sociales, tels que privé/public, éphémère/permanent ou visible/invisible, afin de mieux appréhender la diversité du phénomène dans toute son ampleur (Cattan & Clerval, 2011) (Delaplace, 2017).

Cette diversité se reflète également dans les limitations rencontrées dans l'étude des espaces spécifiquement lesbiens, que certains auteurs attribuent à une lutte de pouvoir au sein du monde académique, où les perspectives non patriarcales ont eu des difficultés à s'imposer (Astudillo Lizama, 2019). De plus, l'émergence de nouvelles subjectivités, identités et pratiques a contribué à enrichir les espaces LGBT+ de significations renouvelées et plus inclusives (Nash, 2013).

L'une des dualités les plus fréquemment évoquées dans les études LGBT+ est celle du visible/invisible, présente aussi bien dans la construction de l'identité personnelle – comme dans le processus de *coming out* – que dans les dynamiques sociales, notamment à travers la plus grande visibilité des hommes gays dans l'espace public, comparée à la relative invisibilité des lesbiennes (Castells, 1983).

Cette dynamique est également liée aux changements d'attitude adoptés par les personnes LGBT+ dans des environnements perçus comme peu sûrs, où leur orientation sexuelle ou leur identité de genre peut être rendue discrète ou dissimulée afin d'éviter les conflits (Weintrob, 2018). Ces perceptions influencent les comportements et façonnent des paysages urbains subjectifs, donnant lieu à des cartographies de l'invisibilité (Lindón, 2007).

Parmi ces approches, les géographies de la peur offrent une lecture essentielle pour comprendre la manière dont certains espaces génèrent de l'appréhension, tant par leur matérialité que par les expériences subjectives des individus qui les perçoivent (Bru & Vicente, 2005).

Ces notions sont particulièrement pertinentes dans le cadre des géographies des sexualités, car la question de la peur et de la sécurité constitue un élément central de l'expérience quotidienne des personnes LGBT+ (Barrientos-Delgado et al., 2014) (Ramón Mendos et al., 2020).

Avec la peur en toile de fond et dans une logique du droit à la ville, émergent des tentatives de création d'espaces plus accueillants pour les personnes LGBT+, ce que les anglophones appellent *queering geographies*, visant à construire des espaces sécurisés (Oswin, 2008). Dans une perspective plus large, il est possible de parler de villes ou d'espaces plus sûrs et bienveillants en général, ce que l'on désigne habituellement sous le terme de ville inclusive (Bonvissuto, 2022).

Dans la configuration de l'espace LGBT+ en milieu urbain, les éléments physiques, tels que l'existence de lieux de divertissement destinés à ce collectif ou les sites de mémoire, jouent un rôle déterminant. Tout comme les individus qui circulent dans ces espaces, ceux qui se les approprient, les utilisent à diverses fins, développent des codes de communication et de comportement, conçoivent et construisent ces lieux, ou encore établissent les normes et les lois qui les régissent.

Ces dernières années, des propositions sectorielles se sont intéressées aux géographies des minorités au sein du spectre LGBT+, bien que la majorité de la production académique continue de se focaliser sur des versions gays ou lesbiennes de la géographie urbaine, qui tournent généralement autour de l'existence ou de l'absence d'un quartier gay.

Beaucoup de ces études dépassent désormais ce cadre de sécurité qui a traditionnellement structuré le discours géographique LGBT+ et reconnaissent l'existence d'autres paramètres d'analyse, tels que les dimensions numériques, les espaces éphémères ou, surtout, un panorama de segmentations, fragmentations et chevauchements qui varient selon que l'on adopte une perspective LGBT+ globale ou les micro-géographies de groupes et sous-groupes.

Un paysage riche en complexités, fait de continuités et de discontinuités (Gay, 2004), qui se superpose aux territoires fragmentés des destinations touristiques (Donaire Benito, 2005).

b Les territoires du tourisme LGBT+, bien plus que le quartier gay

Le marché touristique LGBT+ représente un segment en expansion, avec une projection de dépenses significative à l'horizon 2030. On estime qu'annuellement, les Américains y consacreront 52,3 milliards de dollars, tandis que le total européen atteindra 58,3 milliards (Guaracino & Salvato, 2017). Concernant les destinations réceptrices, le Brésil figure en tête avec 22,9 milliards, suivi de l'Espagne, premier pays européen du classement, avec 6,8 milliards. Ces auteurs citent des données fournies par un cabinet néerlandais qui ajoute que, malgré ce panorama, la tendance se tourne vers l'Asie, où plusieurs pays commencent à se positionner comme destinations accueillantes pour le tourisme LGBT+, avec un accent particulier sur l'Inde et une Chine présentant un potentiel de 80 millions de personnes LGBT+.

Le marché gay est si influent qu'il a donné naissance à des circuits internationaux de consommateurs qui se déplacent d'une destination à une autre, souvent motivés par des événements de grande envergure, tels que les célébrations du *Pride* ou d'autres festivals (Lins França, 2015). Ce flux de voyageurs renforce le caractère global du tourisme LGBT+, consolidant des réseaux de voyage qui transcendent les frontières nationales.

L'attrait de ce marché explique pourquoi de nombreuses destinations cherchent à se positionner dans le segment LGBT+, comme le démontrent les données macroéconomiques. Cependant, l'affirmation selon laquelle le touriste gay est systématiquement aisé mérite d'être nuancée. Si une partie des touristes LGBT+ appartient à des segments socio-économiques élevés, tous les membres du collectif ne sont pas forcément des voyageurs, et tous ceux qui voyagent ne disposent pas nécessairement d'un fort pouvoir d'achat (Ródenas, 2020).

Au-delà des considérations économiques, d'autres facteurs spécifiques influencent le choix des destinations LGBT+. Parmi eux, la situation juridique du collectif dans chaque pays, qui peut osciller entre la criminalisation et la protection constitutionnelle (O'Flaherty & Fisher, 2008). De plus, des aspects tels que la morale sociale, le sentiment de sécurité et la perception du lieu comme un espace exempt de LGBT+phobie sont des éléments déterminants dans la structuration des dynamiques touristiques du secteur (Ong et al., 2020).

Des destinations sûres pour les personnes LGBT+

L'existence d'une offre touristique spécifiquement destinée au public LGBT+ repose souvent sur deux modèles principaux : d'une part, la mise en tourisme d'espaces déjà établis, tels que les quartiers gays ou les zones de loisirs LGBT+, à travers des processus de marchandisation et d'appropriation de ces lieux par les touristes ; d'autre part, la création explicite d'offres touristiques conçues directement pour attirer ce segment de voyageurs.

Diverses villes illustrent ces dynamiques : Amsterdam a été largement étudiée tant pour sa sexualisation urbaine que pour la consolidation d'un espace gay destiné au tourisme (Binnie, 1995). Manchester, bien qu'elle ne soit pas une destination touristique de premier ordre, a lancé une campagne visant à attirer

les touristes gays, un succès qui a suscité des inquiétudes parmi la population locale LGBT+, craignant de perdre le contrôle de ses espaces de loisirs (Hughes, 2002b).

Dans le cas de Castro, à San Francisco, le tourisme a transformé le quartier en une machine à générer des revenus, bien que les principaux bénéficiaires aient été les entrepreneurs gays, sans redistribution significative vers la communauté en général (Boyd, 2011). À Cape Town, l'arrivée de touristes économiquement favorisés a renforcé une partie de la population LGBT+ locale, mais a également accentué l'exclusion de ceux qui ne correspondent pas au modèle de consommation dominant (Visser, 2002).

Indépendamment de leur fonction réelle, la présence d'espaces LGBT+ identifiables dans une destination revêt une forte charge symbolique pour le touriste, renforçant la perception de sécurité et d'appartenance, bien qu'ils ne soient pas toujours des lieux véritablement fréquentés par la communauté (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016).

En effet, la sécurité demeure un facteur déterminant dans le choix des destinations pour les personnes LGBT+ (Apostolopoulou, 2016), en plus des études sur la perception du risque en fonction du genre, qui a également fait l'objet de nombreuses analyses dans le cadre du tourisme (Yang et al., 2017) (Perpiña et al., 2017).

Les touristes LGBT+ partagent de nombreuses caractéristiques avec les touristes ordinaires. Toutefois, l'un des éléments distinctifs dans le choix d'une destination est la présence visible d'une population LGBT+ sur le lieu visité, ce qui contribue à créer une atmosphère de confort et de sécurité (Ivy, 2001).

Cette réalité est particulièrement observable dans les villes, où la diversité et l'activisme ont permis de consolider des espaces plus ouverts et représentatifs pour la communauté. En revanche, dans des destinations principalement touristiques, comme Maspalomas, aux Canaries, ou l'île de Mykonos, en Grèce, les interactions relationnelles ont tendance à s'établir majoritairement avec d'autres touristes LGBT+, produisant ainsi une expérience davantage marquée par l'interaction au sein du groupe voyageur (Clift & Forrest, 1999).

Pour certains auteurs, ce qui transforme véritablement une destination en un lieu singulier est la possibilité de l'expérimenter en tant que touriste gay, créant ainsi un environnement où l'inclusivité est garantie et où il est possible de passer ses vacances au sein d'une microsociété exclusivement gay (Jaurand, 2018). Ce modèle de tourisme renforce l'expérience identitaire des voyageurs LGBT+ et consolide l'idée de la viabilité du positionnement vis-à-vis de ce segment.

L'offre touristique comme espace de rencontre

Les espaces touristiques destinés aux gays jouent également un rôle fondamental pour la population LGBT+ locale, en tant qu'espaces où elle peut explorer et construire son identité sexuelle. Cette dimension est particulièrement pertinente dans les destinations où la tolérance envers l'homosexualité est moindre, et où les personnes LGBT+ ne bénéficient pas de la liberté de disposer de leurs propres espaces (Monterrubio, 2021). Cependant, ces lieux ne représentent que la partie émergée de l'iceberg. Les espaces LGBT+ touristifiés constituent la facette la plus vendable et socialement acceptée, mais il existe d'autres espaces qui restent moins visibles, voire dissimulés (Sibalis, 2004).

Certains auteurs soulignent que la marchandisation des quartiers gays à des fins touristiques n'apporte pas nécessairement une valeur ajoutée significative et, dans de nombreux cas, altère les caractéristiques propres du lieu, modifiant ses activités pour les rendre plus attractives aux visiteurs. Ces processus sont liés à diverses formes d'érotisation des espaces, qui conduisent à la création de produits touristiques associés au romantisme, aux lunes de miel, au sexe et à la prostitution (Gravari-Barbas et al., 2017).

Parallèlement, émergent des espaces en marge, tels que des *resorts* gays, où prédomine la logique du entre-soi : des environnements où les touristes peuvent se détacher de la routine, s'exprimer librement sans jugement et établir des connexions avec des personnes partageant une vision similaire, et sans ingérences (Vorobjovas-Pinta, 2018).

Cependant, tous les touristes LGBT+ ne se concentrent pas dans ces espaces centraux. Comme dans le tourisme ordinaire, certains explorateurs choisissent de s'éloigner des lieux les plus fréquentés, motivés par au moins quatre facteurs.

Premièrement, certains se déplacent vers des endroits spécifiques qu'ils souhaitent visiter, guidés par des intérêts personnels (Condevaux et al., 2019). D'autres atteignent des zones moins traditionnelles à travers leurs pratiques sociales, notamment via les interactions sur des applications numériques, qui, comme pour d'autres segments de population, peuvent les mener à divers quartiers de la ville (Le Gallou, 2022) (Nicolle, 2024b).

D'autres raisons sont liées aux entreprises touristiques et des loisirs. D'abord, certains touristes séjournent en dehors des quartiers centraux, soit parce que les modèles de dispersion urbaine visent à désengorger les zones les plus saturées, comme c'est le cas à Barcelone (Donaire Benito et al., 2019), soit parce que l'émergence de plateformes spécifiques pour le public LGBT+ conduit les touristes vers les quartiers où résident les populations LGBT+ locales (von Briel & Dolnicar, 2021) (de Jesus, 2018). Enfin, d'autres recherchent l'offre de loisirs qui s'est établie en dehors des espaces de loisirs LGBT+ traditionnels, qui demeureront des alternatives jusqu'à la prochaine vague de gentrification (Greggor, 2015).

Nouvelles mobilités, nouvelles relations

À la volonté du touriste de s'intégrer dans un environnement social correspondant à son identité LGBT+, s'ajoute l'offre spécifique des destinations en matière d'opportunités de loisirs et d'autres ressources, ainsi que la présence effective d'autres personnes LGBT+, qu'elles soient locales ou visiteurs. À cela, il faut encore ajouter de nouvelles dynamiques facilitées par les technologies, bien qu'elles ne soient pas nécessairement inédites.

Nous parlons de la notion de motilité (Kaufmann, 2002), qui intègre dans la mobilité tout ce qui est effectué en amont pour préparer le voyage, les déplacements et les séjours qui en font partie, ainsi que tout ce qui le prolonge après.

Cela nous renvoie à une autre notion, celle des territorialités mobiles, qui offrent une nouvelle manière d'interpréter la mobilité dans le tourisme, dépassant la vision traditionnelle du déplacement origine-destination-origine pour comprendre le voyage comme un ensemble de relations sociales, spatiales et temporelles qui se déploient avant, pendant et après l'expérience touristique (Cattan, 2014).

Tant la notion de motilité que celle des territorialités mobiles prennent en compte la participation de tiers, qu'il s'agisse d'autres touristes ou de résidents, ce qui permet de prolonger le voyage, non seulement par le souvenir, mais aussi par des liens personnels réels.

Cette approche s'inscrit dans l'idée du tourisme comme un élément transformateur, tant pour les touristes, qui vivent des changements dans leur perception et leur identité, que pour les résidents, qui interagissent avec ces flux de visiteurs et adaptent leurs dynamiques quotidiennes en fonction de la présence touristique (Zerva et al., 2018).

Cette conception, qui privilégie la dimension relationnelle entre les personnes et les espaces, pose des difficultés d'intégration dans les structures de gouvernance des destinations touristiques. En effet, certains auteurs soulignent les limites des pouvoirs publics qui, bien qu'ils gèrent efficacement les infrastructures physiques – telles que les aéroports, les palais des congrès, les plages ou les musées – ne parviennent pas toujours à appréhender et administrer les variables immatérielles influençant le tourisme (Babou & Callot, 2007). Le manque de prise en compte de ces aspects se reflète dans les manifestations de rejet du tourisme, qui ne sont qu'un symptôme de la nécessité de repenser les dynamiques de gestion des destinations (Ballester, 2018).

Les espaces touristiques LGBT+ présentent donc des caractéristiques spécifiques qu'il convient de prendre en compte pour gérer efficacement les besoins du secteur, aussi bien ceux des touristes que ceux de la population locale LGBT+.

Il semble raisonnable de penser que bon nombre de ces besoins seront partagés, puisque, comme nous l'avons observé, les interconnexions entre résidents et touristes sont nombreuses et variées. De même, il est tout aussi raisonnable de considérer que mettre en place des politiques d'inclusivité pour attirer les touristes sans résoudre les problématiques des citoyens LGBT+ conduirait inévitablement à des tensions (Donnen, 2024).

Conclusions du chapitre 2

Le tourisme LGBT+ a été traditionnellement associé à un profil stéréotypé : celui de l'homme gay, riche et occidental. Cette image a influencé la promotion des destinations, les services proposés et le public ciblé, excluant ainsi une diversité de profils qui ne correspondent pas à ce modèle. Bien que certains groupes, comme les lesbiennes ou les gays non normatifs, aient depuis longtemps une certaine présence dans les études, les personnes trans, non binaires ou asexuelles restent encore peu prises en compte dans les discours touristiques.

Cependant, de nouvelles contributions académiques émergent, accompagnées des avancées législatives et des innovations sociales qui se développent dans certains pays, transformant ainsi le panorama du tourisme LGBT+. Les droits acquis dans certains contextes ont rendu une grande partie de la littérature existante sur le sujet obsolète. Comme le rappelle Oscar Vorobjovas-Pinta (2021a), il y a peu, des études continuaient d'associer le tourisme gay à la stigmatisation du sida, alors qu'aujourd'hui, les recherches portent sur le mariage égalitaire et les nouvelles configurations familiales. Cette évolution demeure inégale à l'échelle mondiale, ce qui accentue le clivage entre les destinations accessibles et celles qui restent inexploitables, influençant directement les flux touristiques.

Les destinations doivent faire face à un panorama en mutation, non seulement à l'échelle internationale, mais aussi en interne, avec des quartiers gays en transformation et des dynamiques bien plus variées que ce que l'on pouvait imaginer. Bien que certains standards de loisirs et d'esthétique se reproduisent partout, chaque lieu conserve ses spécificités. Dans ce contexte, des éléments globaux comme les applications mobiles modifient les habitudes de consommation et d'interaction, introduisant de nouveaux défis pour un tourisme qui, malgré tout, demeure une expérience physique et territoriale.

En ce qui concerne les relations entre résidents et touristes LGBT+, une grande partie des études portent sur la manière dont la population locale, de manière générale, perçoit et accueille les touristes LGBT+, ou inversement, sur la façon dont ces derniers se sentent reçus par les résidents, eux aussi envisagés de manière globale. Cependant, certaines recherches sur les motivations de voyage – l'une des lignes d'étude les plus approfondies – soulignent de manière récurrente l'intérêt pour la vie sociale, notamment la volonté de rencontrer des pairs avec qui échanger.

Ces personnes peuvent être d'autres touristes, mais aussi des résidents. La prise en compte de ces relations sous l'angle de l'égalité et de la réciprocité entre résidents et touristes LGBT+ constitue l'une des principales lacunes qui émergent de cette analyse de la littérature académique sur le sujet, ainsi que l'objet de cette thèse, comme l'explique le chapitre suivant.

3 Aborder le tourisme LGBT+ à Barcelone par le relationnel

« L'avenir d'une acquisition est imprévisible.

Elle n'a pas rencontré ses semblables, c'est elle qui n'est plus la même »

Annie Ernaux, *Mémoire de fille*
Gallimard, collection Folio, 2016, p. 85

Le tourisme est souvent sujet à controverse. Compte tenu de l'affluence des touristes et de leurs mœurs dans la destination, il est décrié comme un élément perturbateur du quotidien. Mais il est également considéré comme un élément d'enrichissement mutuel entre les visiteurs et la population locale.

Cette thèse vise à comprendre les mécanismes de la durabilité sociale du tourisme à Barcelone sous l'angle des personnes LGBT+. En effet, le tourisme LGBT+ constitue un segment très important du tourisme interne et international dans cette ville, un fait qui peut être lié à la grande visibilité du mouvement LGBT+ à l'échelle locale.

En développant une approche relationnelle du tourisme LGBT+, cette thèse fait l'hypothèse forte que c'est bien par les interactions entre les touristes et les résidents que la durabilité sociale du tourisme doit être aujourd'hui explorée au-delà des aspects essentiellement économiques et environnementaux classiquement mobilisés dans la recherche.

L'objectif est de cerner, à travers ces interactions, les différentes formes de socialisation et de rapports aux espaces LGBT+ à Barcelone, en mettant l'accent sur les vécus et les représentations des personnes LGBT+ concernant les loisirs et le tourisme LGBT+ dans la ville, tout en déterminant le rôle des touristes LGBT+ dans ce contexte.

La méthodologie de recherche déployée dans cette thèse est mixte. Elle combine des entretiens semi-directifs avec des résidents LGBT+ à Barcelone, qui incluent la création de cartes mentales, un questionnaire en ligne adressé à des touristes LGBT+ qui ont visité la ville, et des observations participantes, qui se traduisent par la rédaction d'un carnet de terrain.

Les pages qui suivent présentent la problématique de la recherche, le cadre d'étude choisi et la méthode utilisée :

- La première section aborde les réflexions méthodologiques préalables à la réalisation de l'étude, y compris la formulation des objectifs et les hypothèses.
- La deuxième section explicite le choix de Barcelone comme terrain d'étude vis-à-vis de la problématique soulevée par cette thèse.
- Dans la troisième section, la méthode utilisée est décrite, ainsi que quelques facteurs qui ont joué un certain rôle sur le développement de l'enquête, tels que la pandémie de Covid-19 et la gestion de données personnelles du corpus informant.
- Enfin, la dernière section traite des questions éthiques et de la réflexivité.

3.1 Une approche relationnelle du tourisme LGBT+

Aborder la durabilité du tourisme sous un angle social plutôt qu'économique pourrait nous placer aux marges des études touristiques. Aborder l'étude de l'acceptabilité du tourisme par les populations locales sous l'angle des géographies des sexualités pourrait également nous placer à la périphérie de la géographie.

Bien au contraire, l'intention de cette thèse est de placer ces éléments au centre afin de mettre en question des axiomes fortement ancrés dans la géographie du tourisme, comme une vision trop rigide des rôles de touriste-client et de résident-ressource, ou la prépondérance de l'économique et du quantitatif dans l'analyse du tourisme. À l'heure où le tourisme est de plus en plus source de conflits, il s'agit de dépasser les limites qui cantonnent les touristes et les résidents dans la sphère de la consommation afin d'essayer de penser différemment les effets du tourisme.

Les raisons du choix d'une approche relationnelle, ainsi que les objectifs, les hypothèses et la contribution attendue de ce travail sont exposés ci-dessous.

a Une démarche qualitative pour penser le tourisme LGBT+ autrement

Cette première partie présente les questionnements liés au tourisme LGBT+, la problématique et l'approche méthodologique générale. Par la suite, le positionnement de la recherche est explicité par rapport aux études précédentes sur les relations entre les résidents et les touristes et le développement durable du tourisme.

L'espace LGBT+ comme une écologie de relations

La notion de destination touristique est très facile à comprendre, très utile pour la praxis de cette activité et même pertinente pour sa planification et sa gestion. Mais elle est également difficile à appréhender en raison de ses frontières floues et surtout parce qu'il s'agit d'un territoire qui n'est vu, lu et utilisé comme tel que par une partie des personnes qui fréquentent cet espace : les touristes et les autres acteurs majeurs du tourisme, tels que les planificateurs et les gestionnaires, ainsi que les travailleurs de ce secteur.

Mais une destination touristique, comme tout autre territoire à l'heure de la globalisation, doit être considérée en termes d'interdépendance et d'articulation (Berroir et al., 2017). Interdépendances, non seulement avec d'autres destinations touristiques, mais aussi avec les espaces non touristiques, ou moins touristiques dans le même territoire ou ailleurs. Et c'est dans ce cadre que la population locale, l'autre acteur majeur des territoires mis en tourisme, entre en jeu.

Le rôle des résidents fait toujours l'objet de débats, mais dans cette thèse, ils ne sont pas de simples spectateurs, ni des acteurs avec un certain rôle à jouer dans les stratégies de participation ou de gouvernance. Il en va de même pour les touristes, qui sont traités en dehors de leur rôle de clients et de consommateurs. Les résidents et les touristes sont mis en avant comme des acteurs majeurs de la destination touristique de plein droit, laissant de côté leurs intérêts pécuniaires vis-à-vis du tourisme.

Partant du postulat que le tourisme fait partie intégrante de la destination touristique (Zerva et al., 2018), elle doit également intégrer totalement, à un degré plus ou moins important, les personnes qui y vivent.

Cela nous amène à envisager des visions différentes d'un même espace selon que l'on adopte le point de vue du touriste ou celui du résident, puisque chacun construit l'identité territoriale à sa manière. Dans le cas du tourisme urbain, cela se traduit par une ville des résidents et une ville de destination qui ne coïncident pas nécessairement, mais qui se chevauchent certainement.

Les résidents et les touristes LGBT+ façonnent, par leurs relations, une certaine conception du territoire LGBT+. Il s'agit d'une conception qui résulte des échanges qu'ils entretiennent ou non à travers différents canaux et qui est multidimensionnelle puisque ces relations peuvent répondre à un large éventail de motivations compte tenu des différents profils des touristes et de l'hétérogénéité de la population locale.

Ainsi, les représentations de ces espaces ne seraient pas univoques mais changeantes selon la nature des relations entre individus. Par conséquent, la conception qu'ils se font d'un espace serait différente en fonction des échanges entretenus entre les résidents et les touristes, entre les résidents eux-mêmes ou entre les touristes.

Ayant les uns et les autres leurs propres lieux quotidiens en origine et en destination, ils se retrouvent en destination et partagent des lieux, des moments, des expériences. La plongée des touristes dans la vie de la destination exercera assurément une certaine influence du point de vie sociétal, sans pour autant exclure d'éventuelles influences au niveau personnel sur les résidents. De même, la participation des résidents à l'expérience touristique aura sa dimension générale par la diffuse présence de cette masse générique qu'on appelle population locale, mais aussi ses dimensions individuelles par les rapports entre certains touristes et certains résidents. Il ne s'agit donc pas d'une simple dualité entre résidents et touristes, mais d'un continuum dynamique avec des degrés d'influence variables dans les deux sens, sans exclure les extrêmes allant de la non-relation au partage absolu.

C'est dans ce cadre que la destination touristique apparaît comme un terrain riche et complexe dû à la coïncidence de personnes d'origines diverses et de la population locale, chacune avec ses propres usages de l'espace, ses intérêts, ses rythmes et ses rôles dans la conception de l'espace.

La destination touristique s'explique donc de manière multi-échelle, et est sujette à des discontinuités géographiques et temporelles si, comme tout territoire, on la conçoit comme un construit social dynamique (Blanchard et al., 2021).

Grâce à son ouverture conceptuelle et à sa souplesse, une approche relationnelle permet de concevoir l'espace comme une écologie de relations impliquant divers acteurs (Paiva et al., 2017). Parmi eux, les résidents et les touristes LGBT+, mais aussi d'autres intervenants, comme des personnes non LGBT+, ainsi que des objets et des matérialités. Cette perspective s'inscrit dans un continuum temporel et relationnel, où le temps apparaît comme un élément indissociable de l'espace.

Cette conjonction de l'espace et du temps est incontournable, car l'activité touristique est souvent caractérisée par une saisonnalité très prononcée. Il en va de même pour les activités de loisirs, dont la temporalité est également très marquée, par exemple entre le jour et la nuit ou entre les jours de la semaine et les week-ends.

Tenter à comprendre si les relations entre les résidents et les touristes améliorent la qualité et l'expérience de vie des uns et des autres est une façon d'aborder la durabilité sociale du tourisme, en échappant aux points de vue traditionnels tels que l'implication de la population locale dans la planification et la gestion de la destination ou l'interrogation sur la satisfaction générique des visiteurs (Rivas García & Magadán Díaz, 2007) (Carballido, 2020).

Ramener l'analyse au concret, en plaçant les résidents et les touristes au centre, c'est lire leurs interactions comme un levier pour expliquer le territoire. Assurément, nous pouvons nous retrouver face à des situations ambivalentes, mais cela fait partie de l'essence même du tourisme. Et de la nature humaine.

Le contexte par rapport aux études sur le tourisme

La plupart des études académiques qui se sont intéressées aux relations entre les touristes et les populations locales ont été réalisées dans la perspective du secteur touristique et de ses intérêts, tantôt pour promouvoir le développement du tourisme, tantôt pour le critiquer. Du côté des touristes, afin d'assurer une expérience touristique satisfaisante. Du côté résidents, en soulignant les impacts et les bénéfices du tourisme. Parfois en cherchant un équilibre entre les deux.

Plus rares sont les études qui ont dépassé la vision économiciste pour tenter une analyse plus humaniste sans la contrainte de la comptabilité. Certes, comme mentionné dans le chapitre 1, il existe des études qui ont proposé des analyses culturelles ou sociales, et même des études qui se sont intéressée à l'enrichissement que procurait le fait de voyager. Cependant, le besoin d'une analyse plus fine des effets du tourisme sur les résidents reste une demande à laquelle il faut répondre (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2014) (Hughes et al., 2010). Cette thèse vise à fournir des éléments pour pallier cette lacune, et ce par le biais d'un travail empirique, une autre des insuffisances signalées par le monde académique.

Le choix d'analyser les espaces du tourisme LGBT+ par une approche relationnelle ce veut donc une contribution en ce sens. Il s'agit d'une approche qui peut aider à penser le tourisme autrement au travers des relations entre les résidents et les touristes sous l'angle des géographies des sexualités. Une perspective qui est également étroitement liée à la notion de durabilité sociale du tourisme, la dimension la plus négligée de la durabilité, presque toujours captive des dimensions économiques et environnementales (Pareto Boada et al., 2020).

D'après la littérature académique, plusieurs formulations ont été proposées pour aborder les tensions entre l'arrivée de touristes, l'accueil des résidents et les intérêts de l'industrie du tourisme, et pour tenter de concilier leurs besoins. Nombre d'entre elles ont été utilisées par les responsables de la planification et de la gestion du tourisme, assumant ces propos ou les reprenant tout simplement à leur compte pour mieux positionner leurs destinations ou leurs produits. Ainsi, des notions comme le tourisme durable, le tourisme lent, le tourisme vert, l'écotourisme, le tourisme équitable, le tourisme éthique, le tourisme

conscient, le tourisme régénérateur, le tourisme responsable ou le tourisme sensibilisé se sont succédés ou chevauchés au cours des trente dernières années (Marques & Engberg, 2022).

Bien qu'elle suscite toujours le débat, la notion de durabilité est probablement la plus étudiée dans le monde universitaire et aussi la plus utilisée par le secteur lui-même. La durabilité du tourisme appréhendée comme une utopie est la tendance vers un tourisme plus durable conçue comme une stratégie visant à minimiser ses impacts et à augmenter les bénéfices de toutes sortes (Fletcher et al., 2023). Certes, dans la pratique, cette proposition présente de nombreuses limites dans la mesure où l'accent a été mis sur la planification et la gestion des destinations, négligeant certaines questions essentielles telles que l'impact environnemental global de la mobilité (Higham et al., 2021). D'où l'émergence de nouveaux concepts tels que le tourisme responsable, qui cherche à mettre en avance la nécessité d'opérer des changements forts dans les modèles de développement, osant proposer une certaine décroissance dans les destinations hyper-fréquentées, ou le tourisme régénératif, axé sur le bien-être de la population locale. Néanmoins, dans le présent travail, nous assumons la durabilité comme étant la notion qui englobe tous ces concepts, même ceux qui la considèrent comme obsolète ou insuffisante et qui tentent de la dépasser.

Ce choix s'explique non seulement par le fait que le développement durable a fait l'objet de nombreux travaux universitaires, mais aussi par le fait qu'il a été largement adopté par le secteur économique. Cependant, une fois de plus, cette appropriation est assez superficielle en ce qui concerne le rôle des résidents et des touristes et leurs relations. À cet égard, l'introduction au Code mondial d'éthique du tourisme par Zurab Pololikashvili, secrétaire général de l'Organisation mondial du tourisme, est très évocatrice. Il y déclare que :

> *« Le tourisme est un véritable moteur de la solidarité et du développement. Nous avons tous intérêt à tirer pleinement parti de sa capacité à rassembler les personnes et les populations, dans le respect du Code mondial d'éthique du tourisme. De la sorte, le tourisme pourra continuer d'ouvrir de meilleures perspectives et d'être un vecteur du développement durable pour des millions de gens à travers le monde »*[vi].

Des messages positifs, voire grandiloquents, sur le tourisme, comme *Le message de Madère* selon lequel :

> *« [Le tourisme] jette des ponts d'entente et de tolérance mutuelles entre les peuples et les nations et il œuvre en faveur de la paix mondiale »* (UNWTO, 2007).

Des belles déclarations, mais très difficiles à appliquer, surtout lorsque l'on cherche le concret, le passage de la stratégie au plan d'action. Le Code mondial d'éthique du tourisme, par exemple, commence dans son article 1 en déclarant que :

> *« La compréhension et la promotion des valeurs éthiques communes à l'humanité, dans un esprit de tolérance et de respect de la diversité des croyances religieuses, philosophiques et morales, sont à la fois le fondement et la conséquence d'un tourisme responsable »* (UNWTO & European Travel Commission, 2005).

[vi] OMT https://www.unwto.org/fr/code-mondial-d-ethique-du-tourisme (consulté le 31.05.2023).

Cependant, ce n'est pas évident de trouver un équilibre entre les valeurs morales de Malte, classé comme le pays le plus respectueux des droits LGBT+, et ceux de l'Arabie saoudite et de l'Iran, les plus touristiques[vii] des onze pays qui maintiennent dans leur législation la peine de mort pour les actes sexuels entre adultes consentants du même sexe (Cattan & Leroy, 2022).

Une approche relationnelle du tourisme LGBT+ peut aider à identifier des éléments qui contribuent à concrétiser ce qui se passe entre touristes et résidents. Quant aux territorialités émergeantes de ces relations, il n'est pas évident de les appréhender non plus, puisque le résultat ne sera guère des lieux exclusivement gays ou LGBT+, mais plutôt des représentations individuelles et collectives de certains espaces qui coexistent avec d'autres lectures non sexualisées dans un chevauchement d'interprétations qui cohabitent en permanence.

Malgré la complexité de cet angle d'analyse, s'intéresser à une partie restreinte de la population rend l'objet d'étude plus saisissable. D'autant plus que l'échantillon choisi, composé de personnes LGBT+ qui résident dans la destination et de celles qui s'y rendent en tant que touristes, porte un regard particulier en lui-même, est susceptible de partager une certaine vision de l'espace, et a une certaine façon de négocier sa présence en société (Bell & Valentine, 1995). Ils sont également susceptibles d'avoir des motivations similaires en termes de loisirs et de socialisation.

Contrairement à des études plus généralistes, ces proximités peuvent contribuer à l'obtention de résultats significatifs lorsqu'on aborde la question des relations entre résidents et touristes, puisque pour ce type d'étude il est recommandé de confronter des groupes de statut similaire, avec des objectifs communs, dans le cadre d'une relation de coopération plutôt que de concurrence et dans un contexte où le tourisme bénéficie d'un soutien institutionnel (Pizam et al., 2000).

Il s'agit d'étudier les relations qui naissent du croissement des regards des résidents et des touristes. Des regards qui portent sur l'espace, mais aussi des regards réciproques, et au-delà de ceci, ce sont les interactions et leurs dimensions spatiales qui émergent.

b Des questionnements à la croisée des résidents, des touristes, de l'espace, du genre et des sexualités

Les objectifs et les hypothèses de la thèse sont présentés dans cette section. Ensuite, la contribution que peut apporter ce travail aux études sur la durabilité sociale du tourisme est évoquée. Enfin, quelques notes à propos de la terminologie utilisée seront exposées.

[vii] L'Arabie Saoudite et l'Iran ont registré 17,53 et 9,11 millions d'arrivées de touristes internationaux respectivement en 2019, des taux beaucoup supérieurs à ceux de l'Afghanistan, du Brunei, des EAU, de la Mauritanie, du Nigeria, du Pakistan, du Qatar, de la Somalie et du Yémen. OMT https://www.unwto.org/fr/tableau-tourisme/resultats-du-tourisme-mondial-et-regional (consulté le 24.06.2023).

Saisir les territorialités LGBT+

Etant donné la coprésence de touristes et de résidents dans un même lieu, il semble pertinent de se pencher sur la mixité de ces groupes, de s'intéresser à la façon dont ils vivent cette situation et d'explorer les effets territoriaux de ces relations.

L'objectif général de cette thèse est d'étudier la conception du territoire LGBT+ à travers les relations établies entre les résidents et les touristes LGBT+. L'enjeu est de dépasser les dualités traditionnellement utilisées pour catégoriser l'espace, telles que privé-public, visible-invisible, éphémère-permanent, touristique-non touristique, et de ne pas limiter l'analyse des territorialités à la zone rose des destinations touristiques.

Pour ce faire, une ville a été choisie, Barcelone, qui, au cours des trois dernières décennies, a atteint un positionnement touristique international sans précédent et dans laquelle le segment du tourisme LGBT+ est particulièrement présent. Une ville dans laquelle les personnes LGBT+ bénéficient d'une protection importante grâce aux lois en vigueur au niveau de l'État, de la région et de la municipalité. Bien que ces droits civiques soient relativement récents, Barcelone est une ville déjà connue au préalable par son notable activisme en faveur des personnes sexuellement dissidentes à la norme hétérosexuelle.

Le contexte juridique et social dans lequel s'inscrit cette étude est donc favorable à l'établissement de relations entre personnes LGBT+, en l'occurrence entre touristes et résidents. Le fait qu'il s'agisse d'une ville avec un certain air cosmopolite, avec une mobilité migratoire et un dynamisme culturel notables, renforce également l'idée qu'il s'agit d'une ville ouverte dans laquelle il est moins compliqué d'établir des relations LGBT+. En somme, c'est une ville où, bien qu'il y ait certainement des limitations hétérosexistes et des agressions homophobes, les liens LGBT+ et leur visibilité peuvent avoir lieu.

Il s'agit dans ce travail d'identifier les stratégies des résidents et des touristes LGBT+ en ce qui concerne leurs relations et les dimensions territoriales qui en résultent, en privilégiant le point de vue des résidents, de ceux qui vivent en permanence dans l'espace. En ce sens, la notion d'espace LGBT+ va au-delà des espaces sociaux, les plus visibles et reconnaissables y compris en termes matériels, pour inclure des espaces plus personnels, vécus et ressentis. Des espaces qui peuvent ou non avoir une traduction sociale, qui peuvent ou non opérer aux marges, qui peuvent être plus visibles ou plus cachés. Dans cette considération large de la notion d'espace LGBT+, le numérique aura également sa place, mais plutôt en tant qu'instrument d'accès à l'espace physique.

Le défi est donc d'expliquer ces espaces en termes relationnels. Dans ce cadre, la présence de touristes et leur acceptabilité par la population locale seront des facteurs clés pour intégrer les relations entre résidents et touristes dans l'analyse du sujet LGBT+.

Par la suite, cette approche ouvre la possibilité de faire émerger de nouveaux éléments permettant d'améliorer la conceptualisation de la durabilité sociale du tourisme, vecteur le moins pris en compte du développement durable de cette activité.

Enfin, il convient de signaler que la mise en exergue du facteur LGBT+ en général n'exclut pas les perspectives propres aux différentes communautés représentées par cet acronyme.

Compte tenu de ce qui précède, le travail a été réalisé sur la base de trois hypothèses :

1. **La dimension sociale des relations entre les résidents et les touristes est essentielle pour appréhender le degré de satisfaction des touristes et leur acceptation par la population locale**. Il est donc nécessaire de prendre un certain recul par rapport au tourisme en tant qu'activité économique et de se projeter au-delà.

   Ce type de relation non pécuniaire n'est normalement pas considéré comme un élément structurant du tourisme, mais il a la valeur ajoutée de placer le résident dans une position dont il est généralement exclu. Et c'est à partir de cette position, sans le bruit des aspects monétaires ou les pressions directes du monde des affaires et de la consommation, que le résident peut agir et être appréhendé comme quelque chose de plus qu'une ressource et le touriste comme quelque chose de plus qu'un client.

   Évidemment, il est impossible de dépouiller toute relation entre un résident et un touriste d'un éventuel lien économique, car il existe de nombreux types de relations et beaucoup d'entre elles peuvent être mixtes, mêlant le purement social à une transaction directe ou sous-jacente. Mais mettre l'accent sur ce qui se passe en dehors de la sphère économique nous permettra de mieux nuancer le phénomène LGBT+ en général et ses territorialités en particulier.

2. En ce qui concerne l'espace, **les territorialités LGBT+ configurées par les résidents et les touristes vont bien au-delà des espaces définis par l'offre commerciale de loisirs et d'autres lieux à voir dans la destination touristique**.

   Ainsi, le quartier LGBT+, le Gaixample dans le cas de Barcelone, aurait sa valeur en soi mais ne serait plus l'élément déterminant. Le quartier LGBT+ et le reste de l'offre de loisirs destinée spécifiquement à ce public ne seraient qu'une partie de cette territorialité créée conjointement par les résidents et les touristes. Ainsi, les territorialités qui émergeront incluront probablement d'autres quartiers, des espaces publics et privés et, éventuellement, d'autres offres de loisirs moins normatives.

   Cette approche permet de considérer ce que signifie être une personne LGBT+ dans toute sa complexité, car cette complexité est la base même de l'analyse. En effet, dans cette perspective, ce sont les interactions entre les personnes LGBT+, touristes et non touristes, avec leurs coopérations et leurs conflits, qui nous permettront de comprendre les territorialités qui en résultent.

3. **Les interactions entre résidents et touristes génèrent de nouvelles mobilités à l'échelle locale et à plus large échelle**. En effet, au-delà des mobilités intrinsèques au voyage, comme l'aller-retour entre l'origine et la destination et les itinéraires de voyage, la co-présence des touristes et des résidents en destination génère de nouvelles situations, avec des mobilités d'évitement et de rapprochement entre les uns et les autres.

   Pour les touristes, leur expérience LGBT+ sera très différente selon qu'il s'agit de leur première visite, qu'ils sont habitués à ce type de destination, qu'ils ont une expérience antérieure en tant que voyageurs ou que leur contexte culturel d'origine soit très différent.

Dans le cas des résidents, il est probable que leur connaissance du territoire et leur maîtrise de la ville rendent leurs lieux LGBT+ plus nombreux, moins concentrés et plus complexes.

Au croisement, le touriste en loisirs peut rencontrer le résident dans toutes ses activités quotidiennes, qu'il s'agisse de faire ses courses, de s'occuper des membres de sa famille, de profiter de son temps libre ou de travailler. Ce déséquilibre entre les rôles fait partie du jeu, et les contacts peuvent se présenter sous de multiples formes. Quant aux relations, elles peuvent être recherchées ou fortuites, occasionnelles ou récurrentes.

Les relations qui s'appuient sur une connaissance mutuelle plus forte peuvent conduire à de nouvelles mobilités, par exemple lorsque les touristes reviennent à la destination pour rendre visite à des connaissances ou parce que le résident rend visite au touriste chez lui. Il s'agit, en l'occurrence, de voyages générés par l'activité touristique de tiers et, par conséquent, ils font partie de ce que le tourisme a comme expérience transformatrice.

Tout cela nous amène à nous interroger sur la durabilité sociale du tourisme et sur le rôle que jouent les relations entre résidents et touristes dans sa définition et son analyse.

Contribuer à une meilleure conception de la durabilité sociale du tourisme

La durabilité sociale du tourisme est la dimension la moins étudiée du développement durable, les axes environnementaux et économiques étant prédominants dans la plupart des études académiques.

De plus, la dimension sociale du développement touristique durable est similaire à ce qui se passe dans les études sur les relations entre résidents et touristes que nous venons d'évoquer, à savoir que le résident est souvent laissé à l'arrière-plan.

En regardant les indicateurs de durabilité sociale proposés par le Système européen d'indicateurs du tourisme (European Commission, 2016) on peut voir que sur les treize indicateurs dans le domaine de « l'impact social et culturel », six concernent principalement ou entièrement les touristes, trois se réfèrent à la capacité de charge de la destination, deux à la position des femmes dans les entreprises touristiques, et deux à la satisfaction des résidents quant à l'impact du tourisme sur l'identité de la destination et sur le tourisme en général, pour chaque mois de l'année.

Aucun d'entre eux ne fait référence aux relations entre les résidents et les touristes. Certains auteurs ont souligné la nécessité de dépasser les logiques d'analyse actuelles basées sur des indicateurs tels que la pression touristique ou la volonté d'accepter plus de touristes afin de parvenir à des analyses plus fines (Muler Gonzalez et al., 2018).

En ce sens, une meilleure compréhension des relations établies entre les résidents et les touristes peut fournir des éléments pour analyser le tourisme et son impact sur les communautés locales différemment et décrypter la durabilité sociale du tourisme sur la base de nouveaux paramètres.

À propos des résidents et des touristes

Enfin, quelques considérations terminologiques qui viennent renforcer ce qui a été dit dans les paragraphes précédents.

En tourisme, on parle beaucoup de la « population locale », ce terme large pour désigner les autres, si nécessaires mais parfois si antagonistes. Parmi eux, ceux qui travaillent pour le secteur sont beaucoup plus pris en compte dans les études touristiques que le reste de la population. En fait, l'un des grands débats de l'académie est de déterminer s'il est préférable de ne prendre en compte que ceux-ci ou l'ensemble de la population (Monterrubio Cordero, 2007) (Sharpley, 2018).

Concernant cette problématique du rôle et de la représentativité de la population locale, nous allons privilégier la vision large et l'utilisation du terme « résident ». Ce vocable nous semble plus approprié car l'enquête menée s'est appuyée sur des personnes concrètes qui habitent la ville de Barcelone, loin de la masse informe qu'on pourrait imaginer derrière la notion de population locale. Ce choix renforce également le caractère concret que cet ensemble de personnes, la population locale, peut jouer dans la conception de l'activité touristique et des espaces touristiques. Bien entendu, ce résident peut adopter n'importe quel profil, de l'entrepreneur touristique à l'opposant au tourisme, du directement touché au bénéficiaire indirect.

Le terme « touriste » sera également utilisé au sens large qui lui est inhérent. Les résidents et les touristes sont donc traités comme des sujets principaux, avec leurs complexités, leurs intersectionnalités et leurs contradictions.

3.2 Un lieu pour réfuter les hypothèses : Barcelone

Le 30 novembre 2016, la rumba cubaine est déclarée patrimoine de l'humanité par l'UNESCO, qui dit dans son dossier que :

> *« la rumba permet d'exprimer l'estime de soi et la résistance »*[viii].

Il s'agit d'une expression musicale qui a son correspondant dans la rumba catalane. Gato Pérez en souligne son côté populaire quand il chante :

> *« La rumba naît dans la rue / fille de Cuba et d'un petit gitan »*[ix].

En Espagne en général et à Barcelone en particulier, il y a eu des chansons qui ont connu un véritable succès comme celle de Peret et le refrain :

> *« Elle a du pouvoir / elle a du pouvoir / Barcelone est puissante / Barcelone a du pouvoir »*[x].

Les rumbas, si populaires, qu'elles sont devenues un hymne des Jeux olympiques de 1992, un véritable levier pour le tourisme à Barcelone. Et un refrain à la hauteur des défis auxquels la ville et la population locale devront faire face lorsque l'afflux de touristes sera multiplié par six au cours des vingt-cinq années après l'olympiade (Observatori del turisme a Barcelona, 2020). Barcelone a probablement sa fierté et son pouvoir, tout comme le secteur du tourisme qui a lui aussi son pouvoir. Des pouvoirs, des intérêts, des besoins qui sont parfois partagés, parfois non.

Cette section présente Barcelone, le cas d'étude de cette thèse. La première section se concentre sur la ville en tant que destination touristique ordinaire, tandis que la seconde porte sur la perspective LGBT+, ses droits civiques, ses lieux et la ville en tant que destination LGBT+.

a L'essor fulgurant de Barcelone vers le statut d'icône touristique

Barcelone est une ville qui n'avait que peu d'importance en termes de tourisme avant d'accueillir les Jeux olympiques de 1992. En trente ans, elle est devenue l'une des villes les plus visitées d'Europe.

[viii] Dossier de candidature num. 01185, UNESCO https://ich.unesco.org/fr/RL/la-rumba-a-cuba-melange-festif-de-musiques-et-de-danses-et-toutes-les-pratiques-associees-01185?RL=01185 (consulté le 04.07.2023).

[ix] *« La rumba neix al carrer / filla de Cuba i d'un gitanet »*, paroles en catalan de la chanson *Rumba de Barcelona*, inclue dans le disque *Carabruta*, Discos Belter, Barcelona, 1978.

[x] *« Ella tiene poder / ella tiene poder / Barcelona es poderosa / Barcelona tiene poder »*, paroles en espagnol de la chanson *Gitana hechicera*, inclue dans le disque Barcelona 92. *Rumbas de la clausura*, PDI Producciones Discográficas Independientes, Barcelona, 1992.

Cette rapide croissance s'est accompagnée de moments critiques en raison des conséquences indésirables qu'elle a entraînées pour une partie de la population locale, notamment en termes d'appropriation de certains espaces et d'accès au logement.

Ce paragraphe présente la ville de Barcelone comme une destination de tourisme ordinaire, car il n'existe pas de données spécifiques sur le tourisme LGBT+ dans la ville. C'est dans le cadre de Barcelone en tant que destination touristique ordinaire que le tourisme LGBT+ se développe, car bien qu'il existe une offre spécifique, ce segment n'est pas dominant, contrairement à d'autres destinations.

Une destination sous le signe des Jeux Olympiques de 1992

L'histoire moderne du tourisme à Barcelone a commencé bien avant les Jeux olympiques. La Sociedad de Atracción de Forasteros (Société pour l'attraction des étrangers, en espagnol) a été créée en 1908 pour tirer parti des nouvelles possibilités que certaines élites politiques et économiques de la ville envisageaient à un moment de forte croissance économique et de projection internationale. C'était une époque où penser la ville comme une destination n'était pas aussi évident qu'aujourd'hui, et où les bénéfices potentiels que le tourisme pouvait apporter étaient à peine visibles. Le tourisme était davantage considéré comme un idéal, un projet visant à renforcer la ville physique, économique et culturelle et sociale qui était en train de se construire :

> *« Le tourisme était conçu comme un élément de la créativité de Barcelone, un moyen de construction et de développement de la société qui rendrait possible la modernisation de ses modèles de croissance »* (Palou i Rubio, 2011), p. 180. (T.A.)

Le tourisme est apparu comme un outil pour projeter une ville dynamique à la base industrielle, qui avait déjà atteint un moment fort avec l'exposition universelle de 1888, qui a transformé la partie orientale de la ville, de la gare de France à la gare du Nord, et surtout l'ancienne caserne de la Ciutadella, qui a été transformée en parc urbain. Après la guerre en Europe, la ville accueille une deuxième exposition universelle en 1929. La ville s'élargit et la montagne de Montjuïc se transforme, s'embellit, se monumentalise et se dote d'infrastructures et d'équipements. Les deux expositions universelles sont suivies du congrès eucharistique de 1952, qui n'entraîne pas de grandes transformations, mais qui est l'occasion de lancer le premier plan hôtelier de la ville, et les années 1980 connaissent un deuxième grand moment face au défi olympique (Moragas Spà & Botella, 1995) (Kennet, 2011).

Cette histoire des grandes transformations urbaines n'est pas linéaire. La ville a connu des périodes de destruction et de transformation à cause de la Guerre civile de 1936-1939 et, à partir des années 1960, pendant les années dites du *desarrollismo*[xi], lorsque des quartiers à forte densité et de faible qualité ont été bâtis dans la ville et sa banlieue proche. Le projet des Jeux olympiques de 1992 a cherché à remédier à certaines lacunes de cet héritage de la dictature, en consacrant 75 % de l'investissement à des questions non sportives (Brunet, 2011).

[xi] Période de développement économique accéléré qui, au niveau de l'urbanisme, s'est traduite, dans la région de Barcelone, par la construction de nouveaux quartiers pratiquement dépourvus de services, afin d'accueillir la population immigrée en provenance du reste du pays.

Les Jeux olympiques ont légué à la ville un front de mer dépourvu d'usines et de bidonvilles, ainsi que des installations remarquables dans différents quartiers de la ville, notamment à Montjuïc, un aéroport agrandi et entièrement rénové et un grand nombre d'infrastructures routières et touristiques.

En effet, entre 1982 et 1992, le nombre de lits d'hôtels a augmenté de 50 % pour atteindre 20 000. Le positionnement de la ville en tant que destination touristique après l'événement n'a pas été laissé au hasard. En effet, le plan stratégique lancé en 1989 par la mairie, par l'intermédiaire du Patronat municipal de tourisme et de la Chambre de commerce, d'industrie et de navigation, visait à exploiter le potentiel touristique de la ville et a conduit à la création en 1993 de Turisme de Barcelona, l'agence de promotion touristique de la ville, à laquelle participent à la fois le secteur public et le secteur privé. Le rayonnement des Jeux, une promotion touristique sans précédent et la poursuite de la transformation de la ville dans la zone de Diagonal Mar avec le Forum universel des cultures 2004, qui comprenait la construction de nombreux nouveaux hôtels, ont permis de prédire une croissance exponentielle au cours de la décennie suivante, ce qui a été le cas. Les indicateurs quantitatifs traditionnellement utilisés pour évaluer le tourisme s'envolent, ce qui explique que Barcelone 92 soit présentée comme un modèle de réussite (Chappelet, 2018).

> *« La réponse de Barcelone au stimulus olympique est plus intense et plus soutenue que celle des autres villes hôtes. Cela fait de Barcelone'92 un modèle d'impact. C'est ce qui fait l'originalité de Barcelone, sa capacité extraordinaire et durable à tirer parti de la dynamique olympique »* (Brunet, 2011), p. 230. (T.A.)

Bien que le succès organisationnel et l'impact urbain du projet olympique retiennent l'attention, d'autres analyses des répercussions sur la population locale révèlent des zones d'ombre et de lumière. Le côté positif est l'augmentation du nombre de personnes pratiquant un sport. Le moins est l'Olympiade culturelle, plutôt improvisée et clairement éloignée des objectifs du projet initial (Moragas Spà & Botella, 2002).

Contrairement aux événements olympiques précédents, la population locale a attiré beaucoup plus l'attention des journalistes et des délégations étrangères. La façon dont ils vivent les Jeux, sortent dans les rues et se rencontrent rend à certains moments la ville plus importante que les Jeux eux-mêmes. Si la réussite organisationnelle transmet l'image d'une ville et d'un pays qui fonctionnent, l'image d'une ville enthousiaste et vivante est probablement plus attrayante pour les touristes potentiels, ce qui devient désormais l'une des principales caractéristiques du discours touristique de la ville.

La ville devient à la mode, avec la mise en avant de ressources patrimoniales remarquables, comme les œuvres de l'architecte Antoni Gaudí, mais aussi en raison d'un certain style de vie, ce qui rend la situation problématique pour une partie de la population locale, dans la mesure où les résidents et leurs pratiques deviennent l'objet du regard des touristes.

Être tendance au XXIe siècle

Au cours des trente dernières années, le tourisme en général a connu une évolution considérable grâce aux nouvelles technologies que l'industrie et les utilisateurs ont progressivement adoptées.

La mobilité, un aspect clé du tourisme, a connu un essor particulier depuis l'arrivée des compagnies aériennes à bas prix. Dans le cas de Barcelone, les dates clés sont 2004, avec l'arrivée de la compagnie

irlandaise Ryanair à l'aéroport Costa Brava Girona, à 90 km de la ville ; 2009, avec l'inauguration d'un nouveau terminal à l'aéroport de Barcelone El Prat pour accueillir les vols transocéaniques ; et 2010, lorsque les compagnies aériennes *low cost* y ont commencé à opérer. En chiffres, El Prat a dépassé les 10 millions de passagers en 1992 et les 50 millions en 2018. Cette évolution du transport aérien s'est traduite, entre autres, par la réduction des temps de trajet et l'accès, direct ou avec escale, à de nombreuses villes européennes et au-delà.

En ce qui concerne le train, Barcelone dispose de liaisons ferroviaires à grande vitesse avec Madrid et d'autres villes espagnoles depuis 2008, et avec Paris et d'autres villes françaises depuis 2013. Bien que les études sur l'impact du TGV sur le tourisme en Espagne soient beaucoup moins fréquentes qu'en France, où des textes scientifiques et administratifs sont régulièrement produits, il semble évident que l'accessibilité offerte par les connexions TGV favorise certaines formes de tourisme, en particulier le tourisme d'affaires et de salons, tout en étant l'une des causes de la baisse des nuitées (Pinos-Navarrete & Mínguez-García, 2017).

En effet, la tendance à des déplacements plus nombreux mais plus courts s'est généralisée en raison de l'augmentation de l'offre et de la diversification des options de mobilité et de la baisse de leurs prix, ainsi que des nouvelles habitudes de voyage, principalement dues aux nouvelles utilisations des technologies de l'information et de la communication (Martínez et al., 2008). Des petits séjours pour faire du shopping, pour assister à des festivals comme le Primavera Sound ou pour participer à des conventions professionnelles comme le Mobile World Congress sont quelques-uns des modèles de voyage auxquels la ville de Barcelone participe avec un éventail non négligeable d'événements.

Cependant, cette tendance ne s'explique pas uniquement par la mobilité ou une offre touristique spécifique. En effet, la facilité avec laquelle un voyage peut être organisé grâce à l'utilisation généralisée d'internet et des programmes numériques qui se répandent de plus en plus, tant par le secteur que par les clients, joue un rôle très important à cet égard.

En ce sens, les plateformes communautaires de location de logements, les métamoteurs de recherche pour la réservation de transports et de logements, et les méthodes de paiement international plus rapides et plus sûres sont quelques-uns des éléments qui ont transformé les habitudes de consommation des voyageurs.

La question de l'hébergement est particulièrement sensible en raison des conséquences qu'elle a entraînées pour le secteur, mais aussi pour la population locale. En effet, l'émergence de plateformes d'hébergement communautaire, inspirées par l'idée de loger chez l'habitant mais qui finissent par se transformer en commercialisation de toutes sortes de logements non conventionnels, a complètement transformé le panorama. À elle seule, la plateforme AirBnB mettait sur le marché 21.600 logements à Barcelone avant la crise de Covid-19, ce qui la place au quatrième rang européen en termes absolus, même si, avec un ratio de 6,7, elle n'apparaît pas dans le top-10 en termes d'offre par habitant (Adamiak, 2018).

Une autre nouveauté est l'augmentation de la fréquentation des visiteurs, des micro-visites, comme celles des croisiéristes qui débarquent pour visiter la ville pendant quelques heures. Le temps est loin où les navires Cabo San Roque et Cabo San Vicente de la compagnie Ybarra reliaient la ville à l'Amérique latine dans les années 1970 pour un public minoritaire et élitiste qui pouvait s'offrir les tarifs et avait le temps d'une longue traversée de l'Atlantique. Avec un trafic de 4,6 millions de passagers en

2019, dont 56 % sont des croisiéristes de base, ceux qui commencent ou terminent leur voyage ici, le port de Barcelone est devenu le premier port de départ des croisières en Méditerranée[xii].

Un modèle contesté

En deux décennies, Barcelone est passée du statut de ville avec tourisme à celui de ville touristique, avec des avancées quantitatives et qualitatives en termes d'équipements, d'infrastructures et d'activités touristiques qui ont transformé le tourisme d'une activité complémentaire à une activité structurelle pour l'économie de la ville. Un développement extrêmement rapide qui, bien qu'il s'appuie sur des structures existantes, transforme la ville tant au niveau urbanistique qu'au niveau des relations tourisme-ville, plaçant cette activité de plus en plus entre l'euphorie et le conflit, raison pour laquelle la phobie du tourisme commence à apparaître dans le débat sur le modèle touristique (López Palomeque, 2015).

En effet, certains effets indésirables se manifestent et assombrissent le message selon lequel le modèle touristique de Barcelone est un modèle de réussite. Le sentiment de congestion créé par l'ouverture de nouveaux hôtels et l'irruption de plateformes telles que AirBnB, la transformation de commerces locaux en établissements destinés aux touristes, la faible qualité de nombreux emplois liés au tourisme et l'occupation de l'espace public par des terrasses de bars et de restaurants ou autour de sites patrimoniaux sont quelques-uns de ces effets.

À cela s'ajoutent d'autres éléments sensibles qui, sans être nécessairement liés au tourisme, comme les problèmes d'accès au logement, le modèle de croissance urbaine ou la saturation progressive de la voirie, sont souvent ajoutés au récit des impacts du tourisme. Ce lien est probablement renforcé par le fait que le tourisme est souvent utilisé comme moteur de la stratégie de développement urbain et du positionnement international de la ville. Quoi qu'il en soit, le mélange de tous ces arguments donne lieu à des explosions de tourisme-phobie, comme celles qui se sont produites en 2017 et qui ont été très médiatisées (Alcalde Garcia et al., 2018) (Mansilla López & Hughes, 2021).

En 2015, la nouvelle équipe qui a remporté les élections municipales préconise une nouvelle orientation en matière de tourisme. En peu de temps, ils mettent en place des mesures réglementaires telles qu'un moratoire sur l'implantation de nouveaux hôtels et la poursuite des hébergements illégaux dans des appartements privés (Petithomme, 2019).

Les arguments invoqués par les promoteurs du tourisme local, d'une part, et par certains segments de la population locale, d'autre part, ont évolué au fil des ans, passant de positions euphoriques et complaisantes, les uns, et anti-tourisme, les autres, à des positions plus ambivalentes dans lesquelles les autorités touristiques admettent que le tourisme a des effets négatifs sur la communauté et, les résidents critiques assument le fait que le tourisme est un élément structurel de la ville et qu'il y restera (Zerva et al., 2018).

La pause provoquée par la Covid-19 en 2020 permet d'accélérer certaines des mesures promues au niveau municipal, comme l'amélioration de la mobilité non motorisée ou le contrôle des appartements touristiques, et s'il est vrai que le tourisme se réactive fortement en très peu de temps, il est également

[xii] Port de Barcelona https://contentv5.portdebarcelona.cat/cntmng/gd/d/workspace/SpacesStore/b7e08541-5089-43e2-8774-5624c865eb6a/200207_Resultats_2019.pdf (consulté le 12.09.2023).

vrai que certains changements au niveau conceptuel commencent à faire sentir leurs effets, comme le fait de parler d'« économie des visiteurs » au lieu de parler tout simplement de « tourisme » (Generalitat de Catalunya, 2023).

b Barcelone, ville LGBT+ ?

Barcelone bénéficie actuellement d'un certain positionnement sur la scène internationale du tourisme LGBT+, en partie grâce à l'évolution des droits sociaux qu'a connue l'État espagnol, et en partie grâce à son propre parcours de longue date en tant que référence de ville ouverte, où une certaine spontanéité est permise et où les personnes LGBT+ pouvaient trouver plus facilement leur place qu'ailleurs dans le pays.

De la marginalisation à l'autodétermination de genre

Moins de vingt-sept ans séparent la modification de la *Loi sur la dangerosité et la réhabilitation sociale*[xiii] en décembre 1978 de l'entrée en vigueur de la réforme du Code civil en juillet 2005. La première permettait d'emprisonner les homosexuels en tant que personnes socialement dangereuses, tandis que la seconde autorise le mariage entre personnes de même sexe, ce qui inclut, entre autres, le droit à l'adoption conjointe.

Plus récemment, en mars 2023, la *Loi pour l'égalité réelle et effective des personnes trans et pour la garantie des droits des personnes LGBTI*[xiv] est entrée en vigueur, qui, entre autres droits, autorise l'autodétermination du genre et interdit les thérapies de conversion.

Au cours des quatre dernières décennies, l'Espagne a connu des innovations sociales majeures qui la placent parmi les pays les plus avancés en termes de droits pour les personnes LGBT+ :

> *« Cette géographie européenne des droits des gays et lesbiennes qui opposa d'abord un nord 'progressiste' et un sud 'conservateur', a été bousculée par la décision du gouvernement socialiste espagnol d'ouvrir le mariage et le droit à l'adoption aux couples de même sexe en 2005. L'évolution de l'Espagne, pays fortement marqué par le catholicisme, montre que les sociétés occidentales sont en perpétuel mouvement, dessinant une géographie mouvante et de plus en plus difficile à saisir avec des méthodes, des modèles et des indicateurs 'classiques' »* (Jaurand & Leroy, 2009), p. 180.

[xiii] « Ley 77/1978, de 26 de diciembre, de modificación de la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social y de su reglamento » https://www.boe.es/eli/es/l/1978/12/26/77 (consulté le 30.08.2023).

[xiv] « Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI » https://www.boe.es/eli/es/l/2023/02/28/4 (consulté le 30.08.2023).

Rétrospectivement, les changements paraissent rapides, mais dans les années 1980, même si l'homosexualité n'était pas criminalisée, elle était encore mal vue et sa représentation chargée de clichés. La survenue du sida n'a fait que compliquer les choses pour une population déjà facilement persécutée si elle ne correspondait pas aux consensus de la jeune démocratie (Chamouleau, 2018). En effet, si à différentes époques une partie du mouvement LGBT+ organisé s'est démobilisée face aux nouveaux droits civiques, d'autres groupes n'ont pas cessé leurs revendications révolutionnaires promouvant des changements sociopolitiques au-delà du statu quo, qui ne sont pas toujours bien reçus ou simplement compris par la majorité sociale, comme cela peut se produire actuellement avec la critique du système sexe-genre inspirée par la théorie queer (Mas Grau & Jubany, 2019).

Sur le plan audiovisuel, ce n'est qu'en 1994 qu'un personnage de fiction a fait son apparition dans un produit grand public, offrant une image très éloignée des stéréotypes qu'il était courant de voir jusqu'alors à la télévision. Il s'agit de Xavier, le frère du personnage principal de la série Poblenou, qui s'avère avoir un médecin comme conjoint stable. La chaîne publique catalane TV3, qui diffuse la série, est la plus regardée cette année-là et une grande partie de son succès est attribuée à l'engouement pour cette série, dont le dernier épisode, le numéro 197, a été suivi par 1,8 million de téléspectateurs avec une part d'audience de 46,7 % en Catalogne (Martínez García, 2008). Poblenou offre une nouvelle image de l'homosexualité et de son acceptation dans le milieu familial. Une image positive et une revendication de l'égalité après les étapes de dissimulation et d'occultation de la dictature et le discours de marginalisation et de punition des années 1980 qui par la suite débouchera sur la revendication de la différence avec des personnages plus complexes, positifs et négatifs, parallèlement à l'émergence d'autres personnages au-delà des gays, en tenant toujours compte de l'évolution de l'opinion publique du pays (Alfeo Álvarez & González de Garay Domínguez, 2010).

Comme toute innovation sociale, les droits LGBT+ font l'objet d'avancées et de possibles reculs. En effet, au-delà des acquis au niveau étatique, la région de Catalogne dispose, depuis 2014, de la Loi visant à garantir les droits des personnes LGBTI et à éradiquer l'homophobie, la biphobie et la transphobie[xv], et la ville de Barcelone dispose, depuis 2020, d'un Protocole d'actions contre les situations de discriminations pour LGBTI-phobie[xvi]. Mais, d'un autre côté, les cas de violence contre des personnes LGBT+ ne cessent de croître, comme l'Observatoire contre l'homophobie le dénonce année après année dans son rapport annuel[xvii].

[xv] « Llei 11/201, del 10 d'octubre, per a garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals transgèneres i intersexuals i per a erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia » https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=672704 (consulté le 30.08.2023).

[xvi] « Protocol d'actuacions davant situacions de discriminació per LGTBI-fòbia » https://ajuntament.barcelona.cat/dretsidiversitat/ca/noticia/nou-protocol-per-combatre-llgtbi-fobia_950159 (consulté le 30.08.2023).

[xvii] Depuis 2014, l'Observatori contra l'homofòbia produit un rapport annuel disponible sur son site web : https://och.cat/inici/actualitat-2/estat-lgtbifobia/ (consulté le 30.08.2023).

Une géographie LGBT+

« Sortir per l'ambient », *« gente que entiende »*, *« anar al cruising »*[xviii]. Les usages linguistiques pour désigner les lieux et les personnes LGBT+ ont traditionnellement enveloppé les pratiques LGBT+ d'un manteau de dissimulation. Des euphémismes qui sont encore largement utilisés pour faire référence à des endroits qui ne sont plus aussi secrets. Bien qu'ayant vécu des moments très difficiles, les habitants de Barcelone, toutes générations confondues, ont pu connaître, ne serait-ce que par des rumeurs, les lieux fréquentés par les personnes LGBT+, même s'ils ne les appelaient pas ainsi.

Au cours des dernières décennies, le principal point de référence a été une partie du quartier de L'Esquerra de l'Eixample, connu sous le nom de Gaixample – mot-valise de « gay » en catalan et du district de l'« Eixample » –, comme l'était autrefois le « barri xino »[xix] ou l'avenue du Paral·lel. La Rambla a également connu ses propres moments marquants, avec des images emblématiques de la lutte pour les droits de la communauté LGBT+, comme lors de la première manifestation de la fierté en juin 1977. D'autres zones du district de Ciutat Vella et le quartier de Gràcia ont également été au centre de la vie des personnes LGBT+ dans la ville à différentes époques.

Dans tous ces quartiers, à différentes époques, il y a eu ou il y a encore des établissements – bars, restaurants, cafés, cabarets, boîtes de nuit, etc. – où se déroulaient des rencontres entre personnes LGBT+, souvent dans la clandestinité et parfois poursuivies par la police lorsque l'homosexualité était interdite par la loi.

Avec la légalisation des relations homosexuelles, les établissements peuvent désormais se présenter comme des lieux LGBT+, bien que leur acceptation sociale soit graduelle, aussi bien par la population en général que par les personnes LGBT+ elles-mêmes. Des sex-shops, des saunas gays, des bars pour les lesbiennes, des boîtes de nuit avec des backrooms, des hôtels spécifiquement destinés aux personnes LGBT+ et d'autres établissements apparaissent et sont de plus en plus visibles depuis l'extérieur. Toutefois, ce n'est pas toujours le cas et certains d'entre eux n'affichent pas encore leur identité.

D'autres points de rencontre ont également vu le jour, comme l'actuel Centre LGBTI de Barcelone, inauguré en 2009, et le Casal Lambda, pionnier du genre lors de sa création en 1976. C'est précisément dans les locaux de cette association qu'a eu lieu le premier festival du film lesbien et gay en Espagne en 1995.

Les activités et les événements destinés au public LGBT+ se sont également multipliés au cours des dernières décennies. La manifestation des fiertés et sa version massive, la Pride ! Barcelona, avec le soutien du secteur des loisirs LGBT+, sont quelques-uns des événements citoyens dans l'espace public.

[xviii] Trad. « Sortir per l'ambient » [cat] serait se rendre dans des bars gays ou d'autres établissements commerciaux LGBT+. « Gente que entiende » [esp] fait référence aux personnes non-hétérosexuelles. « Anar al cruising » [cat avec anglicisme] serait se rendre dans des lieux de drague gay.

[xix] Trad. [cat] Littéralement 'quartier chinois', appellation populairement donnée aux bas-fonds de la ville.

Barcelone comme destination touristique LGBT+

Dans le cadre de la segmentation du tourisme, une stratégie qui promeut une offre spécifique pour une demande déterminée, s'éloignant ainsi du général, le tourisme LGBT+ apparaît comme une niche de marché minoritaire, mais à forte valeur ajoutée.

Ainsi, l'offre spécifique pour ce segment de marché a augmenté avec la mise en tourisme des ressources du territoire et la création d'entreprises et produits touristiques spécifiques. Au niveau territorial, cela se traduit par des établissements ou des produits non mixtes où le public attendu est uniquement LGBT+ – ou gay, lesbienne, etc. – dans des destinations touristiques plus ou moins spécialisées dans ce créneau, ou dans des destinations qui se positionnent comme des destinations LGBT+friendly, réceptives et accueillantes pour les personnes LGBT+, dans un cadre touristique plus large et dans lesquelles le tourisme LGBT+ est complémentaire.

Cette complémentarité est possible dans la mesure où la pratique de ce type de tourisme ne dissuade pas d'autres publics cibles de la ville. Barcelone entre dans cette catégorie (Jaurand, 2018). En effet, à Barcelone, le tourisme LGBT+ a été promu de manière secondaire alors que la ville s'est principalement concentrée sur d'autres attractions telles que Gaudí et le tourisme culturel, le shopping et les loisirs, les foires et les événements, sans sous-estimer d'autres singularités de la ville telles que le Futbol Club Barcelona, qui est également un autre puissant pôle d'attraction pour les visiteurs.

Les limites entre une destination LGBT+ et une destination LGBTfriendly sont très floues, mais en termes de comparaison, il est facile de situer Sitges comme une destination encore plus significative que Barcelone en termes de tourisme LGBT+. En effet, cette ville balnéaire située à quelque 40 km au sud-ouest de Barcelone, largement fréquentée par des artistes au début du XXe siècle, a vu apparaître les premiers lieux ouvertement gays au début des années 1980 et est aujourd'hui largement connue pour sa scène gay. Bien qu'elle attire d'autres publics et qu'elle ait connu des épisodes conflictuels au sujet de sa réputation gay, elle est largement reconnue comme l'une des destinations touristiques gay d'Espagne, au même titre qu'Ibiza aux îles Baléares ou Maspalomas aux îles Canaries (Cattan & Leroy, 2022).

De leur côté, plusieurs villes européennes jouent la carte du tourisme LGBT+friendly, avec une offre ciblée forte, surtout si elle est concentrée dans l'espace, comme c'est le cas du Gaixample à Barcelone, de Chueca à Madrid ou du Marais à Paris.

Au-delà de la mise en tourisme de l'offre locale de loisirs LGBT+, qui peut éventuellement générer des tensions, comme dans le cas du Village de Manchester (Hughes, 2002a), l'organisation d'événements est une autre stratégie déployée pour attirer les visiteurs. Dans le cas de Barcelone, il est à souligner le Circuit Festival, un événement organisé par le groupe Matinée, propriétaire de plusieurs établissements dans la ville, spécifiquement destiné au public LGBT+ et qui attire des dizaines de milliers de gays chaque mois d'août depuis 2011 (Prat Forga, 2014), à l'exception de 2020 en raison de la pandémie de covid-19.

En effet, la présence dans la ville d'un secteur des loisirs LGBT+ organisée autour de l'Association catalane des entreprises gays et lesbiennes, Acegal[xx], n'est pas étrangère à ce positionnement

[xx] Association de professionnels appelée Chambre LGTBIQ+ sur son site web (consulté le 30.08.2023).

international de la ville en tant que destination touristique. Cette organisation est par exemple responsable de l'organisation de la Pride ! Barcelona, qui organise depuis 2009 une marche et un festival annuels qui sont devenus l'un des plus grands événements pour les personnes LGBT+ et un motif d'attraction touristique. Chaque édition est consacrée à une question spécifique qui préoccupe la communauté, comme l'homophobie dans le sport, le harcèlement à l'école, la situation des personnes âgées ou des réfugiés en raison de leur orientation sexuelle ou leur identité de genre, la visibilité des lesbiennes, la diversité des personnes trans, la stigmatisation liée au VIH ou la réalité des familles LGBT[xxi].

Bien que le message officiel de la ville soit 'LGTBI', dans la pratique, le secteur vend et tente d'attirer principalement des gays, problématique reconnue dans l'Engagement national pour un tourisme responsable, qui préconise de surmonter les stéréotypes et de projeter une image plus inclusive (Generalitat de Catalunya, 2023).

[xxi] www.pridebarcelona.org/en/about-us/#section-prensa (consulté le 30.08.2023)

3.3 Une méthode mixte pour mener à bien l'enquête

La thèse a déployé une méthodologie mixte pour analyser le tourisme LGBT+ à Barcelone sous l'angle des relations entre les résidents et les touristes. Il s'agit d'appréhender l'individu socialisé. Pour ce faire, la stratégie de recherche adoptée comprend des entretiens semi-structurés avec des résidents LGBT+, un questionnaire en ligne auprès des touristes LGBT+ ayant visité la ville au cours des cinq dernières années et des observations dans des espaces LGBT+ de Barcelone.

La définition de l'échantillon à prendre en compte était une question cruciale pour le bon déroulement du travail parce que la sélection des groupes et de leurs interlocuteurs n'est jamais un acte anodin. Tout d'abord, parce que la communauté LGBT+ locale est extrêmement diverse en termes de variété de profils, que ce soit au niveau des intersectionnalités de chacun d'entre eux, de leur origine, de leur niveau d'éducation, de leur statut économique, de leur degré d'implication professionnelle dans le tourisme ou de leur quartier de résidence. Du côté des touristes, on peut également imaginer une large diversité de profils, même si, dans ce cas, il faut ajouter trois éléments limitants, à savoir l'envie de voyager, la possibilité de le faire et la disposition à se reconnaître en tant que personne LGBT+ et, éventuellement, à se révéler en tant que telle.

Des touristes que, en raison de leurs lieux d'origine, peuvent nous ramener à l'échelle globale. Ainsi, même en choisissant une seule ville-destination comme objet d'étude, la nature propre de l'activité touristique nous ramène inéluctablement à l'échelle internationale.

C'est justement parce que nous travaillons avec le témoignage de personnes individuelles qu'il est impératif de déployer une stricte politique de gestion de données afin de garantir leur droit à l'anonymité. D'autant plus que des questions sensibles telles que l'orientation sexuelle, l'identité de genre et les pratiques sociales au sens large, y compris des pratiques sexuelles, sont au centre de ce travail.

Tous ces aspects sont abordés dans cette section. Tout d'abord, la définition de l'objet d'étude, incluant la politique de protection des données et quelques appréciations sur la pandémie de Covid-19 est présentée. Viennent ensuite les détails méthodologiques des entretiens, du questionnaire et des observations.

a La définition de l'objet d'étude

Le tourisme gay a fait l'objet de nombreuses études académiques, bien plus que le tourisme LGBT+. Au sein même du secteur du tourisme et des loisirs, l'offre de produits et de destinations gays est largement dominante, le tourisme LGBT+ étant souvent relégué à une simple marque ombrelle sans grande matérialisation.

Pour la présente thèse, la question de décider s'il fallait centrer l'analyse sur le gay ou sur le LGBT+ s'est également posée. La question était de déterminer où mettre l'accent, sur quel tourisme et sur quels acteurs.

Cette section décrit l'évolution de ce processus de décision jusqu'au choix du sujet LGBT+. Elle aborde également la stratégie déployée pour assurer la protection des données personnelles collectées au cours du processus d'enquête. Enfin, quelques considérations sur l'impact que la pandémie de Covid-19 a pu avoir sur ce travail sont présentés.

Quel tourisme ? Quels acteurs ? Quelles méthodes ?

Aux débuts de l'enquête, en raison de la disponibilité des lectures et d'un approche visuelle simple des lieux, le tourisme gay, entendu comme celui pratiqué par des hommes homosexuels, apparaissait comme le choix le plus logique en tant que sujet de thèse. L'existence à Barcelone d'un quartier connu comme le Gaixample, visiblement fréquenté par des hommes homosexuels, des touristes et des résidents gays, contribuait à diriger l'attention sur l'idée restreinte du gay. Bien que la destination touristique était à l'époque promue comme « LGBTI », les messages des établissements privés privilégiaient largement la notion de « gay ».

Au cours de conversations plutôt informelles avec diverses autorités locales de l'agence Turisme de Barcelona, du conseil municipal et de l'association professionnelle LGBT+ ACEGAL, qui regroupe la plupart de l'offre commerciale, le choix de Barcelone comme terrain semblait tout à fait approprié, mais le projet de recherche a progressivement pris un tournant. Telle une sculpture de Jorge Oteiza, où les vides configurent les volumes de l'œuvre, les invisibilités ont commencé à résonner de manière plus retentissante que l'amoncellement de tout ce qui est occupé par le gay. Certes, au fur et à mesure de la réalisation des entretiens exploratoires, des nuances autour de l'omniprésence du gay ont émergé, d'autant plus que, même si les personnes interviewées étaient gays, elles évoquaient assez souvent la question LGBT+.

Tous les messages venaient renforcer ce qui avait été remarqué lors des premières observations exploratoires. En effet, le contraste entre le paysage humain du Gaixample pendant le Circuit Festival, gorgé de gays, et celui du cortège de la Pride ! Bcn, beaucoup plus diversifié, est devenu plus évident. Il est certain que la présence féminine à la Pride ! Bcn est beaucoup plus visible, et qu'il y avait également une participation notable d'autres pièces de l'éventail au-delà de la dualité de genre qui éveillait de propos tels que :

> *« le paysage est fait de présences et d'absences, d'éléments visibles et invisibles, ou non visibles »* (Nel·lo, 2007), p. 184 (T.A.)

En participant en tant qu'auditeur à deux colloques européens, l'un sur le tourisme et l'autre sur les géographies des sexualités, le champ de vision s'est ouvert au-delà de la « G » pour basculer vers le « LGBTQIA+ ». Quelques conversations informelles avec des chercheurs des universités de Girona, Barcelona, Cape Town et Angers, ainsi que du CNRS, que j'ai rencontrés à l'occasion d'échanges sur mon projet, m'ont également décidé à adopter une approche plus critique vis-à-vis de l'hégémonie touristique gay actuelle.

Ainsi, la décision d'élargir le champ de vision au-delà du gay et de prendre en compte l'ensemble du spectre LGBT+ a été prise.

Gay ou LGBT+, le défi reste d'essayer de saisir la subjectivité. De ce constat, l'option de la recherche qualitative, qui permet une analyse plus fine, s'impose. Elle prévaut avec ses qualités et ses limitations, notamment en ce qui concerne l'enjeu de la représentativité, étant donné que la recherche qualitative peut être significative mais elle ne peut pas être représentative face à une population impossible à recenser (Astudillo Lizama, 2022).

Certes, nous sommes confrontés à une population qui n'est pas recensée et les approximations sont très variables. Il s'agit d'une question très problématique, non seulement parce que la collecte des données n'est pas harmonisée, mais aussi parce que l'interprétation de ce que signifie être une personne LGBT+ est loin d'être universelle.

Une enquête récente réalisée dans 26 pays estime que la population LGBT+ représente environ 11 % de la population, bien que ce chiffre varie considérablement selon les pays et les tranches d'âge (Ipsos, 2024). L'Espagne se situe dans la moyenne des pays étudiés, tandis qu'aux Pays-Bas, la moyenne atteint 17 %, alors que le Japon, le Pérou, l'Afrique du Sud et la Corée du Sud enregistrent les taux les plus bas, autour de 5 %. En termes d'âge, l'identification est beaucoup plus élevée parmi les jeunes nés entre 1996 et 2012, avec une moyenne de 17 % sur l'ensemble de l'étude.

Ce manque d'informations concernant l'orientation sexuelle, les caractéristiques sexuelles, l'identité de genre et l'expression de genre, qui est générale pour l'ensemble de la population, est également transposé aux donnés touristiques, qui ne nous renseignent pas sur l'identité des touristes LGBT+, la communauté à laquelle s'identifient, leur origine, leur degré de visibilité ou leur adhésion à ce que l'on appelle le tourisme LGBT+.

La représentativité étant donc exclue, le défi consiste à trouver la manière d'accéder à un échantillon divers en profils et riche en propos, et à déployer les méthodes adéquates pour faire émerger leurs discours.

En fait, il s'agit de deux échantillons. Le premier est celui des résidents, considérés dans cette recherche comme la ressource principale, étant donné qu'ils sont ceux qui vivent sur le territoire à plein temps et que leur vision est celle qui manque le plus dans les études sur le tourisme. Cependant, ils seront également examinés en tant que personnes mobiles qui peuvent être des touristes en dehors de la ville. Le second est celui des touristes, non en tant que tels, mais en raison de leur croisement avec les résidents.

Le premier volet est celui de la population locale. Les résidents LGBT+, les acteurs locaux qui sont toujours là, mais à arrière-plan comme nous l'avons vu au chapitre 1, et qui, dans ce cas, doivent être mis en avant pour leur conférer une position centrale. Ils sont la base de la recherche, par conséquent il faut choisir une méthode par laquelle on puisse extraire d'eux le maximum d'informations significatives. Et bien que le but soit de saisir la socialisation, le point de départ est la subjectivité de chacun. C'est pourquoi le choix s'est porté sur des entretiens semi dirigés pour aborder cette étape. Il s'agit d'effectuer des conversations qui suivent un plan défini par quelques repères thématiques, mais qui se déroulent assez librement pour permettre à d'autres questions d'émerger. La vertu de cette méthode est que l'on peut parler avec une certaine profondeur de sujets qui sont généralement gardés

au fond de soi, à condition d'y accorder le temps suffisant et d'établir la confiance nécessaire pour les laisser remonter à la surface (Quivy & Van Campenhoudt, 1997).

Comme complément de la conversation orale, le dernier tiers de l'entretien consiste à réaliser une carte mentale de Barcelone pour compléter et nuancer les propos géographiques évoqués au cours de l'entretien. Cela leur permet de remémorer ce qu'ils ont déjà décrit, de le compléter et éventuellement de faire émerger de nouveaux sujets. En général, cela permet d'augmenter la précision des propos et de fournir des informations géographiques beaucoup plus parlantes.

Le deuxième volet consiste à prendre en compte les touristes LGBT+. En effet, il s'agit d'interpeller ces personnes qui viennent à Barcelone pour passer quelques jours ou quelques semaines de vacances, qui sortent de leurs routines quotidiennes pour vivre une expérience singulière.

Dans ce cas, ce qui est intéressant n'est pas l'expérience touristique au moment où elle se produit, mais lorsqu'elle est complètement terminée. Par conséquent, parler aux touristes pendant leur séjour à Barcelone n'avait pas de sens, car les questions que je voulais poser étaient probablement encore sans réponse au milieu de leur voyage, et n'obtiendraient peut-être une réponse que quelques jours plus tard, après notre éventuelle rencontre. Il fallait donc que j'aille à leur rencontre une fois l'expérience touristique achevée. L'option d'aller les chercher après leur séjour, lorsqu'ils sont à nouveau dispersés à travers le monde, s'est alors imposée. Pour ce faire, l'outil choisi a été un questionnaire en ligne. Celui-ci permet d'atteindre l'autre bout de la planète, à condition de bien trouver les canaux d'accès.

Outre les échantillons d'individus, il y a un troisième volet, celui des observations, un outil mixte relatif aux expériences des résidentes et des touristes. Il s'agit des observations d'espaces LGBT+ dans la ville, lorsqu'ils sont publiquement reconnus comme tels, ou d'espaces mentionnés par les personnes interviewées. Ce serait une sorte de vérification sur place de ce qui a été collecté. Cependant, il ne s'agit pas seulement de vérifier en ramassant les informations disponibles, mais aussi de produire des informations à partir d'indices, d'insinuations, de non-dits et de non-prévus (Hiernaux-Nicolas, 2000). Ainsi, les observations participantes ont permis de collecter des nouveaux éléments.

La démarche choisie est donc une méthodologie mixte qui implique de travailler avec des individus et de collecter auprès d'eux des données parfois sensibles, ce qui rend nécessaire la mise en place d'une politique rigoureuse en matière de gestion des données.

Une démarche prudente pour protéger le corpus informant

Hormis les questions de réflexivité qui seront exposées dans le paragraphe 3.4, plusieurs questions éthiques ont été soulevées lors du travail sur le terrain. En effet, l'une des premières décisions a été qu'au-delà du consentement du corpus d'informateurs, leur collaboration devait être altruiste. Les arguments pour les convaincre ont été l'intérêt collectif du sujet d'étude, la restitution avec une présentation publique des résultats de la thèse à Barcelone où ils seront tous invités et la politique mise en place pour garantir leur confidentialité. C'est ce dernier point qui est développé ci-dessous.

Des données jugées sensibles au sens du Règlement général sur la protection des données (RGPD) ont été collectés au cours de l'enquête. L'orientation sexuelle, l'identité de genre, le statut VIH et certaines pratiques sexuelles n'en sont que quelques exemples. En outre, d'autres sujets sensibles relatives aux habitudes quotidiennes, aux formes de socialisation ou aux parcours personnels ont été évoqués au

cours de la discussion. En effet, avoir été victime de harcèlement ou d'agression LGBT+phobe, ne pas avoir fait son coming-out, exprimer ses convictions politiques, professer sa foi, s'avoir sexe-exilé ou avoir été un migrant sans papiers sont des situations de vulnérabilité que certaines personnes du corpus informant ont confiées au chercheur sous la condition de l'anonymat.

Outre les sujets énumérés ci-dessus, d'autres éléments sensibles ont été fournis au cours des entretiens par l'élaboration d'une carte mentale dans laquelle certains des interviewés ont identifié, par exemple, leur lieu de travail ou de résidence ; parfois, ils ont donné des informations sur des tiers, comme l'identification de *« la maison de Leo »,* où Ares (30) rencontre ses amis queer ou le fait de nommer un quartier *« Eloi »* d'après le prénom de l'ancien petit ami de Gabriel (41) la signalisation d'espaces publics où se déroulent des activités non légales, telles que des raves ou des rencontres sexuelles en plein air ; ou encore l'indication de la maison de quelqu'un où l'on pratique le chemsex. Ces aspects sont d'autant plus sensibles qu'ils ont parfois été faits par écrit, avec une écriture éventuellement identifiable. C'est pour cette raison que, dans la plupart des cas, seuls des fragments des cartes mentales des personnes interrogées sont montrés.

Afin de garantir cet accord d'anonymat, une stratégie de gestion de données sensibles a été mise en place concernant la collecte et le traitement ultérieur des données. Cette stratégie couvre les trois modalités de collecte de l'information pour cette thèse : les entretiens, y comprises les cartes mentales, le questionnaire en ligne et les observations participantes. La finalité de cette stratégie est de garantir le droit des personnes à être informées de façon précise du traitement de leurs données et les limites de leur utilisation, ainsi que le droit d'accès pour une éventuelle rectification ou opposition, et d'être informées de toute faille dans la protection des données ou de la portabilité des celles-ci (Louail et al., 2022).

Le fondement légal de la collecte de données est principalement le consentement des personnes interviewées et de celles qui ont rempli le questionnaire. En ce qui concerne les personnes rencontrées lors des observations, puisqu'il été impossible de leur donner de longues explications ou de leur montrer l'avis de protection de donnés, le fondement est l'intérêt légitime de la recherche, le but scientifique de l'élaboration de la thèse. Toutefois, les personnes dont j'ai recueilli des propos et qui sont mentionnées dans la thèse ont été informées de mon statut de chercheur et de l'intention académique de ma présence sur les lieux et de mes questions. Cela a été faisable car les conversations avec eux ont été un peu plus approfondies que pour les autres.

L'anonymisation des personnes composant le corpus informant est la toute première étape de cette stratégie. L'option choisie pour ce faire a été l'utilisation de noms d'emprunt pour chacun d'entre eux, et ce pour l'ensemble des textes, y compris les transcriptions des entretiens, mais aussi pour les noms des fichiers. Ainsi, tous les identifiants personnels – prénoms, nom ou faux noms – des personnes interviewées, de celles dont les interviewées ont parlé, de celles qui ont rempli le questionnaire et de celles que j'ai rencontrées lors des observations participantes ont été remplacés par des noms d'emprunts afin de masquer leur identité.

Mais la pseudonymisation des personnes ne suffit pas à garantir l'anonymat et la confidentialité de leurs propos. Effectivement, les résultats de cette recherche seront diffusés sans qu'il ne soit possible de déterminer l'identité des personnes enquêtées, en étant vigilant à ce que le recoupement des informations ne permette pas de les réidentifier.

Éviter l'identification indirecte des personnes par la triangulation de donnés – par exemple en combinant l'âge, la profession et le lieu de résidence – est d'autant plus importante que le corpus informant comprend des prostitués, des agents d'autorité ou des personnes ayant une certaine notoriété publique dont la divulgation de l'identité pourrait entraîner des conséquences négatives.

Bien que l'anonymisation et la confidentialité soient très importantes, la collecte et l'exploitation des données doivent être licites, pertinents et proportionnés, sécurisés, transparents et limités dans le temps pour ce qui est de la conservation. Ainsi, la finalité de la collecte et du traitement se définie uniquement par l'élaboration de la thèse au sens large, y compris des articles et des communications scientifiques, et la vulgarisation des résultats de la recherche.

Aucun traitement particulier n'a dû être accordé à l'âge légal pour participer à une telle enquête, puisque tous les participants étaient âgés de plus de 18 ans. Pour les entretiens, l'accès à des groupes d'adolescents mineurs a été tenté mais n'a pas été possible, et pour le questionnaire en ligne, un texte d'avertissement indiquait :

> *« Si vous êtes français·e, vous devez être âgé·e de quinze ans ou plus. Si vous êtes d'une autre nationalité, vous devez avoir l'âge minimal requise pour répondre à des questionnaires sans le consentement de votre représentant de l'autorité parentale ».*

En ce qui concerne la légalité, une notice d'information (disponible dans les annexes) a été élaborée en dialogue avec la Déléguée à la protection des données du CNRS afin de s'assurer de la conformité du traitement avec le RGPD. Conformément à la réglementation française, le traitement est répertorié dans le registre de l'UMR 8504 Géographie-cités.

Sur le plan technique, les sauvegardes externes ont été privilégiés. En outre, tous les liens entre les documents anonymisés et les données authentiques existantes, par exemple dans le carnet de contacts du chercheur, ont été rompus. C'est pourquoi les courriels et les conversations par messageries échangés avec les personnes interviewés en vue de la réalisation des entretiens ont été supprimés.

Quant aux droits des personnes, le chercheur est resté accessible en maintenant plusieurs profils publics –toujours avec le nom complet et la même photo- sur les réseaux sociaux Linkedin, Twitter, Instagram et Meetup ; sur les messageries Whatsapp, Signal et Telegram ; sur les applications de rencontres Jack'd, Scruff, Adam4Adam et Chill ; sur la page personnelle du site web de l'UMR Géographie-cités ; ainsi que les adresses électroniques personnelles et académiques sur Gmail et dans les universités de Girona et de Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Tous ces moyens ont été utilisés pour entrer en contact avec le corpus informant et ont été conservés, dans la mesure du possible, tout au long de l'élaboration de la thèse. Les seuls dont les profils n'ont pas été conservés sont certaines applications de rencontre – Grindr, Recon, Wapo, Wapa, Her – auxquelles le chercheur s'est vu interdire l'accès, comme expliqué au paragraphe 3.3.c, ainsi que l'adresse @udg.edu, qui a été supprimée par suite d'un changement de statut du chercheur.

Les éventualités du moment : les enjeux de la Covid-19

Elle n'était pas attendue, mais la pandémie de Covid-19 s'est invitée à Barcelone et ailleurs. Cette éventualité a choqué la population et a eu un impact sur l'économie en générale. Elle a également entraîné des répercussions sur l'activité touristique, qui s'est brutalement stoppée le 15 mars 2020,

lorsque le gouvernement espagnol a fermé ses frontières et édicté des mesures de confinement[xxii]. Ces premières mesures fortes les trois premiers mois, jusqu'au 21 juin, ont été suivies par d'autres qui ont permis une certaine mobilité, certaines activités et l'ouverture de certains établissements jusqu'en mai 2023, date à laquelle les dernières mesures ont été levées.

Les mesures appliquées dans chaque pays ont été très dissemblables, ce qui montre les différentes manières d'exercer le biopouvoir par les États (Lapointe, 2022), voire par les régions dans le cas de l'Espagne, où les communautés autonomes détiennent les compétences en matière de santé.

Étant donné que le tourisme est une activité clé pour l'économie espagnole, le gouvernement a lancé le 18 juin 2020 la campagne *« Spain for sure »* pour attirer des touristes européens[xxiii], alors même que les résidents de Catalogne ne pouvaient pas sortir de leur commune ou de leur comarque[xxiv], ce qui pouvait donner l'impression de favoriser la mobilité des touristes au détriment de celles des résidents. Quoi qu'il en soit, a l'été 2020 l'activité touristique a repris timidement avec le port de masques de protection, les gestes barrières et les limitations de capacité dans les établissements et certains services de transports en commun. En tout, 18,9 millions de touristes internationaux ont visité l'Espagne en 2020, soit 77 % de moins que l'année précédente, et la plupart d'entre eux étaient déjà entrés dans le pays avant le 15 mars, date d'entrée en vigueur du premier confinement[xxv].

Bien que cela ait évidemment entravé l'enquête, la pause imposée par Covid-19 a également été une opportunité que j'ai essayé de mettre à profit.

Ainsi, la phase des entretiens, initialement prévue en 2020, ne démarrera définitivement qu'en 2021, lorsque la mobilité sera moins restreinte, que la peur de se rencontrer se sera estompée et que la maladie elle-même sera moins menaçante qu'auparavant. Avant de commencer les entretiens, les règles de Covid-19 à suivre ont été discutées et certains gestes barrières ont été établis, ce qui a parfois rendu la communication non verbale moins transparente et a entraîné des enregistrements de moins bonne qualité par la porte du masque. Au fur et à mesure que l'année 2021 avançait, ces règles auto-imposées ont été relâchées, en particulier lorsque le chercheur a été invité à se rendre au domicile des personnes interviewées.

L'enjeu est de parler de leur expérience vitale bien au-delà du moment présent, ce qui se déclenche toujours à un moment ou autre de chaque entretien, même si les limites du moment présent, en termes de mobilité, d'accès aux loisirs ou de possibilités de se rencontrer, se fassent sentir dans les discours. Gustavo, par exemple, parle ainsi de ses visites à un ami à Berlin :

> *« Lui et moi faisons beaucoup de choses sexuellement. Il n'est pas question pour moi de coucher avec lui, mais je sors avec lui et nous allons dans des saunas et d'autres lieux, et c'est tout. Quand c'était possible. Maintenant, c'est impossible »*[1] (Gustavo, 42 ans)

[xxii] Real Decreto 463/2020, décret par lequel l'état d'alarme est déclaré en afin de gérer la crise sanitaire occasionnée par la Covid-19. Boletín Oficial del Estado https://www.boe.es/buscar/pdf/2020/BOE-A-2020-3692-consolidado.pdf (consulté 20.03.2023).

[xxiii] Campagne de l'agence gouvernementale España Global https://www.youtube.com/watch?v=goVhJmIwzgw (consulté le 30.08.2023)

[xxiv] Le comarque est une administration propre de la région Catalogne qui compte 4 provinces, 42 comarques et 947 communes. Generalitat de Catalunya https://web.gencat.cat/ca/temes/catalunya/coneixer/ (consulté le 22.06.2023).

[xxv] OMT https://www.unwto.org/fr/tableau-tourisme/resultats-du-tourisme-mondial-et-regional (consulté le 22.06.2023).

Même si cette situation d'incertitude peut être un peu anxiogène, elle leur permet aussi de prendre du recul dans leurs analyses et d'affiner un peu plus leurs réponses sur une activité quotidienne qui, pour l'instant, l'est beaucoup moins, même si personne ne doute qu'elle reviendra, peut-être autrement. Mais malgré les contraintes, le système a ses failles, comme en témoigne Nico, par exemple, qui se décrit à plusieurs reprises comme quelqu'un qui vit la nuit :

> *« Ouh là ! Il y a toujours des trucs. Il y a encore des bars, là, clandestins. Genre, il y a encore des nuits clandestines organisées dans des endroits... Il y a des espaces qui continuent à le faire. Sinon, les raves qui sont organisées… Si tu veux, la nuit existe toujours. La nuit existe toujours »*[2] (Nico, 28 ans)

Ou encore Pol, un travailleur du sexe qui s'est lancé dans la prostitution pendant la pandémie malgré les confinements, les couvre-feux et la généralisation des gestes barrières, et qui attend avec impatience le retour à une vie touristique normale :

> *« Bien sûr, côté travail, tout le monde me dit... wow, avec le tourisme tu gagnerais beaucoup plus de fric... et moi... ouais, ben, bien sûr... je ne connais pas l'impact dans ce sens, n'est-ce pas ? en termes de travail, mais bon, d'après les expériences de certains de mes collègues, on m'a dit qu'en théorie, ce serait un changement assez radical. [Ainsi, tu es impatient du retour à la vie normale ?] Tout à fait. Vraiment, oui »*[3] (Pol, 28 ans)

Quant aux touristes, le questionnaire qui leur est accordé est assez long et comprend des questions ouvertes dans lesquelles ils peuvent évoquer, s'ils le considèrent opportun, la situation due à la Covid-19. Il comprend également une question sur le fait de savoir si leurs visites ont eu lieu avant la fermeture des frontières le 12 mars 2020, pendant la période de progression et de recul des restrictions, ou après le 8 octobre 2021, lorsque la vie nocturne sera presque entièrement ouverte.

Enfin, le travail d'observation est assurément enrichi par le fait que le cahier de notes comprend des observations avant, pendant et après les mesures fortes de la pandémie, ce qui confère au travail sur le terrain une dimension temporelle inattendue.

b Des entretiens avec les résidents LGBT+ : le principal atout

La première méthode déployée a consisté à mener des entretiens approfondis avec les résidents. Les deux conditions pour participer à cette phase de la recherche étaient, d'une part, qu'ils s'identifient comme des personnes LGBT+ et, d'autre part, qu'ils vivent à Barcelone. Au total, 49 entretiens (voir tableau 3.1).

L'accès au corpus informant s'est d'abord fait par l'intermédiaire des associations LGBT+, puis s'est diversifié avec une progression par boule de neige et quelques apports supplémentaires obtenus lors des observations participantes.

Tableau 3.1 Résumé des profils des personnes interviewées

Nom	Âge	Lieu de naissance	Je suis...	Nom	Âge	Lieu de naissance	Je suis...
Pere	71*	Espagne	Gay	Iker	34	Espagne	Gay
Jaume	66	Barcelone	Gay	Guido	33	Europe	Gay
Eulàlia	63	Barcelone	Femme trans	Atalanta	32	Europe	Lesbienne
Santiago	58	Amérique	Gay	Borja	31	Espagne	Gay
Enzo	56	Amérique	Gay	Ares	30	Espagne	Non binaire
Víctor	56	Banlieue	Gay	Arnau	30	Banlieue	Gay
Cristina	55	Barcelone	Lesbienne	Paula	30	Espagne	Lesbienne
Ferran	54	Barcelone	Gay	Álvaro	29	Barcelone	Asexuel
Mercè	53	Banlieue	Lesbienne	Marc	29	Espagne	Non binaire
Miquel	53	Barcelone	Gay	Sinae	29	Europe	Non binaire
Sergi	53	Barcelone	Gay	Nico	28	Amérique	Non binaire
Olga	51	Barcelone	Lesbienne	Pol	28	Barcelone	Gay
Abdó	47	Catalogne	Gay	Joel	27	Catalogne	Marica
Sandro	45	Europe	Gay	Sara	27	Catalogne	Lesbienne
Xevi	45	Catalogne	Non hétérosexuel	Adrià	26	Barcelone	Gay
Gustavo	42	Amérique	Gay	Cecília	25	Catalogne	Pansexuelle
Iván	42	Amérique	Marica	Jorge Enrique	24	Amérique	Gay
Gabriel	41	Europe	Gay	Mayo	24	Barcelone	Bisexuelle
Hélder	41	Europe	Gay	Kevin	23	Banlieue	Homme trans
Candi	40	Catalogne	Gay	Ari	22	Barcelone	Bisexuelle
Dave	40	Europe	Gay	Máxima	22	Amérique	Non binaire
Aleix	39	Catalogne	Gay	Théo	22	Catalogne	Homme trans
Esther	39	Barcelone	Lesbienne	Clara	21	Banlieue	Lesbienne
Salvador	38	Barcelone	Gay	Hauru	21	Barcelone	Bisexuel
Felipe	35	Amérique	Gay	***moyenne***	***38,2***		

Notes : Les personnes interviewées sont présentées sous leur nom d'emprunt par souci d'anonymat,

* indique un âge approximatif.

Dans la colonne « Je suis... », l'identité principale est librement exprimée, ce qui explique que les réponses ne sont pas homogènes en termes de genre et d'orientation sexuelle. Voir la fig. 3.1 pour plus de details.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Grosso modo, les conversations ont porté sur leur vie quotidienne, leur vécu et significations, en tant que personne LGBT+ à Barcelone, leurs représentations, leurs expériences en tant que touristes LGBT+, leur relation avec les touristes LGBT+ et, enfin, sur Barcelone en tant que destination de tourisme LGBT+ (fig. 3.8). Les entretiens ont été complétés par l'élaboration de cartes mentales sur les sites LGBT+ de Barcelone.

En tout, cinquante-quatre heures de conversations ont été enregistrées. Ces audios et les cartes mentales qui vont avec constituent le matériel issu de cette phase pour l'analyse.

Nous présentons ensuite un profil plus détaillé de l'échantillon, la manière dont nous y avons accédé et les conditions dans lesquelles les entretiens ont été menés, et enfin le contenu de l'entretien et la manière dont les cartes mentales ont été élaborées.

Un échantillon pluriel

Face à la question « Comment t'identifies-tu en tant que personne LGBT+ ? », certaines personnes savent clairement quoi répondre, tandis que d'autres ont besoin d'une explication longue et nuancée. Il s'agit d'une question ouverte et c'est donc à eux de choisir les mots de leur réponse.

De nombreuses personnes se reconnaissent dans plusieurs de ces épithètes. La figure 3.1 montre une approximation des combinaisons d'épithètes librement choisies par les résidents interviewés pour s'identifier en tant que personnes LGBT+. Cela montre que 17 personnes n'ont choisi qu'une seule épithète et que la majorité d'entre elles en ont choisi deux ou plus. Il montre également que les combinaisons mélangent l'orientation sexuelle ou l'absence d'orientation sexuelle, l'identité de genre ou l'absence d'identité de genre, et les caractéristiques sexuelles.

Fig. 3.1 Identités LGBT+ : Combinaison des deux épithètes principales choisies par les résidents interviewés

	Non binaire	Transexuel·le	Trans	Femme	Homme	Marica	Non Hét.	Queer	Asexuel·le	Pansexuel·le	Lesbienne	Bisexuel·le	Gay
Gay	3				5	5		1					13
Bisexuel·le	1		1	2	1				1		3		
Lesbienne	1			1	1						3		
Pansexuel·le			1							1			
Asexuel·le													
Queer	1												
Non Hét.	1				1								
Marica	1												
Homme													
Femme		1											
Trans													
Transexuel·le													
Non Binaire													

Parmi les 49 interviewés, 19 ont utilisé trois épithètes ou plus, souvent pour expliquer leur évolution. Seules les deux plus représentatives ont été retenues.

Les 17 personnes ayant choisi une seule épithète sont placées dans la case la plus à droite de chaque ligne.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

La plupart des hommes qui se sont définis comme ‘gays’ ou ‘homosexuels’ considèrent que ces deux mots sont plus ou moins interchangeables. Pour d'autres, les deux sont problématiques et ils préfèrent s'identifier comme ‘non-hétérosexuels’ ou ‘marika’, un terme émique ayant une charge politique anticapitaliste et égalitaire.

Du côté des femmes, le panorama est un peu plus complexe. L'une d'entre elles s'est décrite comme pansexuelle, trois comme bisexuelle, et sept des neuf qui se sont décrites principalement comme lesbiennes ont complété leurs réponses par d'autres étiquettes et de nombreux hésitations et nuances.

Peu de personnes trans ou queer sont très précises dans leur autodéfinition en termes d'orientation sexuelle, la plupart d'entre elles utilisant plus d'une épithète et laissant planer un certain doute, principalement en raison de leur gêne à l'égard des étiquettes. L'hétérosexualité a été exprimée par des personnes trans sans utiliser ce terme, par exemple par une femme trans qui manifeste son orientation sexuelle en disant qu'elle se sent attirée par les hommes.

Mais l'orientation sexuelle n'est pas le seul critère utilisé pour se définir par rapport au sigle LGBT+. Pour dix-sept d'entre eux, l'identité de genre est un atout important, notamment pour ceux qui se déclarent non binaires (8), queer (2), marica (6) et/ou trans (3). Ces derniers utilisent les termes ‘homme trans’, ‘femme trans’, ‘transgenre’, ‘transsexuel·le’ et ‘trans’, bien qu'ils soient problématiques pour certains d'entre eux. En effet, tandis que l'une utilise le terme ‘transsexuelle’ pour se définir et déclare avoir achevé sa transition en se soumettant à une chirurgie génitale, une autre affirme qu'il s'agit d'un concept dépassé que nous ne devrions plus utiliser.

La terminologie ‘homme cis’ ou ‘femme cis’ n'a été mentionnée spontanément que par huit personnes. Enfin, une personne s'est décrite comme asexuelle. D'autres termes tels que ‘intersexe’, ‘agenre’, ‘aromantique’ ou ‘hétérosexuel·le curieux·se’ n'ont été mentionnés par personne.

Certains biais sont courants dans ce type de travail, comme une proportion plus élevée d'hommes homosexuels, de jeunes et de personnes ayant suivi une formation universitaire. Tous ces éléments étaient attendus à l'avance et des précautions ont été prises pour les minimiser, bien que la visibilité prédominante de la population masculine dans la communauté LGBT+ ait été transférée à cet échantillon en tant que reflet de la société.

En quête de diversité, l'obtention d'un large spectre d'âge était également une priorité. Dans l'équilibre final, la population jeune est légèrement surreprésentée, mais une large représentation des personnes âgées de 21 à 71 ans a été obtenue, bien que le répondant le plus âgé n'ait pas explicitement indiqué son âge, qui est donc accompagné d'un astérisque (71*). L'âge moyen de l'échantillon est de 38,3 ans (fig. 3.2 et tableau 3.1).

En ce qui concerne le niveau d'éducation, il y a eu dès le départ un biais notable en faveur de la population universitaire (fig. 3.3). En effet, sur les quinze premiers entretiens, seuls trois ont été réalisés avec des personnes n'ayant pas de diplôme universitaire, tendance qui s'est légèrement corrigée au fur et à mesure de l'avancement de l'enquête, notamment lors de la phase par boule de neige.

Fig. 3.2 Les interviewés par tranches d'âge

Fig. 3.3 Niveau de formation des interviewés

Source des Fig. 3.2 et 3.3 : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Quant à la conception de Barcelone, elle n'est pas fixée par les limites territoriales de la municipalité, mais est conçue comme un espace fonctionnel perçu par des personnes qui, d'une certaine manière, se considèrent comme appartenant à la ville. Ainsi, bien que la plupart des personnes interviewées soient effectivement des résidents de la municipalité (43), quatre personnes qui vivent dans des communes de la première couronne – dont trois ont toujours vécu en périphérie- et trois qui vivent dans la région métropolitaine ont également participé à l'enquête (fig. 3.5). Ces derniers ont été inclus dans l'enquête parce qu'ils vivaient auparavant dans la ville et que, bien qu'ils habitent maintenant ailleurs, ils ont toujours un pied-à-terre dans la commune.

Fig. 3.4 Lieu de naissance des interviewés

Fig. 3.5 Lieu de résidence des interviewés

Source des Fig. 3.4 et 3.5 : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

La mobilité liée au lieu de résidence est très présente parmi les personnes interviewées. Seules 15 sont nées à Barcelone et 5 autres en banlieue proche, 8 dans d'autres parties de la Catalogne et 6 dans le reste de l'Espagne. Le reste des personnes sont nées dans quatre pays européens et cinq pays d'Amérique. Les parcours migratoires de certains d'entre eux sont plus complexes que ce qui est

présenté dans les figures 3.4 et 3.5. Seuls 9 d'entre eux ont vécu uniquement à Barcelone, tandis que les autres 40 ont eu des trajectoires parfois linéaires entre différents lieux, parfois avec des allers-retours à Barcelone ou dans d'autres lieux. En effet, en plus de leur lieu de naissance et de leur résidence actuelle à Barcelone, 12 ont vécu ailleurs.

L'échantillon reflète une notable diversité de lieux de résidence dans la ville, puisqu'ils habitent dans huit des dix districts existants. Chaque district est divisé en quartiers, dont beaucoup se distinguent par leur forte identité. Les participants vivent dans 21 des 73 quartiers de Barcelone, ce qui révèle une dispersion remarquable.

Enfin, tout au long de l'enquête auprès des résidents, nous nous sommes efforcés de rencontrer une large variété de profils LGBT+, d'assurer autant de groupes d'âge et de niveaux d'éducation que possible, et de couvrir un nombre important de quartiers de la ville. La diversité des profils atteints a facilité le processus de saturation, non seulement en raison de la présence des principaux profils LGBT+ – gays, lesbiennes, bisexuels et trans – mais aussi d'autres sphères telles que la non-binarité, le féminin ou les gaïtudes alternatives à l'homonormativité.

De la recherche aux rendez-vous

Assurément, des personnes LGBT+ vivent à Barcelone, mais nous ne disposons pas de données statistiques fiables à ce sujet, ni de registres des personnes LGBT+, qui sont par ailleurs interdits. Compte tenu de ces limites, la première option choisie pour accéder aux résidents a été de contacter des associations et d'autres groupes informels qui se présentent comme des associations LGBT+. L'idée était que la diversité des associations pouvait fournir un large éventail de profils. Pour éviter un discours de groupe, j'ai essayé de contourner les personnes les plus impliquées dans l'association, qui étaient d'ailleurs très majoritairement des hommes, et je leur ai demandé de transmettre mon message aux membres de leurs associations respectives.

Ainsi, 59 associations et groupes au total ont été contactés, dont 30 faisaient partie du Consell Municipal LGTBI de Barcelona[xxvi], un organisme rattaché au conseil municipal, et 30 faisaient partie du Consell Nacional LGTBI[xxvii], un organisme créé par le gouvernement de la Catalogne. Parmi ces dernières, certaines associations ne sont pas établies à Barcelone mais ont été contactées au cas où elles auraient des membres vivant dans la ville, ce qui était le cas. Outre les associations formelles, un certain nombre de groupes sur MeetUp, Linkedin, Facebook et d'autres réseaux – par exemple, des groupes rattachés à des centres civiques de quartier – ont également été contactés. Dans la plupart des cas, la communication s'est d'abord faite par courriel, mais l'action a été immédiatement suivie par téléphone, par les réseaux sociaux et même en les rencontrant sur place dans leurs bureaux ou lors de certaines activités publiques.

À l'issue de cette démarche, des entretiens ont été réalisés avec des personnes plus ou moins impliquées dans des associations sociales, culturelles, sportives, militantes LGBT+, politiques, professionnelles, scientifiques, d'action sociale, de santé, de développement personnel ou de personnes âgées. Certaines

[xxvi] Ajuntament de Barcelona https://ajuntament.barcelona.cat/lgtbi/ca/qui-som/consell-municipal-lgtbi/qui-el-compon (consulté le 30.04.2021).

[xxvii] Generalitat de Catalunya https://dretssocials.gencat.cat/ca/ambits_tematics/lgtbi/consell_lgtb/ (consulté le 03.08.2020).

sont dédiées à une communauté spécifique, comme les personnes trans, les femmes ou les personnes non-binaires.

Dans un deuxième temps, les méthodes d'accès se sont diversifiées. D'une part, le contact avec les associations et les groupes s'est poursuivi – ce qui a donné lieu à 31 entretiens – mais nous avons également commencé à progresser par boule de neige grâce à la collaboration de certaines des personnes interviewées, en ajoutant 10 participants supplémentaires. Enfin, l'échantillon a été complété par 8 personnes contactées lors des observations participantes ou par accès direct sur la base des informations reçues lors des entretiens précédents.

D'autres voies ont été explorées, comme l'utilisation de l'application de rencontres Jack'd pour contacter des résidents d'origine asiatique, ou le site de chat anonyme chueca.com pour contacter des personnes qui se disent 'hétérosexuelles curieuses'. Bien qu'il y ait eu des chances de succès, ces voies ont finalement été écartées afin de ne pas disperser les efforts. Il s'agit en effet d'une voie à fort potentiel (Caliandro, 2018), mais qui nécessite un investissement en temps beaucoup plus important.

En ce qui concerne les conditions de réalisation des entretiens, la plupart d'entre eux se sont déroulés en face à face, dans des lieux choisis par les personnes interrogées elles-mêmes. En effet, en règle générale, nous leur avons demandé s'ils avaient un endroit où l'enquêteur pouvait se rendre, tout en leur offrant la possibilité d'utiliser un centre civique dans le district de Sants. Il y avait toujours la possibilité de chercher d'autres endroits si cela ne leur convenait pas. L'objectif était de faciliter la rencontre mais, dans la mesure du possible, de leur laisser la décision, afin qu'ils se sentent le plus à l'aise possible. De ce fait, un grand nombre de rencontres ont eu lieu au domicile des personnes interrogées (15) ou sur leur lieu de travail (4). Le centre civique La Lleialtat Santsenenca (11) et le Centre LGBT+ de Barcelone (6) ont été utilisés à plusieurs reprises. Le reste s'est déroulé dans d'autres lieux associatifs (3), dans des bars (4) et dans des parcs (3). Seuls les trois derniers ont été réalisés en ligne en raison de l'impossibilité de fixer les rendez-vous pendant le séjour de l'enquêteur dans la ville (fig. 3.6).

Fig. 3.6 Lieux où les entretiens avec les résidents LGBT+ ont été réalisés

À tout moment, l'entretien en personne a été privilégié, bien que beaucoup aient été réalisés avec les gestes barrières imposés par la Covid-19.

23 % des entretiens ont été réalisés dans les locaux mis à disposition par la Lleialtat Santsenenca, 18 % au centre LGBTI et dans d'autres espaces associatifs, 39 % chez les interviewés ou sur leur lieu de travail, et 14 % en extérieur, dans des parcs ou sur les terrasses de bars, par commodité et/ou par précaution face au Covid-19.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Les entretiens ont été menés en catalan (27) et en espagnol (22), au choix des enquêtés eux-mêmes. Parfois, dans une situation de bilinguisme où la personne interviewée changeait de langue ou même mélangeait les deux. Parfois, en ajoutant des mots d'argot de certains milieux ou des anglicismes. Quant au genre neutre, il a été utilisé occasionnellement par un petit nombre d'interlocuteurs, et ce n'est qu'avec Ares (30) que l'ensemble de la conversation s'est déroulée entièrement sous cette forme de communication.

Plusieurs circonstances ont perturbé les entretiens, au-delà des imprévus qui peuvent normalement survenir. En particulier, l'impact de la pandémie de Covid-19 a été notable, comme mentionné dans la section 3.3.a, avec le respect des distances de sécurité ou l'utilisation de masques affectant la qualité des enregistrements, ou avec des reports définitifs ou des annulations en raison d'infections (fig. 3.7). D'autres circonstances plus délicates ont été, par exemple, l'indisponibilité mentale d'un des enquêtés, qui a mis plusieurs semaines à se sentir prêt à être interviewé. Il y a également eu deux refus de dernière minute sans aucune explication de leur part.

Fig. 3.7 Chronologie des entretiens et des événements de pandémie de Covid-19

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Des entretiens semi-dirigés pour comprendre leurs postures et leurs pratiques

Les entretiens se sont déroulés en trois temps (fig. 3.8). Le premier portait sur l'identité LGBT+ des personnes interviewées et sur leurs liens avec Barcelone. Dans le deuxième, elles ont été interrogées sur leur expérience de voyage en tant que personne LGBT+. Enfin, la question de la ville LGBT+ a été abordée et c'est à ce stade qu'une carte mentale a été élaborée.

Partir d'un sujet personnel comme l'identité sexuelle et de genre et leur vie quotidienne dans la ville nous a permis de connaître un peu la personne en face de nous et de la mettre dans une situation où elle devait s'exprimer à la première personne. Ceci était particulièrement important pour éviter que leurs propos ne basculent vers le collectif, en particulier ceux qui font partie d'associations et de groupes LGBT+, car ils ont tendance à parler au pluriel et à se dissocier très facilement de l'usage de la première personne.

Fig. 3.8 Plan d'entretien avec les résidents LGBT+

Source : Auteur.

Dans la plupart des cas, l'identité en tant que personne LGBT+ est un thème récurrent qui revient à plusieurs reprises et qui est enrichi et nuancé tout au long de l'entretien. Il en va de même pour leur vie à Barcelone et, par conséquent, pour les espaces de leur vie quotidienne dans leur contexte social.

« Aimes-tu voyager ? » et « As-tu voyagé ? » sont les questions qui ouvrent la deuxième partie de l'entretien. Il s'agit de parler de leurs voyages, de leurs expériences. Bien évidemment, chacun a les siennes, et elles sont très différentes, tout comme leur conception de voyager en tant que personnes LGBT+ et leur perception d'elles-mêmes par rapport à des notions problématiques telles que le 'tourisme gay' et le 'tourisme LGBT+'.

Cette approche permet d'aborder la question du tourisme tout en restant à la première personne et en évitant un discours anti-touristique qui pourrait bloquer la progression vers les sujets d'intérêt de la thèse. En fait, cette façon de structurer la discussion a été utilisée à partir du deuxième entretien, étant donné qu'avec la première personne interviewée, toute référence au tourisme ou aux touristes se transformait immédiatement en un discours anti-touristique, par exemple avec des observations comme celles-ci :

> *« J'ai toujours perçu le touriste comme un... comme un... c'est-à-dire, quand tu me parles de tourisme, ce qui me vient en tête, c'est l'image de moi avec ma valise en train de travailler et tout plein de gens autour de moi qui me gênent »*[4] (Xevi, 45 ans)

Dans cette partie, nous leur demandons donc de parler d'eux-mêmes en tant que touristes LGBT+ et des relations qu'ils ont pu avoir avec des personnes LGBT+ dans leurs destinations touristiques. Outre le fait qu'il s'agit d'une question à laquelle la plupart d'entre eux ne s'attendent pas, il n'est pas facile ou confortable pour certains d'y répondre, car peu d'entre eux se considèrent comme des touristes LGBT+ et encore moins ont réfléchi à leurs relations avec la population locale au cours de leurs voyages. Parfois, la mémoire met du temps à réagir. Ou encore, les personnes ont parfois besoin de temps pour

parler de certaines choses, surtout si elles ne sont pas perçues comme des explications ordinaires mais plutôt comme des confessions. C'est ce que l'on appelle l'induction émotionnelle, qui invite les enquêtés à se plonger dans leurs souvenirs et à ressentir l'émotion vécue à un moment donné, en favorisant une certaine désorientation temporelle qui leur permet de passer d'un souvenir à l'autre (Sauvayre, 2013). Mais cette auto-analyse les aide énormément à aborder la phase suivante de l'entretien.

En effet, dans la troisième phase, la question est inversée et il s'agit de savoir si, en tant que résidents de Barcelone, ils ont eu une quelconque relation avec des touristes LGBT+ lorsqu'ils ont visité la ville. Cette question en appelle d'autres, comme le type de relation, l'endroit où elle s'est déroulée ou si elle a eu un quelconque effet sur eux par la suite.

Enfin, tout recommence dans la quatrième partie, lorsqu'un plan de la ville est placé devant eux avec deux stylos de couleurs différentes dans les mains. L'un sert à écrire, dessiner, esquisser, scénariser leur ville LGBT+ personnelle, tandis que l'autre sert à situer la ville LGBT+ sociale dans laquelle ils vivent et/ou qu'ils perçoivent. Ce dernier point soulève également la question des sites touristiques LGBT+.

Pour terminer, une question totalement ouverte leur a été posée pour savoir s'ils souhaitaient revenir sur l'un ou l'autre des points traités. Les réponses, comme toujours, ont été très variées, allant de ceux qui ont dit qu'ils n'avaient rien à ajouter à ceux qui ont parlé pendant une demi-heure de plus.

Des cartographies personnelles pour mettre en avance la dimension spatiale

Bien que toutes les personnes interrogées aient utilisé les termes espace, lieu, territoire et d'autres termes éminemment géographiques, ainsi qu'une longue liste de toponymes, la dimension spatiale dans le discours de beaucoup d'entre eux est restée vague et imprécise dans de nombreux cas. C'est pourquoi des cartes mentales ont été utilisées pour mieux comprendre comment les personnes interrogées représentent l'espace LGBT+, d'un point de vue à la fois intime et social. Nous avons demandé aux enquêtés de localiser leurs sites LGBT+, les sites LGBT+ de la ville et, enfin, les sites touristiques LGBT+.

L'utilisation de cartes mentales pour mise en forme des représentations spatiales des enquêtés est une stratégie assez répandue en géographie (Toureille, 2016). Dans le cas présent, cela s'est avéré positif pour au moins trois raisons :

- D'abord parce qu'elles sont utiles pour récupérer et détailler des informations qu'ils ont déjà présentées plus tôt dans l'entretien, mais l'utilisation de la carte leur permet de clarifier des informations ou d'être plus précis.
- Deuxièmement, ils contribuent à activer leur mémoire. Dans la quasi-totalité des cas, ils activent un levier qui leur permet de se souvenir de lieux et de situations et donc d'ajouter de nouvelles informations.
- Enfin, ils leur permettent d'évoquer la dimension territoriale de leurs propos, éventuellement limitée à un niveau non spatial jusqu'alors.

C'est le cas de Borja, qui, carte en main, a considérablement enrichi son discours en faisant preuve d'une formidable topophilie (Img. 3.1).

Img. 3.1 Exemple de carte mentale riche en informations personnelles et collectives

Source : Carte mentale réalisée par Borja, 31 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en juillet 2021.

Pour les passionnés de cartographie, cet exercice constitue un véritable divertissement et ils positionnent avec précision une multitude de détails qui, accompagnés des explications orales, apportent une grande richesse d'informations.

À la fin, Borja a soulevé la question de savoir si je disposais de la bonne réponse afin de pouvoir comparer ce qu'il avait dessiné. Ce n'est cependant pas le cas, car je cherche justement les réponses à travers leurs contributions

Img. 3.2 Exemple de carte mentale réalisée par un interviewé peu enclin à dessiner

Source : Carte mentale réalisée par Père, 71* ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en décembre 2020.

Pere, contrairement à Borja, ne se prête pas au jeu de dessiner sa carte mentale. Cela ne l'empêche cependant pas de poursuivre son discours ; bien au contraire, il fournissait déjà une grande quantité d'informations géographiques lors de l'entretien et, avec la carte sous les yeux, il a continué à détailler des éléments sans toutefois les retranscrire sur papier. D'où l'importance de considérer cet exercice comme une partie intégrée de l'entretien et de continuer à enregistrer la conversation

Mais pour d'autres, sortir une carte devient un problème et crée une grande insécurité. Dans ces cas, j'ai immédiatement réagi en disant des choses comme *«* Ne t'inquiète pas, je vais t'aider *»*. Cette aide a consisté à les assister pour localiser les lieux qu'ils verbalisaient, mais en aucun cas il ne s'agissait pour moi de prendre moi-même le stylo pour effectuer le travail à leur place, ce que j'ai d'ailleurs dû faire lors des trois entretiens en ligne. Pour certains d'entre eux, cette aide a été la bienvenue, tandis que pour d'autres, elle n'a pas apaisé leur anxiété ou ils ont continué à résister. C'est le cas de Père (71*), qui avait fait un discours très riche et précis en termes géographiques, mais qui ne l'avait pas transposé sur la carte (Img. 3.2).

Nous avons travaillé sur un fond de carte de la ville de Barcelone avec quelques toponymes de référence. Dans tous les cas, avant de commencer, j'ai mentionné quelques endroits repères sur la carte pour m'assurer qu'ils savaient comment l'interpréter, même avec les plus avertis. Il y avait deux raisons principales pour faire cela sans risque de les vexer. La première étant que la carte utilisée était plutôt muette, une option choisie pour éviter le bruit d'une carte déjà trop chargée et, surtout, qui ne montrait pas les éléments LGBT+ connus pour leur permettre d'apporter des réponses vraiment personnelles. La deuxième raison est que les Barcelonais sont habitués à voir la carte de la ville avec le nord-ouest en haut. En effet, c'est la façon la plus courante de représenter la ville entre la mer, qui se trouve au sud-est en bas, et la montagne de Collserola, qui se trouve au nord-ouest en haut. Cependant, la cartographie que j'ai utilisée et développée montre toujours le nord en haut.

Points, lignes, traits, aires, tracés, dessins, symboles, mots écrits, etc. Chacun déploie ses propres ressources pour dessiner sa carte. Il y a aussi ceux dont les questions les renvoient à la dimension temporelle de la mémoire et utilisent des dates.

Mais, là encore, chacun interprète les questions posées à sa manière. Ainsi, situer leurs propres lieux LGBT+ et les lieux LGBT+ de la ville est très évident pour certains, mais pas du tout compréhensible pour d'autres. Dans de nombreux cas, leurs interprétations, leurs explications orales et leurs transpositions sur papier confirment que :

> *« Les cartes articulent des propos qui sont façonnés par les relations sociales, les discours et les pratiques, mais ces propos les influencent également à leur tour. Par conséquent, les cartes (et les atlas) sont toujours politiques »* (Halder & Michel, 2018), p. 15

Certes, la notion de lieu LGBT+ n'est pas homogène parmi les enquêtés. Le choix de les laisser libres d'interpréter la formulation des questions pose le problème du passage de ces différences sur les cartes qui ne permet pas une lecture directe et harmonisée. En revanche, leurs interprétations sont très riches en informations. D'autant plus que pendant qu'ils dessinaient, l'enregistrement se poursuivait, de sorte que leurs réflexions sur le sujet étaient également enregistrées.

En fait, les entretiens tentent de rassembler toutes ces visions relatives à l'individu et au social, au touristique et au non-touristique, au LGBT+ et au non-LGBT+, avec toutes leurs nuances, leurs gris et leurs contradictions, pour tenter de saisir le sens des choses et, surtout, leur dimension spatiale.

c *Un questionnaire pour saisir l'expérience touristique*

La deuxième méthode utilisée dans cette thèse a été un questionnaire en ligne. Dans ce cas, il s'adressait aux personnes LGBT+ qui ont visité la ville de Barcelone entre 2017 et le moment où l'enquête a été menée, en 2022.

Au total, 135 personnes de 36 nationalités et résidant dans 28 pays de cinq continents ont répondu à l'ensemble du questionnaire dans l'une des trois langues disponibles, à savoir l'anglais, le français et l'espagnol.

Les principales stratégies pour contacter ces personnes ont été le contact direct par le biais d'applications de rencontre et le contact indirect à travers des associations ou des entreprises LGBT+.

Tout d'abord, elles ont été interrogées sur leur identification en tant que personnes LGBT+ et sur l'idée qu'elles se font d'une destination de tourisme LGBT+. Venaient ensuite les questions sur leur(s) voyage(s) à Barcelone, en termes de LGBT+, à propos de leurs expériences, des lieux qu'ils ont visités et des personnes qu'ils ont rencontrées.

Une large majorité d'hommes gay et occidentaux, mais tout de même

Bien qu'il n'existe pas de statistiques fiables sur le tourisme LGBT+, comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons essayé de faire correspondre au mieux l'échantillon au profil des touristes ordinaires qui visitent la ville de Barcelone avec les biais que nous connaissons sur le tourisme LGBT+.

Ainsi, nous constatons que la plupart des répondants vivent dans dix-sept pays européens, ce qui répond à la logique de proximité du tourisme, mais nous avons également réussi à attirer l'attention de visiteurs résidant dans onze autres pays non européens (carte 3.1).

Outre les Espagnols, les quatre premiers groupes de touristes ordinaires à Barcelone sont les Français, les Italiens, les Britanniques et les Allemands, avec une part de 29,7 % en 2022[xxviii] un pourcentage proche des 31,6 % des répondants au questionnaire de ces quatre pays. Un autre groupe notable est celui des États-uniens, qui représentent 19,9 % des répondants, un pourcentage beaucoup plus élevé que les 6,5 % touristes ordinaires des États-Unis qui ont visité la ville. Cette différence s'explique probablement par la forte présence de touristes de ce pays sur le marché LGBT+ et à un événement comme le Festival du Circuit (Prat Forga, 2014) (Guaracino, 2009).

L'échantillon par nationalité montre, par rapport au lieu de résidence, une diversité un peu plus grande de pays asiatiques et latino-américains. Il s'agit de résidents en Europe et aux Etats-Unis de diverses nationalités asiatiques et d'autres pays américains. En fait, la nationalité est une question qui est rarement posée dans les questionnaires touristiques. Généralement, la question utilisée se réfère au pays de résidence ou est formulée de manière ambiguë, comme *« d'où venez-vous ? »*, ce qui laisse la réponse au libre arbitre du touriste.

[xxviii] Données de l'Observatoire du tourisme à Barcelone www.observatoriturisme.barcelona/ca (consulté le 07.08.2023)

Fig. 3.9 Orientation sexuelle des touristes enquêtés

	Hét. curieux·se	Queer	Asexuel·le	Pansexuel·le	Lesbienne	Bisexuel·le	Gay
Gay		2	1	2		4	96
Bisexuel·le	1			1		8	
Lesbienne			1	3	11		
Pansexuel·le	1						
Asexuel·le			3				
Queer		1					
Hét. curieux·se							

Alors que seulement 35 % des résidents interviewés ont choisi une seule épithète, parmi les touristes enquêtés via questionnaire, le pourcentage est de 88 %

Les personnes ayant choisi une seule épithète sont placées dans la case la plus à droite de chaque ligne.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Fig. 3.10 Identité de genre des touristes enquêtés

Alors que les touristes répondant au questionnaire disposaient d'un dépliant leur proposant différentes options pour cette question, les personnes interrogées lors des entretiens devaient répondre à une question ouverte. Cette différence méthodologique explique le pourcentage élevé de répondants s'identifiant comme cisgenre (82 %) contre seulement 22 % parmi les interviewés, qui devaient le mentionner spontanément.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Fig. 3.11 Touristes LGBT+ enquêtés selon leur âge

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Ainsi, pour 20,6 % des personnes de cet échantillon, le pays de résidence ne correspond pas au pays de nationalité. Ces données ne fournissent qu'un aperçu de la situation actuelle, mais révèlent la complexité du parcours migratoire de chaque personne interrogée par rapport au fait d'être LGBT+ (Blidon, 2017).

Carte 3.1 Pays de résidence et orientation sexuelle des touristes enquêtés ayant visité Barcelone

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone et la ILGA World Database pour les informations légales sur l'homosexualité (données de novembre 2024).

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

En termes de milieu géographique, un tiers vit dans des agglomérations de plus de 3 millions d'habitants, un tiers dans des villes de 500.000 à 3 millions d'habitants, et le tiers restant dans des villes moyennes, des petites villes ou des villages (carte 3.2).

Si l'on a beaucoup parlé des facilités que la ville offre aux personnes LGBT+, cette répartition selon la taille de la ville ne se traduit pas directement dans l'accès aux loisirs LGBT+. Ainsi, on trouve des enquêtés dans des petites localités comme Prémery, dans la Nièvre, de moins de 2.000 habitants, mais à moins de trois heures de villes comme Orléans ou Paris. A l'inverse, on trouve des grandes villes où l'offre est faible ou inexistante, comme Singapour ou Moscou.

En termes d'identité personnelle, le marché du tourisme LGBT+ est largement dominé par les hommes homosexuels et cisgenres. Face à ce constat, le défi consistait à obtenir au moins 25 % de réponses de personnes ne correspondant pas à ce profil et à prendre des mesures en cas d'écarts significatifs.

Carte 3.2 Lieu de résidence des touristes enquêtés selon le type d'agglomération

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone et la ILGA World Database pour les informations légales sur l'homosexualité (données de novembre 2024).

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

Pour répondre à la question sur l'orientation sexuelle, les répondants avaient le choix entre sept catégories et la possibilité d'en ajouter une autre. Au total, 89,7 % des répondants se sont identifiés à une seule catégorie, contre 13 qui en ont choisi deux et un qui en a choisi trois. Une grande majorité (70,5 %) s'est définie comme étant gay (fig. 3.9).

Il s'agit d'un écart important par rapport à la réalité de ce que doit être la population LGBT+, mais moins important que les enquêtes menées dans le cadre de la Gay Pride de Sitges 2011 (Diputació de Barcelona i Gesop, 2013) et du Circuit Festival 2012 (Prat Forga, 2014), où les gays représentaient 80 % des personnes interrogées.

Pour la question sur le genre, l'approche était similaire, avec sept réponses proposées et une réponse ouverte. Dans ce cas, le biais était très marqué pour ceux qui se définissaient comme des hommes cisgenres (70,3 %) (fig. 3.10). Dix répondants ont utilisé des choix multiples pour combiner 'queer' ou 'non-binaire' avec d'autres catégories.

Quant à l'âge, l'âge moyen des répondants est de 40,3 ans. La plus jeune répondante est une lesbienne lyonnaise de 19 ans, et les plus âgés sont un Français gay non binaire, une personne queer et asexuelle

du Royaume-Uni et un homme gay cisgenre du Canada, tous trois âgés de plus de 80 ans (fig. 3.11).

Le biais le plus marqué dans l'échantillon est le niveau d'éducation : 92,3 % des personnes interrogées ont fait des études supérieures, tandis que 5,2 % ont fait des études secondaires et 2,2 % ont obtenu un certificat de fin d'études. Cet écart a également été détecté lors de la phase des entretiens, mais si des mesures correctives ont été appliquées à cette occasion, cela n'a pas été possible pour le questionnaire.

Globalement, nous avons reçu des formulaires de toutes les tranches d'âge et d'origines géographiques très diverses, avec toutefois un poids plus important des pays européens proches et des Etats-Unis, ce qui répond à la dynamique du tourisme qui nous concerne. Quant aux profils LGBT+, les participants répondent aux variables souhaitées en termes d'orientation sexuelle et d'identité de genre, avec une déviation vers les homosexuels masculins en dessous du seuil maximum souhaité.

Enquêter en ligne pour aller plus loin et en trois langues pour atteindre plus de personnes

Le lancement d'un formulaire en ligne en trois langues a été l'option choisie car, pour cette étude, il était prioritaire d'obtenir des réponses lorsque l'expérience touristique était déjà complètement achevée. Le défi était donc d'accéder aux anciens touristes une fois qu'ils n'étaient plus à Barcelone. Des personnes anonymes, dispersées dans le monde entier, sur lesquelles on dispose de peu de données, bien que l'on sache quelque chose sur elles. Nous disposons, par exemple, de données sur l'origine des touristes ordinaires dans la ville ou sur le profil type du touriste LGBT+. Ces données suggèrent que nous devrions concentrer nos efforts sur certains marchés et moins sur d'autres.

Plusieurs stratégies ont été déployées pour accéder à ces personnes. D'une part, des contacts indirects par le biais d'associations, de centres LGBT+ et d'entreprises. D'autre part, le contact direct avec les personnes concernées en utilisant les technologies numériques. Ces actions sont menées tant dans la destination touristique que dans les lieux d'origine des touristes (Tableau 3.2).

Le volet d'accès indirect dans leur pays d'origine s'est fait par le biais de courriels et de messages sur les réseaux sociaux – en particulier Instagram, Twitter (désormais X) et Facebook – auprès d'associations, d'entreprises et de centres LGBT+. Au total, 501 correspondants de 65 pays et 20 organisations supranationales. Dans ces messages, nous leur avons demandé de distribuer le lien vers le questionnaire et un flyer avec un code QR pour accéder au questionnaire (Img. 3.3).

Tableau 3.2 Canaux de diffusion du questionnaire

	Contact direct	Contact indirect
À Barcelone	Applications de rencontres	Flyers en papier affichés dans des établissements LGBT+ ou sur des panneaux d'affichage dans la voie publique
Dans les lieux d'origine des touristes	Applications de rencontres (deuxième contact) Chats LGBT+	Courriels et messages sur les réseaux sociaux d'associations, d'entreprises et de centres LGBT+

Source : Auteur.

Fig. 3.12 Usage d'applications de rencontres pour contacter des touristes LGBT+

Source : Auteur.

Img. 3.3 Flyer posté en face de l'Axel Hotel

Auteur : © Jordi Calabuig Serra, juillet 2022.

Un autre moyen d'accès indirect a été la distribution de ce flyer sur papier. Certains correspondants l'ont placé dans leurs locaux et dans 48 établissements de Barcelone, en particulier dans le quartier du Gaixample, ainsi que dans des lieux publics. Il y avait deux versions : la version envoyée invitait à remplir le questionnaire, tandis que la version affichée à Barcelone invitait à garder le lien pour le remplir quand ils quitteraient la ville.

Une deuxième stratégie a été développée pour accéder de façon directe à des correspondants potentiels. Il s'agissait de contacter des touristes LGBT+ pendant leur séjour à Barcelone par le biais d'applications de rencontres. Leur présence sur ces applications indiquait qu'il s'agissait de personnes LGBT+. Pour les reconnaître en tant que touristes, certaines applications le démontrent par l'icône « en voyage » ou par l'indication de leur lieu de résidence. Les personnes dont on soupçonnait qu'elles étaient probablement des touristes ont été contactées avec un message du type :

> « *Salut, je suis en train de faire une étude sur le tourisme LGBT+ à Barcelone. Je vais lancer prochainement un questionnaire en ligne auprès des personnes qui ont visité la ville.*
>
> *Si tu me le permets, je vais garder ton contact pour te l'envoyer. Si tu n'en as pas envie, bloques-moi et c'est tout* 💁 .
>
> *Merci* 😊 »

Lors que le questionnaire était actif, le message a été changé pour leur indiquer qu'ils devraient y répondre dès leur départ. La géolocalisation permettant de voir quand ils ont quitté la ville, nombre d'entre eux ont été recontactés afin qu'ils n'oublient pas de répondre au questionnaire et de le distribuer à leur tour.

En tout, 1.172 personnes ont été contactées une fois et 682 au minimum deux fois. Ce décalage entre les deux chiffres est plutôt dû au fait que certaines applications – Grindr, Wapa, Wapo, Her et Recon – ont considéré cette pratique comme non conforme aux normes et le chercheur en a été banni. Il n'était donc plus possible de récupérer les conversations. En revanche, Jack'd et Scruff se sont avérés fort utiles, non seulement parce qu'ils ont été les plus recontactés (89 % et 94 %), mais aussi parce que les utilisateurs se sont montrés beaucoup plus sensibles au projet de recherche, en entamant des conversations, en bloquant moins la conversation après le premier contact et en se montrant moins figés quant à la nature sexuelle des applications, comme c'était davantage le cas pour les usagers de Grindr. En effet, de nombreux contacts commençaient par un message plus ou moins fixe, mais se transformaient ensuite en conversations individuelles, ce qui faisait de cette quette un mécanisme plutôt artisanal.

Nous avons choisi de diversifier les applications utilisées afin d'obtenir un plus large éventail de profils, de communautés intra-LGBT+, de milieux culturels et même d'ethnies. De plus, nous avons pensé que cette diversité pourrait nous aider à contourner les stéréotypes et normativités dominants dans les applications de rencontre, en particulier en ce qui concerne les masculinités hégémoniques (Langarita et al., 2022). Enfin, pour corriger le biais dû à la quasi-absence d'Espagnols dans l'échantillon au cours des premiers mois, le chat chueca.com a également été utilisé pour distribuer le questionnaire.

Le questionnaire était disponible en trois langues – anglais, espagnol et français – les mêmes langues que celles utilisées dans les applications de rencontre pour contacter les répondants potentiels. Sur le plan technologique, le logiciel Sphynx fourni par l'infrastructure numérique de recherche Human-Num du CNRS a été utilisé.

Au total, les répondants ont consacré 34,4 heures à l'enregistrement de leurs réponses, avec une moyenne de 15,2 minutes. En dehors des extrêmes – 5,7 minutes pour le plus rapide et 65,2 minutes pour le plus lent –.

Cerner le voyage LGBT+ par les lieux et les gens

Le « Questionnaire auprès des touristes LGBT+ ayant visité Barcelone » est constitué par 130 questions organisées en un bloc de permissions, sept blocs de contenu et deux blocs d'informations personnelles (voir le tableau 3.3 en guise de résume et l'annexe pour le questionnaire complet).

Il s'agit d'un long questionnaire conçu pour recueillir des informations significatives à propos des séjours des répondants à Barcelone d'un point de vue LGBT+. En ce sens, les lieux fréquentés et les relations avec d'autres personnes LGBT+ – résidents ou touristes – étaient les principaux sujets abordés. Les thèmes traités sont tirés de la littérature académique sur les relations entre les touristes et la population locale, mais ont été enrichis et rendus beaucoup plus concrets par les contributions des résidents lors des entretiens. Il s'agissait donc de faire émerger certains sujets typiquement traités dans le milieu académique, mais aussi de contraster certains propos tenus par les personnes interviewées.

Tableau 3.3 Blocs du questionnaire en ligne

	Blocs	Questions		Arguments
		principales	autres*	
1	Acceptation	1		À propos de la collecte de données à caractère personnel
2	Vous et le monde LGBT+	3	2	Identification personnelle par rapport aux sigles LGBT+
3	Destinations touristiques LGBT+	19		Questions sur les destinations touristiques LGBT+ ou LGBT+friendly
4	Vos visites à Barcelone	7	2	Souvenir des voyages réalisés à partir de 2017
5	Vos lieux LGBT+ à Barcelone	12	3	Barcelone comme destination LGBT+ et les lieux identifiés comme LGBT+
6	Les gens de Barcelone	25	4	À propos des résidents LGBT+ avec lesquels ils ont échangé : profils, lieux, pratiques et attitudes
7	Les autres touristes	17	4	À propos des autres touristes LGBT+ avec lesquels ils ont échangé : profils, lieux et pratiques
8	Sécurité et satisfaction	19	2	Homophobie, discriminations, attentes et satisfaction
9	Pour terminer	6		Origine géographique, niveau d'études, âge
10	Et maintenant, la dernière…	4		Données personnelles au cas où ils accepteraient d'être interviewés pour approfondir l'information

Note : Autres* fait référence à des questions ouvertes du type *« Autre (veuillez spécifier) : »*
Source : Auteur.

Bien que l'itinéraire le plus long ait consisté à remplir la quasi-totalité du questionnaire, la personne qui a répondu au plus grand nombre de questions a répondu à 106, et celle qui a répondu le moins, à 56.

Initialement, l'idée était de rechercher des personnes ayant visité la ville au cours des trois dernières années, mais avec la rupture brutale de la pandémie de Covid-19, cette période a été étendue afin de remonter aux années antérieures et d'éviter 2020. Il est certain que le fait que les visites aient eu lieu récemment ou plus anciennement a des effets positifs et négatifs. Sur le long terme, le principal problème est que la mémoire peut être plus défaillante. En ce qui concerne les visites récentes, il convient d'empêcher les personnes de répondre pendant leur séjour.

La phase de terrain avec les touristes repose sur l'hypothèse que les résidents LGBT+ et les touristes ont plus d'affinités entre eux que les résidents LGBT+ n'en ont avec les touristes ordinaires ou que les touristes LGBT+ n'en ont avec les résidents ordinaires. Et que cette proximité, due au fait LGBT+ partagé, est un élément essentiel pour comprendre les interactions dans la destination qui favoriseront les relations entre les personnes LGBT+ et la conception d'une certaine territorialité LGBT+.

À cet égard, quatre grandes questions émergent. Tout d'abord, deux questions assez proches de la sociologie, voire de la psychologie, comme celle de savoir si les personnes LGBT+ entretiennent davantage de relations avec d'autres personnes LGBT+ en raison d'une plus grande proximité entre elles et si les touristes et les non-touristes, en l'occurrence les LGBT+, agissent comme deux bulles distinctes

au sein de la destination. Ensuite, d'un point de vue purement géographique, il semble pertinent de se demander quelles dimensions spatiales prennent les relations entre touristes et résidents LGBT+. Enfin, il serait pertinent de se demander s'il reste quelque chose de toutes ces relations après le voyage.

d Observations in situ en quête de vérification et de témoignages supplémentaires

Toutes les personnes interviewées lors de la phase d'entretien fréquentent des lieux auxquels elles attribuent un certain sens LGBT+, même si elles ne vont pas jusqu'à les qualifier de lieux LGBT+. Et toutes, sans exception, sans même que la question leur soit posée directement, ont évoqué le fait de se promener dans la ville. Habiter un lieu, c'est aussi « transiter » et 'se rendre'.

La troisième méthode déployée dans cette thèse consiste précisément à se rendre dans les lieux LGBT+ et observer. Aussi bien les lieux qui sont promus comme tels que ceux évoqués par certaines des personnes interviewées et/ou mentionnés par les touristes lorsqu'ils ont répondu au questionnaire.

Le lieu comme point de rencontre ou comme lieu où se retrouvent les personnes LGBT+, qu'elles soient résidentes ou touristes. Il s'agit de se rendre sur place et d'observer comme méthode de collecte de données sur ce qu'est le lieu et leur ambiance, mais surtout sur les pratiques qui s'y déroulent de la part du groupe social étudié.

Au total, vingt observations ont été réalisées entre juin 2019 et mars 2023 (tableau 3.4).

Sillonner les lieux pour mieux comprendre les gens et l'espace

Étant donné que la dimension spatiale est un élément clé de cette thèse et que se rendre sur les sites était faisable, les visites sur place ont été considérés comme une occasion à ne pas manquer. Initialement, les observations ne devaient que compléter les entretiens et le questionnaire, mais elles ont finalement joué un rôle beaucoup plus important que prévu.

Les observations ont commencé dès le début de ce travail, avant même que les entretiens ne soient entamés, d'abord comme un moyen d'explorer le terrain et d'entrer en contact avec le sujet, mais évoluant progressivement vers d'autres fonctions.

L'objectif de l'observation initiale était de se rendre dans des lieux communément désignés comme LGBT+. La carte « Visit Barcelona LGBTIQ+. The official map » publié par l'association ACEGAL d'entreprises LGBT+ et Turisme de Barcelona, répertorie déjà certains des principaux lieux, du moins d'un point de vue commercial. D'autres références peuvent être géoréférencées par des études académiques de Barcelone sur la question gay (Langarita Adiego, 2014), le tourisme en général (Palou i Rubio, 2011) ou d'autres sujets plus ciblés comme le sentiment de sécurité (Ortiz Guitart, 2005). D'autres publications non académiques sont également illustratives, comme le livre Ploma i Marabú sur le mouvement LGBT+ dans la ville (Morales & Pollina, 2018).

Tableau 3.4 Observations et observations participantes avant, durant et après la Covid-19

Observations pre-Covid-19		Date	Description
1	Établissement privé	07.06.2019	Site du festival de cinéma gay et lesbien
2	Poble Sec et Montjuïc	29.06.2019	Marche des fiertés et fête nocturne
3	Gaixample	08.08.2019	Le quartier LGBT+ pendant le Circuit Festival
4	Mar Bella	26.08.2019	Partie gay de la plage nudiste
5	Sant Antoni et Raval	15.09.2019	Quartiers secondaires avec offre commerciale LGBT+
6	Établissements privés et Montjuïc	23.09.2019	Lieux de rencontre gay en intérieur et en plein air
Période de confinements		**Date**	**Description**
7	Eixample et Ciutat Vella	25.06.2020	Barcelone confinée et sans touristes
8	Sants	26.08.2020	Fête alternative du quartier
9	Mar Bella	04.09.2020	Partie gay de la plage nudiste
10	Gaixample	21.07.2021	Le quartier LGBT+
11	Gòtic, Born et Barceloneta	22.09.2021	Des quartiers de tourisme ordinaire
12	Montjuïc	27.09.2021	Lieux de rencontres
13	Raval et Poble Sec	28.09.2021	Quartiers secondaires avec offre commerciale LGBT+
14	Espaces numériques géolocalisés	30.09.2021	Applications de rencontres depuis plusieurs endroits
15	Mar Bella	07.10.2021	Partie gay de la plage nudiste
16	Etablissement privé	08.10.2021	Club gay nocturne
Observations post-Covid-19*		**Date**	**Description**
17	Gaixample	06.08.2022	Le quartier LGBT+
18	Sant Antoni, Raval et Gaixample	13.12.2022	Principaux quartiers commerçants LGBT+
19	Montjuïc	26.03.2023	Lieux de rencontre
20	Gaixample	27.03.2023	Le quartier LGBT+

Note * : Nous considérons l'étape post-Covid-19 comme celle qui commence avec la levée des principales restrictions et la réouverture de la plupart des établissements, tout en maintenant les gestes barrières comme le port du masque.

Source : Auteur.

Il s'agissait parfois de voir et d'analyser des espaces à la lumière de ces ouvrages. Parfois, les observations ont eu lieu lors d'événements tels que la défilée et le festival des fiertés, la Pride ! Bcn, ou le Circuit Festival.

Pour le chercheur, il s'agissait tantôt de découvrir de nouveaux lieux, tantôt de revisiter des lieux familiers, mais en prenant le recul que requiert la recherche. Cette prise de distance a été utile à plusieurs niveaux. Tout d'abord, pour mettre à jour la connaissance personnelle des lieux connus et pour élargir le champ géographique en observant d'autres lieux peu ou pas connus. Des lieux et surtout des pratiques

qui s'y déroulent. Il s'agit d'observer et de se poser des questions.L'observation est une démarche lente, pour au moins deux raisons. D'une part, parce qu'elle est un outil pour démonter certains stéréotypes chez le chercheur et, par conséquent, elle peut l'aider à se libérer progressivement d'une certaine fermeture d'esprit. Deuxièmement, elle peut aider à réfléchir à la pertinence des questions de recherche en termes de concrétisation spatiale. En l'occurrence, bien que la littérature et l'observation nous renvoient principalement au tourisme gay, les discours des personnes interrogées soulèvent des questions sur la problématique du gay, ainsi que des commentaires sur d'autres communautés composant le milieu LGBT+ qui apparaissent dans le message mais qui sont apparemment absentes du paysage. C'est à ce moment du travail de terrain exploratoire que le centre d'intérêt de la thèse est basculé du tourisme gay au tourisme LGBT+. Cet élargissement du champ d'étude était une réponse à l'adaptation au discours de la ville, du secteur et du mouvement social local. Par conséquent, la question de recherche a évolué en l'absence d'observation, passant de ce qui est le plus évident à ce qui est moins visible.

Ce processus permet de redécouvrir les lieux d'une manière différente et, bien que l'intuition joue un rôle assez important dans les observations, la marche consciente permet de réfléchir (Jacks, 2004) et de synthétiser l'analyse *in situ*, les contributions académiques et, dans mon cas, ce que mon corpus informant a dit.

Ainsi, la deuxième phase des observations a consisté à se rendre dans les lieux LGBT+ cités comme remarquables par les résidents interviewés. Dans cette phase du travail, l'idée était d'observer les lieux avec les notes prises lors de la réécoute des entretiens. Déambuler dans les lieux pour observer, les sens en éveil, pour mieux comprendre ce que disent les personnes interviewées. En mouvement ou à l'arrêt, à des dates ordinaires ou choisies pour des raisons particulières, dans la journée, le soir ou la nuit, en pleine saison touristique ou un mardi d'hiver. L'idée était de revisiter et de découvrir des réalités qui ne m'étaient pas forcément familières. Par la suite, j'ai répété l'action avec les lieux mentionnés par les touristes dans le questionnaire en ligne.

Le passage à la phase de participation vient presque naturellement. L'envie d'aller un peu plus loin, de poser des questions, de s'immiscer dans ce qui se passe autour de soi. Des conversations qui ne mènent nulle part aux expériences qui bouleversent les conceptions, les lieux et les activités. De conversations qui aident à comprendre le paysage humain à des conversations qui donnent lieu à de nouveaux entretiens approfondis. C'est une exploration de l'espace qui devient expérience de la réalité.

Dans cette phase, la langue la plus utilisée est l'espagnol, suivi du catalan et de l'anglais, et, de manière presque anecdotique, du français. Ces deux dernières langues sont utilisées par les touristes, le catalan par les résidents et l'espagnol par les uns et les autres, y compris les résidents non espagnols, soit parce que c'est leur langue maternelle, soit parce que c'est la langue qu'ils ont apprise lorsqu'ils se sont installés en Espagne.

Quant aux lieux, ils se trouvent tous dans la municipalité de Barcelone et peuvent être regroupés principalement en quatre zones qui ont été visitées trois ou quatre fois à différentes étapes de l'enquête : le Gaixample ; la plage de la Mar Bella ; le Raval, Sant Antoni et Poble Sec, trois quartiers émergents proches du Gaixample ; et les lieux de rencontre gays. D'autres lieux n'ont été visités qu'une seule fois. Il s'agit des quartiers de Sants et du Gòtic, du parc de la Ciutadella et de la zone maritime près de la plage de Sant Sebastià, ainsi que de certains établissements privés.

Il s'agit d'espaces publics et d'espaces privés à usage public. Les espaces publics comprennent les rues et les places, les parcs et les plages. Les espaces privés à usage public comprennent les établissements tels que les bars et les boîtes de nuit, les petites boutiques, les centres commerciaux, le Centre LGBT+ de Barcelone ou les maisons privées offrant un hébergement aux touristes LGBT+. La plupart de ces espaces privés faisaient explicitement partie de l'offre LGBT+, à quelques exceptions près. Les itinéraires suivis étaient souvent une combinaison d'espaces publics et privés.

Par souci de respect de la vie privée des personnes interviewées qui m'ont accueillie chez elles, ces espaces n'ont pas fait l'objet d'une observation et aucune description n'a été recueillie à ce sujet.

Un cahier d'observation a été constitué à partir des notes écrites ou des messages vocaux pris au cours des observations. Le cas échéant, le carnet s'est également appuyé sur les itinéraires tracés sur le plan de la ville et, éventuellement, sur des photographies. Le recours aux photographies n'a pas été systématique. Au contraire, il aurait probablement été mal vu de prendre des photos dans certains contextes. Néanmoins, des photos ont été prises lors de la marche des fiertés, pour se rappeler des noms d'organisations formelles et informelles en vue de les contacter pour des entretiens, et dans le quartier du Gaixample, lieu central de la visibilité LGBT+ sur le plan commercial.

Choisir le moment, gérer les temps

Le temps est un élément clé à considérer sous différents angles. Nous avons déjà mentionné que l'observation est un processus lent, mais outre le temps mental nécessaire pour que le chercheur se sente à l'aise et ouvre les yeux, il y a aussi le temps nécessaire pour identifier le lieu et, surtout, le temps nécessaire pour se l'approprier et, le cas échéant, s'y faire accepter. La précipitation est à éviter et il est parfois nécessaire de revenir sur les lieux :

> *« On ne valorise jamais assez les visites préliminaires et cette sensation de l'espace vécu, ce parcours plusieurs fois répété des rues, des espaces publics et des visages. Cela permet non seulement de se faire à la poétique de la ville ou du quartier, mais aussi d'en découvrir des logiques assez élémentaires »* (Hiernaux-Nicolas, 2000) p. 11.

Selon les personnes interviewées, il ne s'agit pas seulement de se rendre sur place, mais aussi de choisir le bon moment pour y aller. Trois facteurs ont été identifiés comme ayant une forte influence sur la perception des lieux : la variabilité jour-nuit, la variabilité en fonction du nombre de touristes et le profil des personnes qui nous entourent à un moment donné.

En effet, les propos tenus sur un même endroit peuvent varier en fonction de l'heure de la journée. Des lieux anodins le jour peuvent devenir des lieux intéressants et/ou à risque la nuit. Les observations ont eu lieu dans d'espaces tels que le Gaixample, le Raval et les lieux de rencontre, à différentes heures du jour et de la nuit. La perception du risque étant si subjective, elle n'est pas exempte de contradictions, mais il faut faire avec.

En ce qui concerne le tourisme, le nombre de visiteurs a également été mentionné comme un élément transformateur des lieux (Hughes, 2002b). Par conséquent, des visites ont été effectuées dans les sites touristiques centraux en haute et basse saison. Barcelone a une longue saison touristique estivale, qui s'allonge les week-ends et s'intensifie pendant les grandes vacances, comme celles du nouvel an. Pour

mieux comprendre le contraste, des observations ont été faites au Gaixample, un lieu central pour le tourisme LGBT+ et la vie locale LGBT+, en août et en semaine en décembre et en mars.

Négocier sa présence dans un espace en tant que personne LGBT+ dépend, dans une large mesure, de la présence ou de l'absence des autres. Tout d'abord, la position de la personne par rapport à elle-même et à sa condition LGBT+ ; ensuite, la présence ou l'absence d'un cercle d'amis LGBT+ ou, éventuellement, d'un partenaire ; la présence d'autres personnes de la communauté LGBT+ ; et enfin, la présence d'autres personnes non LGBT+, qu'il s'agisse d'habitants ou de touristes. En termes d'observation, cette variabilité implique de faire face à de nombreux impondérables, mais elle est aussi enrichissante.

Au-delà des rythmes du chercheur et du corpus informant, cette recherche a été directement affectée par le calendrier de la pandémie de Covid-19. En termes d'observations, l'apparition de cette maladie et les mesures imposées par les gouvernements peuvent être classifiées en quatre phases : observations pré-Covid ; confinement dur ; confinement désescaladé ; et post-Covid.

Le hasard a voulu que tout s'arrête dès le début de la phase des entretiens avec les résidents. Les six observations exploratoires ont donc été réalisées avant la pandémie, dans un contexte de forte activité touristique, dans un climat de débat intense sur le rôle du tourisme dans la ville, sur le modèle touristique et sur les mesures mises en place par le conseil municipal pour freiner la croissance hôtelière et mettre fin au tourisme illégal par le biais de plateformes communautaires de location de logements aux particuliers.

La survenance de la pandémie et les conséquences inattendues sur l'activité touristique font que la septième entrée du carnet d'observations soit la description d'une Barcelone où la présence des touristes est réduite au minimum. Elle a été réalisée dès qu'il a été possible d'accéder à Barcelone depuis l'aire métropolitaine où je vivais à l'époque. Il ne s'agit pas d'une visite de lieux nécessairement LGBT+, mais d'un itinéraire le long de deux des avenues les plus fréquentées par les touristes, qui étaient autrefois deux grandes promenades citoyennes. L'une d'entre elles, La Rambla, a été le théâtre des premières manifestations en faveur des droits des LGBT+ après la mort du dictateur Francisco Franco. Ce souvenir et la vision de ces nœuds centraux repris par les habitants, avec la plupart des hôtels fermés ou même avec des portes et des fenêtres barricadées pour éviter le pillage et l'occupation, et de nombreux magasins dédiés au tourisme fermés et avec l'enseigne « à vendre » ou « à louer » dans les vitrines, représentent dans mon carnet un tournant sur la signification des lieux et leur ré-signification pendant des contingences telles que la Covid-19.

Au cours des deux années suivantes, les mesures prises pour combattre la Covid-19 ont fluctué avec des avancements et des reculs en fonction de la situation sanitaire, le reste de l'année 2020 ayant été une année très difficile pour l'accès des personnes aux lieux de socialisation. En conséquence, seules deux visites ont été ajoutées au cahier cette année-là, toutes deux marquées par des mesures d'éloignement des personnes et des restrictions de la capacité des espaces, y compris à l'extérieur, comme c'est le cas pour un débat LGBT+ dans un parc ou l'accès à la plage.

L'été 2021 arrive avec une situation progressivement normalisée, avec beaucoup moins de restrictions à la mobilité, même si le masque, la distanciation sociale et les couvre-feux restent en place. C'est une période de désescalade, qui permet aux hôtels, aux restaurants et à la plupart des installations de loisirs de rouvrir partiellement. Les touristes sont de retour, même s'ils sont beaucoup moins nombreux qu'en 2019. Les magasins et autres établissements réapparaissent également, même si certains ne rouvriront

pas, comme deux des principaux établissements de la nuit LGBT+, la boîte Metro et la Sala Tango. C'est au cours de cette période que les sept observations participantes à la recherche de lieux LGBT+ identifiés par les résidents ont eu lieu.

Enfin, 2022 et 2023 représentent la reprise économique à tous les niveaux, y compris le tourisme, ce que l'on appelle la « nouvelle normalité ». Avec le retour massif du tourisme, le débat sur le modèle de développement reprend. C'est aussi le moment où le questionnaire en ligne adressé aux touristes est lancé. Cinq observations ont été réalisées pendant cette période, les trois dernières pour revisiter des lieux LGBT+ cités, cette fois-ci, par les touristes.

3.4 Posture personnelle du chercheur

Les personnes que j'ai interviewées ou rencontrées lors de mes observations participantes m'ont expliqué des morceaux de leur vie, de petites portions de leur réalité par rapport aux questions que je me posais. Tels que je les ai reçus, ces discours sont devenus la base de mon travail.

Des vies, la leur et la mienne, qui ont parfois des points en commun et des passages quelquefois partagés. Ils m'ont fait part d'expériences qui peuvent être plus ou moins proches ou éloignés des miennes, et des idées sur le monde qui peuvent parfois être en contradiction flagrante avec mes propres pensées. Par nos parcours et nos âges, par nos rapports à l'identité de genre, par nos orientations sexuelles et nos façons de vivre la sexualité, par les lieux où nous avons vécu, par nos expériences en tant que touristes, nos chemins se croisent et s'éloignent. D'où l'importance de réfléchir à ma posture de chercheur avant d'aborder le terrain.

Le défi a toujours été d'établir une atmosphère de confiance avec tous les interlocuteurs et d'éviter tout positionnement idéologique ou jugement de ma part. Il peut arriver que des questions strictement personnelles émergent lors des conversations, et ces situations doivent être maitrisées. Y réfléchir à l'avance permet de mieux gérer les situations critiques lorsqu'elles se présentent ou les questionnes sensibles lorsqu'elles émergent. D'autant plus si ces situations me placent devant le miroir de mes propres contradictions et vulnérabilités. J'ai donc pris quelques décisions en amont pour les mettre en pratique lors de mon terrain.

Cette section explique ma posture en tant que chercheur et les stratégies que j'ai suivies en ce qui concerne ma relation avec la ville de Barcelone et mes propres intersectionnalités.

Parce que je suis issu du milieu culturel de mon terrain. Je suis gay, j'ai été un voisin de Barcelone et, de temps à autre, je suis un touriste. Je suis parfois un touriste à Barcelone. J'ai donc fait le choix d'un sujet de recherche et d'un terrain qui ne me sont guère étrangers. Mais bien que je sois dedans, je suis aussi ailleurs. Compte tenu de ma situation, j'ai choisi d'essayer de garder une certaine distance avec mon sujet afin de pouvoir rester à l'écoute et préserver un certain esprit critique. Cela ne m'empêche pas d'assumer également mes égo-géographies préalables et de le faire comme une richesse complémentaire, comme un défi supplémentaire (Dupont, 2014).

a Moi et mes intersectionnalités

La première question qui se pose face au corpus informant est de trouver la bonne manière de se présenter comme quelqu'un qui est train de faire une thèse. Il s'agit d'un exercice d'éthique et de transparence qui permet également d'établir une distance prudentielle qui aide à éviter les engagements excessifs et de prendre parti. Mais il y a plusieurs manières de ce faire, surtout si l'on assume que le fait

d'être doctorant peut créer un certain écart, particulièrement pour ceux qui sont les plus éloignés du milieu académique.

Les premiers contacts avec les résidents LGBT+ de Barcelone ont été faits en tant que doctorant uniquement en tourisme à l'Université de Gérone, ce qui a suscité quelques réactions adverses sous la forme de discours anti-tourisme. C'est pourquoi, dès que je suis devenu doctorant en cotutelle en géographie à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, j'ai privilégié de me présenter à eux en tant que « doctorant en géographie ». Cette façon de me présenter, mettant en avant la géographie, a été la première information que la plupart des résidents que j'ai interviewés ont reçue. Cependant, en ce qui concerne les touristes, j'ai toujours préféré dire que j'étais « en train de faire une thèse sur le tourisme LGBT+ » pour qu'ils se placent dans la position d'anciens touristes à Barcelone.

Lors des observations, je n'ai pas parlé de mon travail à moins que la conversation n'ait pas dépassé le simple échange de quelques mots pour devenir plus approfondie. Dès que je sentais que la conversation pouvait s'orienter vers quelque chose d'intéressant pour ma recherche, j'expliquais en quelque mots ce que j'étais en train de faire en évoquant une thèse en « géographie du tourisme » ou en « géographie » tout court selon les circonstances.

Ainsi, au-delà de la décision initiale de me présenter comme chercheur, j'ai utilisé diverses formules que j'ai affinées au fur et à mesure, en fonction des réactions de mes interlocuteurs.

Concernant mon image, plusieurs auteurs soulignent que la corporalité joue un certain rôle dans la communication (Ruiz Olabuénaga, 2003). Ainsi, lors de mon travail sur le terrain, j'ai tout d'abord essayé de me présenter tel que je suis pour être honnête avec mes interlocuteurs et, il faut l'avouer, surtout pour me sentir à l'aise avec moi-même.

Cela ne m'a pas empêché, quand je pouvais imaginer ce que cela pouvait être, de m'habille parfois en essayant d'être en concordance avec mon interlocuteur, sans trop m'éloigner de ma propre façon d'être. Ceci s'avère parfois impossible, comme cet après-midi où j'ai interviewé à la suite un agent de l'autorité et un militant anticapitaliste.

Dans d'autres cas, il était impossible de savoir à qui j'avais affaire. À de nombreuses reprises, la seule chose que je connaissais de mon interlocuteur était un prénom ou un faux nom qui ne m'indiquait même pas son genre. Dans ces cas-là, je me présente sous mon profil le plus ordinaire.

Et ceci renvoie au registre linguistique. Après la salutation et une introduction plus ou moins formelle, j'essaie de voir comment parle mon interlocuteur pour m'adapter à lui et, au fur et à mesure que la conversation progresse, j'essaie d'utiliser ses propres termes et expressions. De même pour le genre, il arrive que j'utilise le genre choisi par mon interlocuteur ou que l'on s'engage dans des conversations non genrés.

Quant à ma voix, mon regard, mes silences et mon attitude en général, j'essaie de ne pas oublier que, bien qu'il y ait des amis et des collègues qui m'ont dit que je pouvais être très proche et un auditeur attentif, d'autres m'ont signalé à maintes reprises que, de même, je pouvais être trop direct et incisif, même inquisitif. Étant conscient de ceci, j'ai essayé de faire ressortir mon côté le plus aimable et d'agir activement afin de ne pas trop couper mes interlocuteurs lors de mes entretiens.

Pour mon âge, 52 ans au moment de déposer la thèse, j'ai un parcours de vie, de formation, professionnel, de voyages et d'activisme qui me place dans une situation spécifique que j'essaie de faire jouer en ma faveur. Si j'ai dû justifier auprès de certaines personnes pourquoi je faisais une thèse à mon

âge, je n'ai jamais eu à le faire auprès de mes interlocuteurs sur le terrain. Je craignais que cela n'arrive et, à ce sujet, j'ai essayé de ne pas perdre de vue l'humilité due ni face à ceux qui ont vécu plus que moi, ni face à ceux qui ont vécu moins, dans la mesure où, dans mon travail, toutes les expériences sont également valables pour interpréter le moment présent, qui est celui que nous tous partageons.

Je fais pareil en ce qui concerne mon orientation sexuelle. Dans toutes mes communications, je donne mon nom complet et dans mes profils aux réseaux sociaux, il y a quelques éléments qui laissent deviner que je suis homosexuel. Mais d'emblée, je ne dis pas à mes interlocuteurs si comme eux, je suis une personne LGBT+ ou non afin de ne pas forcer la question et, par la suite, de laisser l'occasion se présenter.

Le cas échéant, je le dis sans problème, mais seulement quand il me paraît pertinent. Parfois, je le dis pour donner confiance, pour renforcer un message, pour élucider une question plus ou moins voilée ou plus ou moins directe de leur part. Avec certains interviewés, j'ai ressenti qu'ils présumaient que je l'étais. Si la question est directe, je réponds que je suis gay. Si la question est là, cachée entre tours et détours, je trouve le moyen de faire allusion à mon copain.

Je ne suis donc pas totalement étranger à certains milieux gays ou LGBT+. Mais même ainsi, j'ai à plusieurs occasions pris mes précautions pour essayer de comprendre et respecter les codes de certains lieux – physiques ou numériques – à exclusivité pour des lesbiennes, pour certains groupes ou pour des tribus spécifiques qui recommandent parfois certaines apparences ou attitudes.

Faute du privilège du passing que je peux avoir dans le milieu gay, mon approche, dans ces cas-là, se faisait en prenant un peu de distance ou en essayant d'agir selon des codes, des mots et des propos qui ne m'étaient pas familiers, comme le jour où je me suis rendu dans un bar lesbien ou le soir où j'ai fait des observations participantes dans un club fétichiste gay.

b Mon rapport avec le terrain

Lorsque j'ai défini le sujet de ma thèse et que j'ai vu que la communication avec les gens serait un atout important, j'ai fait le choix d'un terrain dans lequel je maîtrisais parfaitement les langues locales. Je suis bilingue catalan-espagnol et j'ai tiré parti de cette situation, en particulier lors de la phase des entretiens, qui est celle où la compréhension de la langue est la plus nécessaire pour saisir les inflexions et les nuances. D'autant plus que, comme de nombreuses personnes interviewées sont elles-mêmes bilingues, le passage d'une langue à l'autre et le mélange des deux est un moyen de communication souvent utilisé. En ce sens, bien maitriser les deux langues s'est avéré un élément très enrichissant, voire fondamental, pour ce travail.

Concernant les accents, il m'est arrivé d'être confronté à des situations auxquelles je ne m'attendais pas. Il y a longtemps que j'ai fait l'exercice d'intérioriser le fait que mon accent catalan lorsque je parle castillan est parfaitement valable. Je n'ai pas eu le moindre souci de ce côté-là. Mais ayant un accent catalan de Gérone très marqué – et étant inscrit à l'Université de Girona –, j'ai parfois dû lancer certains signes pour mettre en évidence que je ne suis pas un intrus, que je connais la ville de Barcelone ou

même signaler que j'y ai également vécu, pour me situer au même niveau que mon interlocuteur en tant qu'ancien résident et connaisseur des lieux.

Certes, j'ai vécu et travaillé à Barcelone pendant plusieurs années, et je le fais savoir à mon interlocuteur. Tout comme le fait que j'ai également vécu dans la région métropolitaine barcelonaise, en France ou dans plusieurs villes en Catalogne, si cela me permet de me rapprocher de certains de mes interlocuteurs.

Peu ou prou, j'ai visité tous les quartiers de la ville et la plupart des communes de la première couronne. Il ne s'agit évidemment pas d'une connaissance approfondie de la ville, mais cela fournit assez de repères pour donner de fluidité à la conversation et pour encadrer la plupart des contributions des personnes interviewées à l'oral ou lors de l'élaboration des cartes mentales, ce qui est une condition indispensable pour utiliser cette méthode (Toureille, 2016).

Cependant, je ne dévoile pas toujours dans quelle partie de la ville j'ai vécu, car le Raval, mon quartier dans la vielle ville, est fortement connoté. En effet, il s'agit de l'une des zones les plus densement peuplées de la commune, avec l'un des taux les plus élevés de population immigrée, et l'un des revenus par habitant les plus bas. En même temps, c'est un quartier qui devient de plus en plus touristique, un quartier hétéroclite, aimé par certains et méprisé par d'autres. Je n'ai utilisé cette information que lorsqu'elle m'était favorable, par exemple pour approcher certains de mes interlocuteurs. Ou, bien évidemment, lorsqu'on me posait directement la question.

Enfin, je suis né dans une destination touristique de la Costa Brava, à une centaine de kilomètres de Barcelone, dans une zone marquée par la saisonnalité du tourisme où la population flottante en été pouvait multiplier par plus de dix la population en hiver. Des touristes avec lesquels je jouais dans la rue quand nous étions enfants, que j'ai rencontré dans certains de mes lieux de loisirs quand nous étions déjà adultes et que j'ai eus comme clients dans mes emplois saisonniers pendant mes études universitaires.

Je fais également partie de cette génération qui a eu l'occasion de voyager. Je l'ai fait en famille, en groupe, seul et en couple. J'ai voyagé dans des pays de mon environnement culturel et dans d'autres complètement différents. Des voyages de longue et de courte durée, aux motifs les plus divers, pour le plaisir et pour le travail, du tourisme urbain et de l'écotourisme, pour un événement très spécifique ou pour rendre visite à des amis. J'ai également voyagé en tant qu'homosexuel vers des destinations gays et je me suis aussi rendu dans des pays où la pratique de l'homosexualité est passible de la peine de mort.

Je fais donc partie de l'Espagne en tant que destination touristique et de l'Espagne en tant qu'émettrice de touristes. Et bien que chacun vive l'expérience touristique à sa manière, cela me rapproche également d'une grande partie de mon corpus d'informateurs, qu'ils soient résidents ou touristes, avec tous les avantages et les inconvénients que cela comporte.

Conclusions du chapitre 3

Ce chapitre a analysé les objectifs de la recherche, les hypothèses initiales, le cas de Barcelone comme terrain d'étude, la posture du chercheur et la méthodologie employée.

La combinaison d'entretiens avec des résidents LGBT+, d'une enquête destinée aux touristes LGBT+ et d'observations participantes menées en différents espaces significatifs a permis d'obtenir une perspective globale sur les pratiques et les espaces fréquentés par les enquêtés.

Les chapitres suivants feront référence à ces trois méthodes et aux différents profils des informateurs en lien avec les axes de la thèse. Il convient de souligner la distinction entre les rôles (Tableau 3.5), car les résidents interrogés ont également été questionnés sur leur propre expérience en tant que touristes, ce qui leur confère une dualité de perspective.

Dans l'enquête, la voix des résidents a été recueillie par le biais d'entretiens et d'observations participantes, et la voix des touristes par le biais de questionnaires adressés à d'anciens touristes, d'observations participantes et également d'entretiens. Ainsi, trois profils émergent du travail de terrain et forment la base de ce chapitre et des suivants : les résidents de Barcelone, les résidents de Barcelone lorsqu'ils ont voyagé, et les anciens touristes après avoir visité la ville.

Tableau 3.5 Rôle des répondants en fonction de leur profil et de la méthode de collecte des données

	Méthode d'enquête			**Rôles des enquêtés**	
	Entretiens	Observations	Questionnaire	Résident	Touriste
Résidents à Barcelone	Interviewés sur leur vie quotidienne et sur leurs pratiques touristiques en tant que personnes LGBT+	Interpellés de manière informelle lors des observations	*(Non applicable à cette étude)*	Résidents LGBT+ en tant qu'habitants de Barcelone	Résidents LGBT+ de Barcelone en tant que touristes dans d'autres destinations
Touristes ayant visité Barcelone	*(Non applicable à cette étude)*	Interpellés de manière informelle lors des observations	Interrogés sur leurs pratiques touristiques en tant que personnes LGTB+ en général et à Barcelone	*(Non applicable à cette étude)*	Personnes LGBT+ non résidentes à Barcelone, venues dans la ville en tant que touristes

Source : Auteur.

Partie II · Façonner une communauté LGBT+ avec les résidents et les touristes

Cette deuxième partie porte sur les pratiques de socialisation des personnes LGBT+ dans une destination touristique et sur les particularités de ces pratiques. L'approche sera à la fois individuelle, axée sur les identités LGBT+, et collective, en tant que groupe social ayant ses propres dynamiques, y compris en termes de tourisme. Pour ce faire, il est nécessaire d'aborder deux facteurs clés de cette thèse, à savoir, identifier les personnes concernées par l'étude et les situer par rapport au tourisme.

Lorsqu'on parle des personnes LGBT+ ou des touristes LGBT+, de qui parle-t-on exactement ? Ces notions sont entourées de nombreux sous-entendus. D'une part, bien qu'elles fassent l'objet de débats, elles sont largement employées et considérées comme valables par le mouvement LGBT+, le secteur touristique et le grand public, ce qui peut donner l'impression d'un consensus. D'autre part, malgré l'existence de définitions formelles, les pratiques individuelles sont subjectives, et l'adhésion à ces définitions varie selon les expériences personnelles.

Quant à la relation avec le tourisme, il est important de souligner deux prémisses de ce travail.

- La première est que tous les types de relations sont considérés ici, au sens le plus large du terme, et que l'accent est mis sur les relations qui n'impliquent pas d'échanges commerciaux, ce qui, comme vu dans le premier chapitre, est la perspective adoptée par la plupart des études réalisées.
- La seconde est que, bien que le binôme résident-touriste, largement mobilisé dans les études sur le tourisme, soit utilisé, un effort sera fait pour nuancer les deux notions. Ce binôme est d'ailleurs extrêmement efficace, puisque les deux catégories sont largement acceptées par le secteur du tourisme et par les protagonistes eux-mêmes. Mais il y a plusieurs façons d'être résident et d'être touriste, une condition qui n'est parfois qu'une question de positionnement momentané, puisque la grande majorité des touristes sont résidents quelque part lorsqu'ils ne voyagent pas.

Il faut ajouter à cela qu'il existe de nombreux profils hybrides entre ce que l'on entend par résident et ce que l'on entend par touriste, profils qui peuvent être nuancés par le parcours personnel de chacun. Il n'y a donc pas un seul type de résident, ni un seul type de touriste, mais plutôt un amalgame de profils et de casuistiques qui se rejoignent pour former les deux pôles de ce binôme

> *« C'est donc en terme de pluralité que l'acteur doit être considéré : pluralité dans ses états d'être, pluralité dans le temps, dans l'espace et selon les contextes toujours mouvants »* (Gumuchian et al., 2003), p. 83

Bien que l'analyse territoriale proprement dite de Barcelone soit effectuée dans la partie III, la ville sera déjà mentionnée dans certains chapitres de cette partie, soit pour illustrer certains des sujets traités, soit pour introduire des éléments qui faciliteront la compréhension ultérieure de certaines caractéristiques de la ville.

Cette partie II s'articule en trois chapitres.

- **Chapitre 4 · Négocier la présence de soi en société**

  Il concerne les personnes elles-mêmes face à la société. La création de leur identité, le sentiment d'appartenance à une communauté, et la négociation de leur présence en société alors que cette présence est souvent sujette à des discriminations et à un ressenti d'insécurité en raison du fait qu'elles sont LGBT+ seront les thèmes abordés.

- **Chapitre 5 · S'épanouir au travers des loisirs et des voyages**

  Ce chapitre se concentre sur la socialisation des personnes LGBT+, en particulier dans leur temps de récréation. Des moments présentés sous la forme d'activités de loisirs LGBT+ et sous la forme de voyages à Barcelone ou ailleurs.

- **Chapitre 6 · La socialisation entre résidents et touristes, élément incontournable de l'acceptabilité**

  Enfin, les stratégies de socialisation entre personnes LGBT+ sont examinées sous l'angle de la dualité résident-touriste. Ainsi, la recherche active de l'autre ou l'évitement seront analysés, de même que les différents degrés d'indifférence.

.

4 Négocier la présence de soi en société

« andas por la calle y a cada ratito te encuentras uno dos tres quince cuates que tú ves que son de onda entons te sientes como en tu propia casa ¿no? así como en gran fraternidad »[xxix]

Luis Zapata, *El Vampiro de la colonia Roma* (1979)
Caballo de Troya, 2024, p. 67

Dans ce chapitre, la personne est abordée sous l'angle de l'intime, tout en la plaçant dans le cadre de la communauté des personnes LGBT+ et de la manière dont ces personnes sont perçues et accueillies au sein de la société.

Il s'agit d'examiner trois aspects essentiels : la construction de son identité en tant que personne LGBT+, les expériences vécues, ainsi que les peurs et les insécurités. Cette mise en contexte des personnes interrogées, qu'elles soient résidentes ou touristes, ainsi que la signification du sigle LGBT+ soulève d'autres questions particulièrement pertinentes pour les chapitres suivants, telles que la pertinence, ou non, de la notion de « tourisme LGBT+ ».

Tout d'abord, nous analyserons la question de l'identité LGBT+ des personnes interrogées, un sujet particulièrement pertinent pour ce collectif, d'autant plus que de nombreuses études se sont attachées à déterminer si le tourisme peut contribuer à la construction de leur identité sexuelle et de genre (Lück, 2004) (Murray, 2007). Nous compléterons cette identification personnelle par une dimension collective, en abordant des aspects tels que le *coming out* ou les cercles de socialisation LGBT+.

Les mobilités et les trajectoires de vie seront ensuite abordées, puisque dans le processus de construction de la personne LGBT+ et de la communauté, l'expérience accumulée – par exemple en termes de lieux vécus et visités, ou de discriminations subies – peut être cruciale en raison des effets de ces éventualités sur les attitudes et les comportements de ces personnes, tant au quotidien que lorsqu'elles font du tourisme. Ces expériences façonnent également le sentiment de légitimité à fréquenter certains espaces, influençant ainsi leur manière de se les approprier. En outre, cette question se révèle cruciale pour définir un terme clé dans les études touristiques, à savoir celui de « population locale ».

Enfin, un autre thème récurrent dans la littérature est celui des peurs et de les insécurités qui souvent accompagnent le fait d'être une personne LGBT+ et la nécessité de trouver dans les destinations touristiques des espaces sûrs et exempts de discriminations (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016). Bien que cela dépende en grande partie du contexte juridique, culturel et moral dans lequel la personne vit et s'est développée, il semble pertinent de se demander dans quelle mesure la peur et la recherche de sécurité influencent la socialisation et les voyages des personnes LGBT+.

[xxix] Traduction de l'auteur: *« tu marches dans la rue et à chaque instant, tu croises un deux trois quinze gars que tu vois bien qu'ils sont dans le même délire du coup, tu te sens comme chez toi, non ? un peu comme dans une grande fraternité »*

Toutes ces questions sont spécifiques aux personnes LGBT+, bien que certains aspects puissent être partagés avec des personnes non LGBT+, et chacun les vit d'une manière particulière, ce qui nous renvoie à un paysage humain riche et divers, mais avec un dénominateur commun qui sera présent en arrière-plan tout au long de cette thèse.

4.1 Le défi d'être soi-même

Les personnes objet de cette thèse sont celles que l'on nomme des personnes LGBT+. Ensemble, elles forment une communauté, ou plutôt une communauté de communautés, très diverse et aux limites floues. La catégorisation et les nuances autour de chaque notion recueillie sous le sigle LGBT+ est toujours en discussion, non seulement pour cause de la précision de chaque définition ou la pertinence ou non d'inclure progressivement des nouveaux concepts cachés derrière le "+", mais aussi parce que les notions qui définissent les personnes LGBT+ ne sont ni univoques ni universelles.

Ainsi, la première étape de l'enquête consiste à s'intéresser au corpus informant en relation avec l'acronyme LGBT+ afin d'identifier son identité en termes d'orientation sexuelle et de genre. Certaines questions à résoudre sont de savoir s'ils se sentent identifiés à une ou plusieurs des lettres ou au « + », si cette identification est claire et fixe ou en évolution, s'ils ont traversé diverses étapes où leur identification était différente de celle actuelle, comment ils ont vécu ce processus et s'ils ont un cercle relationnel composé de personnes partageant la même identité.

Cette section est structurée en trois parties qui portent sur l'identité individuelle, sa visibilité au sein de la société et sa socialisation spécifique avec d'autres personnes LGBT+. Ainsi, dans une première partie, nous examinerons les identités telles qu'elles ont été exprimées par les enquêtés. Ensuite, nous analyserons les processus de dévoilement de l'orientation sexuelle ou de genre, leur impact sur les relations et les pratiques sociales. Enfin, nous aborderons la relation avec la communauté LGBT+, lorsqu'elle existe.

a S'assumer en tant que personne LGBT+

La plupart des personnes LGBT+ se battent en leur for intérieur pour essayer de comprendre leur orientation sexuelle et parfois leur identité de genre. Au-delà du grand moment de l'adolescence, certaines personnes vivent cette quête de soi à différents moments de leur vie (Chauvin & Lerch, 2013), parfois toute leur vie. Un processus de découverte, de création de l'identité, de déconstruction de ce que l'on a appris et tenu pour certain, parfois en surfant sur des idées préconçues qui sont là, tenacement ancrées dans la conscience individuelle, parfois sous la pression de la morale de la société à laquelle chacun fait partie. Chaque personne vit ce processus différemment. Parfois, il se déroule rapidement, parfois la personne traverse un long enchaînement d'étapes. Ce qui est certain, c'est qu'il n'y a jamais un seul point de départ et un seul point d'arrivée.

Cette quête intérieure est souvent vécue avec inquiétude. À la découverte de l'affection, de l'amour, de la sexualité et, pour certains, des possibilités de genre, il faut ajouter un cadre sociétal qui ne s'est pas toujours avéré favorable. Dans le cas de Barcelone, bien que l'image actuelle soit celle d'une ville ouverte et accueillante, une grande partie de ses habitants LGBT+ a vécu ce processus sous une réprobation morale et/ou juridique imposant des normes sexuelles hétéronormatives et une forte binarité

de genre. Dans ce contexte, pouvoir s'identifier à une catégorie spécifique est devenu crucial, même si les étiquettes disponibles ne correspondent pas exactement à ce que l'on recherche.

> *« Les étiquettes sont contraignantes, mais il est très utile de pouvoir nommer les choses »* [5] (Gabriel, 41 ans)

Il ne s'agit pas seulement de trouver une définition ou une façon de se présenter. Jaume pense que dans un monde idéal, les étiquettes ne seraient pas nécessaires, mais que pour les personnes LGBT+, il est indispensable de s'accrocher à des repères solides dans ce contexte adverse. Pour lui, saisir le bon terme de référence est une question existentielle, non seulement pour construire son identité, mais aussi pour trouver son chemin dans la vie :

> *« On se projette et on grandit en fonction d'un avenir et d'une projection de soi. Mais alors, quel miroir... quel référent positif a-t-on s'il n'y a pas de terme ? Si tu ne t'identifies pas à ce à quoi tu devrais t'identifier ? »* [6] (Jaume, 66 ans)

Cette recherche de mots prend une autre tournure lorsque les personnes concernées sont issues d'un milieu culturel autre, comme en témoigne Santiago, un immigré de l'Amérique du Sud :

> *« Souvent, la difficulté réside dans le fait que la personne appartenant à une communauté LGBT ne sait pas nécessairement quels termes utiliser pour se désigner, parce que, dans son contexte, elle n'a aucune référence pour parler de son expérience »* [7] (Santiago, 58 ans)

En effet, s'identifier à une étiquette n'est pas toujours évident. Narwan (52* Obs.), par exemple, est marié à une femme et ils ont des enfants, et d'après les explications de ses exploits sexuels, des étiquètes telles que bisexuel ou pansexuel lui correspondraient très bien. Pourtant, il s'exprime autrement et n'utilise aucun des mots inclus sous l'acronyme LGBTIQA+.

Ce n'est pas seulement l'acronyme LGBT+ et toutes ses variantes qui sont en discussion, mais aussi les termes qui le composent, surtout lorsqu'ils sont censés être universalisés, puisqu'il existe de nombreuses façons d'interpréter et de nommer les orientations sexuelles qui ne sont pas strictement hétérosexuelles et les genres non binaires (Chakraborty & Chakraborty, 2024). Afin de conditionner le moins possible les réponses, les résidents interviewés ont été invités à s'exprimer avec leurs propres mots, afin qu'ils puissent choisir ceux qui leur conviennent le mieux pour décrire leur identité.

Ainsi, si à la question « Comment vous identifiez-vous en tant que personne LGBT+ ? » la quasi-totalité des résidents interviewés s'identifient en fonction de leur orientation sexuelle, le nombre de personnes qui incluent le genre dans leur identification est beaucoup plus faible. Parmi celles qui le mentionnent, la plupart le font en le plaçant en premier. C'est le cas de certaines femmes qui s'identifient d'abord comme telles et qui ajoutent ensuite le fait qu'elles sont bisexuelles, lesbiennes, etc. C'est également le cas de nombreuses personnes non binaires qui s'identifient d'abord par leur genre et ajoutent ensuite les épithètes qu'elles jugent pertinentes pour compléter la description. En tout cas, très peu de personnes « cisgenres » utilisent ce terme pour s'identifier.

La plupart des résidents utilisent deux épithètes ou plus, soit parce qu'ils se complètent, soit parce que leur alignement sur un seul terme ne les convient pas. Plusieurs d'entre eux en ont utilisé plusieurs parce que le contexte de l'entretien les y invitait, mais en général, ils ont tendance à simplifier pour des raisons pragmatiques. Álvaro (29), par exemple, se dit bisexuel et ouvert à des possibilités qu'il n'a pas encore eu l'occasion d'explorer, mais se présente toujours comme gay parce qu'il considère que c'est plus efficace. Ares (30), quant à elle, se sent bisexuelle depuis l'âge de 14 ans et se présente comme telle

pour que ses interlocuteurs la comprennent plus facilement, mais elle préfère à présent se définir comme « non hétérosexuelle ». De leurs appréciations, il ressort que les termes « gay » et « lesbienne » sont les moins difficiles à comprendre pour le grand public, suivis de « trans », à condition de ne pas trop entrer dans les détails.

Les contrastes sont évidents lorsque la question de l'auto-positionnement dans le monde LGBT+ est posée. Borja a la tâche facile, tandis que Sinae abrège généralement les explications, sauf pour les connaisseurs ou les publics réceptifs, comme c'était le cas ici :

> *« Je suis gay, c'est tout »* [8] (Borja, 31 ans)

> *« Je suis une personne trans bisexuelle, je suis une personne non binaire et actuellement, depuis un peu plus d'un an, je reçois un traitement à la testostérone »* [9] (Sinae, 29 ans)

Parmi les touristes ayant répondu au questionnaire, une telle approximation n'est pas possible, puisqu'ils devaient répondre à des questions bien plus précises, tant pour la question sur l'orientation sexuelle que pour celle sur l'identité de genre, les répondants se voyaient proposer une liste d'options qu'ils étaient libres de compléter en choisissant l'option « autre », ce qui leur permettait d'introduire de nouvelles notions. Dans les deux questions, ils ont eu la possibilité de choisir de multiples options. Concernant l'orientation sexuelle, bien que la majorité n'ait choisi qu'une seule option, douze personnes en ont coché deux et une personne en a choisi trois. Quant à l'identité de genre, la majorité a choisi une option cisgenre, homme ou femme, mais les douze répondants qui ont choisi deux options ont tous, sans exception, inclus dans leur choix « queer » ou « non-binaire ».

Cependant, la complexité de la diversité LGBT+ n'est pas seulement difficile à comprendre pour une grande partie du grand public, mais aussi pour certaines personnes LGBT :

> *« Je suis resté à « LGBT ». Et puis il y a eu le « I » de « LGBTI », le « LGBTI+ », le je-ne-sais-pas-quoi, tu vois ? Je me suis perdue ! Et parfois, je pense que c'est lié à mon âge. J'ai 56 ans. C'est lié à mon âge, tu sais ? Eh bien, c'est ça ! C'est ça ! Je suis un pédé ! Ça y est ! Tu vois ce que je veux dire ? Et tous ceux qui rejoignent le collectif, ça me va, tu sais ? Genre fluide, non-binaire... ça m'échappe, comme la technologie échappe à ma mère, tu sais ? »* [10] (Enzo, 56 ans)

Outre les nuances autour des mots, la méthode de l'entretien semi-directif permet de saisir les nuances temporelles. En effet, l'identification en tant que personne LGBT+ n'est pas figée et peut évoluer au fil du temps, que ce soit par le biais d'expériences de vie ou d'un positionnement militant actif. Olga (51), par exemple, explique qu'elle est lesbienne, mais qu'elle a été hétérosexuelle et qu'à un moment de sa vie, elle s'est considérée comme bisexuelle. Mais l'évolution du positionnement n'est pas seulement une question intime, c'est aussi une question de re-signification des mots et l'effet de l'irruption de nouvelles notions. Jaume (66), par exemple, utilise le terme « gay » pour se définir, mais il peut adopter le terme « queer » au sens large comme action plutôt politique, ainsi que le terme « marica », qui a joué un rôle important lorsque l'appropriation du mot l'a fait passer d'une insulte à un signe de fierté. Il n'est pas le seul à l'utiliser en ce sens :

> *« Je suis gay ou* marica*, comme une réappropriation de l'insulte pour en désactiver la charge négative, en remettant en cause l'hétéronormé et la société qui va avec »*[11] (Adrià, 26 ans)

Les termes « marica » et « maricón », largement utilisés comme insulte auprès des hommes homosexuels, indistinctement en catalan et espagnol, ont été mentionnés comme étiquette principale

par plusieurs résidents interviewés. L'adoption du même mot avec la variant « marika » implique un certain positionnement politique sous le signe de l'anticapitalisme :

> *« Pour moi, « marika » a une connotation politique, de revendication, de renforcement, tu vois ? Et en même temps, pour moi, c'est un peu un synonyme de contre-hégémonique par rapport à ce qui serait l'homonormativité, si tu vois ce que je veux dire, toute cette assimilation qui se produit actuellement du comportement hétérosexuel »* [12] (Joel, 27 ans)

Il y a donc le processus personnel de se situer, pour soi, et le processus social et politique de se positionner face aux autres. Ce dernier point ne ressort pas dans toutes les conversations de l'enquête, mais pour certaines personnes, il s'agit d'un aspect essentiel de la construction de leur identité. Non seulement pour effectuer le bon choix de termes, avec toutes les implications que cela comporte, mais aussi pour le difficile processus de déconstruction de l'éducation reçue :

> *« Je suis bisexuelle. Bon, à ce stade, je me demande si je suis bisexuelle ou juste lesbienne avec une bonne dose d'hétérosexualité imposée. Enfin, c'est un peu le bazar en ce moment, mais oui, avant tout, je suis une femme bisexuelle »* [13] (Ari, 22 ans)

En outre, certaines notions apparues récemment ne sont pas faciles à comprendre ou à adopter, en particulier par les personnes d'un certain âge. Par exemple, des termes tels que « non-binaire », utilisés parmi les principales étiquettes personnelles par huit des personnes interviewées, ne sont utilisés que par des personnes de moins de 35 ans, dont la médiane est de 29 ans. Parmi les répondants au questionnaire, la médiane des personnes qui s'identifient comme non binaires se situe à 28 ans, tandis qu'elle s'élève à 32 ans si l'on regroupe les personnes non binaires et les personnes queer.

L'utilisation du terme « queer » par les personnes interviewées est plus problématique, puisque ce terme provient d'un contexte linguistique et culturel nettement anglo-saxon et n'a pas de transposition claire en espagnol ou en catalan. Il est encore plus déroutant qu'un catalanophone prononce « queer » comme le mot « cuir », qui évoque la tribu urbaine gay des *leather*, les fétichistes du cuir, puisqu'en catalan, comme en français, c'est aussi sa traduction littérale. Cependant, certains interviewés utilisent le terme mais, à quelques exceptions près, ne l'ont pas vraiment assimilé. Parmi les répondants au questionnaire, outre les quatorze personnes qui se sont identifiées comme queer en termes de genre, deux ont utilisé ce même mot pour identifier leur orientation sexuelle. Il s'agit donc d'un terme difficile à cerner. Même pour Ares, une personne non-binaire qui parle couramment l'espagnol en langue inclusive, le terme « queer » pose des problèmes :

> *« Je suis non-binaire. Ensuite, il y a la question du queer, ce qui signifie... cela contient un peu de tout, mais ce n'est pas encore très clair. Donc, si c'est pour parler (de moi) maintenant, concrètement, (je suis) bi ou non-hétéro et non-binaire »* [14] (Ares, 30 ans)

Jaume (66) est l'un de ceux qui suggèrent que l'introduction du mot « queer » serait une bonne idée parce qu'il a un sens suffisamment large et inclusif pour devenir une alternative utile à l'ajout de plus en plus de lettres à l'acronyme LGBT+. D'autres évoquent le terme non pas par conviction, mais par désir de trouver un vocable qui facilite la communication. Aleix le fait depuis sa position de professionnel dans le monde des loisirs LGBT+ :

> *« Personnellement, je ne suis pas trop fan de l'ajout de lettres. J'essaie depuis longtemps d'utiliser le mot « queer » de manière qu'il couvre l'ensemble du collectif. C'est dans un sens pratique parce qu'il est plus facile de dire queer que LGBTIQ+ (...) Il est vrai que le collectif est*

> *très différent en interne et qu'il y a des disputes pour voir qui a la lettre dans l'acronyme, mais moi, dans mon monde utopique, j'aimerais ne pas avoir à mettre autant de lettres et utiliser un mot qui englobe tout »* [15] (Aleix, 39 ans)

La diversité d'orientations sexuelles, d'identités de genre, de caractéristiques sexuelles, de manières d'exprimer le genre et de vivre la sexualité fait que les personnes LGBT+ ne constituent pas un groupe homogène. Certes, il y a le dénominateur commun d'être une minorité par rapport à la majorité hétérosexuelle, mais les débats sont ouverts sur différents fronts. Parfois à contre-courant, comme dans le cas d'Álvaro, pour qui tout le débat sur la catégorisation des genres n'a aucun sens :

> *« Parmi la communauté asexuelle, il y a plus de personnes non binaires que de personnes binaires. Certainement, la façon dont on recadre le sexe fait perdre beaucoup de sens au genre. (Pour moi,) me comprendre comme non-binaire reviendrait à reconnaître que le genre existe. Je considère qu'il n'existe pas. Pour moi, c'est simplement un arrangement social qui a été fait il y a longtemps, basé en partie sur des instincts biologiques et en partie sur des préjugés... et on nous gave à toujours avec ça. (...) Pour moi, le concept de genre n'a pas de sens et devoir créer ou recourir à de nouveaux genres a encore moins de sens parce que, pour moi, cela renforce l'idée de genre »* [16] (Álvaro, 29 ans)

La question de la nomenclature et de l'identification individuelle à travers elle est donc un débat ouvert. Il s'agit d'une question qui transcende l'individu ou l'intime, dans la mesure où elle affecte les personnes dans leur socialisation, dans leurs attitudes envers la société, dans leur comportement social et, bien sûr, dans leurs pratiques dans l'espace.

b L'angoisse de se montrer en société

Il ne s'agissait pas d'un sujet initialement prévu dans l'enquête, ce qui explique que les informations ne soient disponibles que par le biais d'entretiens avec les résidents, mais compte tenu de l'importance qui lui est attribuée et de sa relation avec la fréquentation des espaces de loisirs et des destinations touristiques LGBT+, il semble approprié d'y consacrer cette section.

Après la quête personnelle de l'identité, il y a le fait social, puisque les êtres humains sont des êtres sociaux et que la sexualité est, pour la plupart des individus, un élément fondamental de la socialisation. Dans le jargon des milieux LGBT+ occidentaux, l'acte d'expliquer aux autres le sentiment d'appartenance à une minorité sexuelle ou de genre est connu sous le nom de « sortie du placard » ou « coming-out ».

Le faire dans un contexte qui n'est pas forcément favorable s'accompagne souvent d'une certaine dose de courage pour surmonter la peur des réactions des autres. Un effort qui n'est pas toujours facile à mener. Ares, par exemple, a repoussé sa décision pendant des années et, entre-temps, iel s'est « adapté·e au monde » et, même si son entourage est déjà au courant, iel affirme :

> *« Je suis toujours en train de le faire (de m'adapter au monde). La plupart du temps, je suis dans le placard »*[17] (Ares, 30 ans)

Il n'y a pas de manuel. Chacun trouve ou choisit son moment, la manière de le faire et avec qui. Felipe l'a fait alors qu'il était jeune adolescent, avec des résultats divers, influencés également par son contexte géographique :

> *« J'ai fait mon coming-out très jeune. Je plaisante toujours en disant que je suis sorti du placard quand j'étais encore courageux, n'est-ce pas ? Mais quand j'ai dit à ma famille que j'étais gay, il n'y avait pas la visibilité que l'on connaît aujourd'hui. Au Mexique, dans les années 90, la décennie a été marquée par une grande ouverture d'esprit, mais aussi par une forte homophobie, une homophobie qui était, du surcroît, politiquement correcte, tu t'en rends compte ? »* [18] (Felipe, 35 ans)

Le besoin d'avoir des références positives, des modèles dans lesquels se projeter, est un aspect essentiel par la plupart des personnes interviewées. Ou plutôt l'inverse, beaucoup d'entre eux se plaignent du manque de visibilité de personnes comme eux. Lorsque Olga (51) s'est reconnue lesbienne au milieu des année 1990, elle n'avait aucune idée de comment faire pour rencontrer d'autres lesbiennes parce qu'elle supposait que toutes les filles étaient hétérosexuelles, ce qui, à son avis, n'est plus le cas parmi les jeunes générations. Pour elle, comme pour d'autres personnes de sa génération, comme Ferran (54), s'engager dans des associations LGBT+ fut la solution et le début d'une vie nouvelle. Cependant, d'autres minorités sexuelles ont du mal à se retrouver dans la scène publique :

> *« Il m'a fallu de nombreuses années (pour sortir du placard) parce qu'il n'y avait pas de références non binaires, je n'avais pas vu de communauté spécifique de personnes non binaires, alors trouver mon chemin à travers tout cela, mentalement, du moins pour moi, n'a pas été si rapide. Et c'est une expérience que je partage avec beaucoup d'autres personnes. Pour moi, c'était comme être à mi-chemin, toujours en train d'hésiter... mais oui, mais non, sans en être sûre »* [19] (Sinae, 29 ans)

Après cette explication, Sinae montre avec fierté un badge avec un message à propos de la non-binarité accroché au revers de sa veste. En fait, l'activisme pour aider ceux qui restent dans le placard est une voie empruntée par plusieurs personnes dans le corpus informant. De petits gestes comme celui de Sinae et son badge, ou comme celui de Víctor qui, lors d'une visite du camp de concentration d'Auschwitz, a demandé au guide pourquoi il n'avait pas mentionné dans son explication les personnes LGBT+, qui a également subi les atrocités de la politique nazie. Dans ce cas, l'invisibilisation était due à un raccourci en raison du temps disponible. Face à cette situation, il ajoute que :

> *« C'est une situation constante, et si tu veux vivre dans la dignité, tu deviens un activiste parce que tu le portes en toi »*[20] (Víctor, 56 ans)

Ce militantisme a parfois un coût en termes d'exposition publique, ce qui accroît la pression sur les personnes qui se sont engagées dans une cause :

> *« Certaines personnes trouvaient que c'était digne d'intérêt (que je sois asexuel), si quelqu'un de nouveau apparaissait, on me poussait à le lui expliquer. Cela m'a énormément fatigué. De plus, j'étais très exposé, on m'arrêtait même dans la rue. Je me sentais très vulnérable. D'autant plus qu'on me posait des questions intimes »* [21] (Álvaro, 29 ans)

Le fait d'être le différent dans un contexte hétéronormatif est vécu différemment selon l'entourage, parfois avec un accompagnement bienveillant. C'est le cas d'Ari (22) qui, consciente des difficultés rencontrées par d'autres personnes pour vivre leur sexualité et construire leur identité de genre, admets

qu'elle a eu la chance d'avoir toujours été entourée d'un environnement qui ne m'a pas posé de problèmes à cet égard. Pere, d'une cinquantaine d'années son aîné, estime lui aussi avoir eu de la chance dans sa jeuneuse grâce à son entourage, mais son cas est particulier dans la mesure où il a grandi au sein d'une famille catholique en plein dictature militaire. Bien qu'il se qualifie lui-même comme *« bicho raro »* (que nous avons traduit par « drôle d'oiseau »), un euphémisme entre sympathique et désobligeant très en vogue pendant le franquisme, période de machisme et d'homophobie institutionnelle (Mira, 2004), il transmet l'idée que sa façon d'être était une préoccupation constante pour ses proches, et qu'ils veillaient sur lui pour qu'il ne s'éloigne pas trop du droit chemin :

> *« En quelque sorte, je peux dire que j'ai été privilégié, dès l'école, n'est-ce pas ? À l'école, j'étais un drôle d'oiseau et ils ont su très bien me guider. Ensuite, chez les scouts, je continuais à être un drôle d'oiseau et, quand même, ils m'ont donné des responsabilités et les parents étaient ravis que je m'occupe de leurs enfants alors qu'ils savaient que j'étais un drôle d'oiseau, que j'étais gay… Oui, oui, il était connu que j'étais gay »* [22] (Pere, 71* ans)

Pour d'autres qui ont grandi avec un accompagnement moins solide, leur sortie du placard tourne à l'échec et leur jeunesse devient très compliquée. Joel, qui a grandi dans une petite ville de la région de Catalogne, a opté de quitter les lieux avant d'atteindre l'âge adulte pour démarrer différemment en termes de visibilité vis-à-vis des autres et, par conséquent, avec un certain repli sur soi :

> *« Je suis sortie du placard à l'âge de quatorze ans, mais lorsque je suis arrivé à Barcelone et que j'ai commencé l'université, je ne suis sortie du placard qu'en deuxième année, parce que je voulais d'abord savoir comment étaient les gens, parce que je ne voulais pas retomber dans la galère que j'avais subie dans mon village »* [23] (Joel, 27 ans)

Alors que Joel, en raison de son passé récent, se replie sur lui-même lorsqu'il arrive à Barcelone, d'autres vivent la ville comme l'endroit idéal pour sortir du placard :

> *« C'est vrai qu'à Barcelone, il y avait un contexte dans lequel il était très facile de sortir du placard. Je n'aime pas trop l'expression « sortie du placard », mais j'avais un contexte, disons... je ne sais pas comment l'expliquer... comme un contexte très sûr pour expliquer ce qui m'arrivait, n'est-ce pas ? Ce n'était pas quelque chose à laquelle j'avais beaucoup réfléchi avant. Je veux dire, j'avais eu une relation hétérosexuelle auparavant et… eh bien, j'ai été confrontée à cette nouvelle situation et, rétrospectivement, je pense que j'aurais pu m'en rendre compte plus tôt, n'est-ce pas ? Je veux dire qu'ici, il y avait un contexte dans lequel expliquer cela n'était pas étrange, que c'était très facile »*[24] (Sara, 27 ans)

Les hésitations de Sara et les nuances par rapport au terme « sortir du placard » montrent que pour de nombreuses personnes, il ne s'agit pas d'un moment, mais d'un processus, et parfois pas d'un processus linéaire. En effet, les références à plusieurs « coming-out » sont récurrentes, de sorte qu'il faut régulièrement donner des explications sur leur intimité, comme un exercice à répéter dans des situations et des contextes différents :

> *« Les personnes LGTBIQ rentrons très souvent dans le placard, n'est-ce pas ? De manière inconsciente, comme lorsque, tout à coup, tes tantes te disent : « As-tu déjà une petite amie ? » et que tu ne dis rien, n'est-ce pas ? Ou lorsque tu vas à des rites plus sérieux ou dans des endroits plus élégants ou chics et que quelqu'un fait un commentaire en supposant que tu es hétéro et que*

> *tu ne clarifies pas les choses, tu retournes dans le placard dans des situations spécifiques »*[25] (Felipe, 35 ans)

Cette réflexion est particulièrement pertinente lorsqu'il s'agit de la sphère professionnelle. Bien évidemment, ce n'est pas le cas pour tout le monde. Sara (27), par exemple, travaille avec des amies et elles sont toutes lesbiennes, bisexuelles, ou hétérosexuelles mais très réceptives aux questions LGBT+. Ou encore Álvaro (29), qui travaille dans une grande entreprise dont la politique interne promeut la diversité tout en encourageant les employés à ne pas discuter de leurs questions personnelles. Pour d'autres, néanmoins, l'environnement de travail est le moins réceptif, voire le plus dangereux, pour se révéler en tant que LGBT+ :

> *« Le dernier tabou qui subsiste est l'entreprise... Bon, dans les autres domaines, il y a encore beaucoup à faire, mais, en gros, c'est l'entreprise. (...) Ce n'est pas mon cas (actuellement), mais c'est le dernier endroit où je suis sortie du placard. À la fin, j'en ai eu assez (rires), mais oui, c'était le dernier. Et je pense que c'est le plus problématique. Je ne sais pas pourquoi, mais c'est le plus difficile. Je suppose que c'est la peur de... eh bien, le travail, c'est le travail ! »*[26] (Cristina, 55 ans)

En effet, la sortie du placard au travail est plus tardive et graduelle. Dans le *Baromètre LGBT+ 2024*, il est indiqué que 69 % des Français LGBT+ ont confié leur orientation sexuelle à leurs collègues, tandis que seulement 49 % l'ont fait à leurs supérieurs hiérarchiques directs (L'Autre Cercle, 2024). Salvador, qui travaille actuellement pour une grande organisation, s'est montré ouvertement homosexuel dans certains emplois, mais a caché son orientation, au moins temporairement, dans d'autres :

> *« Évidemment, au travail, je n'ai pas sorti du placard à dix-sept ans, dix-huit ou vingt ans, je l'ai fait plus tard. C'est un contexte où, selon qui est le patron... tu vois ? Peut-être qu'il est très conservateur et, pour éviter des problèmes, tu te tais. (...) Dans le fast-food, je n'ai pas eu de problème, ils connaissaient déjà mon orientation. Je pense que c'est davantage lorsque j'ai commencé à occuper des postes plus qualifiés (...) Il ne faut pas oublier que le monde du travail est le reflet de la société et que s'il y a des comportements homophobes ou LGBTIphobes dans la société, il y en aura aussi dans le monde du travail »*[27] (Salvador, 38 ans)

Ainsi, la sortie du placard est un terme très efficace pour expliquer la donne, mais il ne correspond pas toujours à un seul moment, mais à plusieurs moments, à des processus parfois longs, à des allers et retours.

Chaque personne déploie ses propres stratégies pour sortir ou se cacher dans le placard, comme rejoindre des applications et des forums internet ; se joindre à des groupes organisés ; ne pas révéler son identité et profiter de l'occasion pour le faire si, par exemple, il a la possibilité d'étudier loin de son lieu d'origine ; révéler ou non son identité en fonction de l'environnement social du moment ; fréquenter des lieux de divertissement explicitement dédiés aux personnes LGTB+, etc. Plusieurs de ces stratégies peuvent être conjuguées en voyage, dans la mesure où il s'agit d'un nouveau lieu où il est plus facile d'agir de manière anonyme, sans les contraintes de la vie quotidienne, ce qui favorise la prise de risque et où il est possible de trouver des ressources LGBT+ qui ne sont pas disponibles dans son lieu d'origine.

Précisément, l'origine géographique des habitants de Barcelone ne donne que peu d'indications sur ce que cela implique. Certes, la plupart des personnes originaires de villes plus petites ont vu dans Barcelone une occasion de retrouver l'anonymat, mais leur relation avec leur lieu d'origine est très

disparate. Parmi ceux qui sont nés en Catalogne, par exemple, il y a ceux qui évitent de s'y rendre, comme Marc (29), ceux qui le font sans problème, comme Cecília (25), et ceux qui le font avec prudence, en particulier Víctor (56), qui revient souvent pour rendre visite à ses aînés et ne parvient pas à éviter une certaine tension causée par les mauvais souvenirs. Quant aux arrivants d'autres pays, il y a ceux qui citent Rome (Italie) ou Sofia (Bulgarie) comme des villes beaucoup plus fermées que Barcelone, et d'autres qui citent Mexico ou Brighton (Royaume-Uni) comme des villes aussi ou plus ouvertes que Barcelone.

Le consensus unanime est que, avec ses avantages et ses inconvénients, Barcelone est une ville plutôt propice à l'exploration de l'identité LGBT+ et, éventuellement, à sa révélation, même si ce n'est pas dans toutes les sphères et à tout moment. Sans aucun doute, cela place Barcelone dans une très bonne position pour se positionner sur la scène internationale LGBT+, en particulier pour la pratique du tourisme.

c Les cercles de socialisation LGBT+ à Barcelone ou ailleurs

Bien que l'identité propre soit très personnelle et que le coming-out, lorsqu'il a lieu, soit habituellement un acte individuel face au monde, de nombreuses personnes LGBT+ ont le sentiment d'appartenir à une communauté ou à un collectif. Le sentiment d'appartenance est parfois si fort qu'en catalan et en espagnol, l'expression « les gens du collectif » ou tout simplement « le collectif » sont des façons très répandues de se référer aux personnes LGBT+. De nombreuses personnes interviewées ont fait référence à ce collectif, ainsi qu'à des symboles reconnus et partagés, tels que le drapeau arc-en-ciel, certaines icônes culturelles et certains codes de communication non verbale. Cependant, ce sentiment d'appartenance à une communauté n'est ni univoque ni unanime.

Dans ce paragraphe, nous nous intéressons à la signification du sigle LGBT+ et au sentiment d'appartenance à celui-ci, mais dans la perspective d'étudier ensuite sa dimension spatiale, puisque la construction même des cercles sociaux des personnes LGBT+ a beaucoup à voir avec les espaces sûrs créés par et pour ces personnes. Des espaces qui sont parfois étiquetés comme gays ou lesbiens, mais qui sont souvent identifiés comme LGBT+ sans pour autant mesurer la corrélation réelle entre les personnes LGBT+ et leurs cercles de relations avec les espaces qui portent ou utilisent l'acronyme complet. Et c'est là un enjeu essentiel de ce travail, d'où l'importance de clarifier ce dont on parle quand on évoque les cercles de socialisation LGBT+.

En effet, cette communauté, qui englobe toutes les personnes LGBT+ au sens large du terme, revêt au moins trois significations selon les témoignages des résidents interrogés : un espace de construction identitaire, un moyen de mise à l’écart et une plateforme de revendications.

D'abord, l'idée de construire son identité dans des espaces sûrs partagés avec des pairs a été la plus fréquemment mentionnée. Le terme LGBT+ prend donc du sens en tant qu’espace social LGBT+ où chacun peut construire sa propre identité, un espace pour se légitimer :

> *« Cela fait du bien de pouvoir parler d'affection et de sexe avec des personnes qui ont des sensibilités proches des tiennes »* [28] (Adrià, 26 ans)

> *« Il est difficile d'avoir un cercle d'amis (non-LGBT+) parce que tu ne t'intéresses pas aux mêmes choses. Tu finis par penser que tu as un problème (et la communauté) peut t'aider à trouver des gens qui te ressemblent, des gens qui ne sont pas dans la norme et qui sont confrontés à des microagressions. LGBT+ (serait) comme (un) lieu de validation de ce que tu ressens comme juste parce qu'il est très facile de tomber dans l'auto-invalidation »* [29] (Álvaro, 29 ans)

Sur un plan plus concret de la vie quotidienne, Sinae explique comment elle a ressenti l'atmosphère de certains espaces de loisirs LGBT+ :

> *« En général (là où je suis allé·e), c'est plutôt à des événements ou à des endroits où je me sens mieux, plus accepté·e, plus libre, en quelque sorte. C'est ce que j'ai ressenti lorsque je les ai découverts il y a quelques années, bien avant de penser à quoi que ce soit, avant de sortir du placard, avant la question du genre. Pour moi, c'était comme... ok, ceci est synonyme de liberté, d'une certaine manière »* [30] (Sinae, 29 ans)

Une deuxième acception serait l'idée de se mettre à l'écart, de *« se déconnecter de la norme »*, pour reprendre les mots d'Álvaro (29). La norme dont il parle n'est autre que l'hétéronorme. Ainsi, l'environnement de la communauté serait comme une oasis de paix pour les personnes qui n'arrivent pas à s'intégrer dans les structures de la majorité sociale ou qui, vivant leur vie quotidienne en harmonie avec elle, ont parfois besoin de s'éloigner pour faire l'expérience de tout ce qui ne correspond guère à leur environnement quotidien. À nouveau, nous devons faire face à une définition floue. En effet, tous ne donnent pas le même sens à l'hétéronorme, certains l'assimilant inévitablement à l'idée de patriarcat, tandis que d'autres la relient au capitalisme, ou encore au conservatisme moral ou religieux. Et au-delà des grandes structures sociales, c'est parfois dans les cercles sociaux les plus proches que la pression de la norme est la plus difficile à gérer :

> *« C'est dans le cercle d'amis que cela (la transition) affecte le plus, parce qu'ils connaissent ton ancienne identité. C'est ce qui a le plus affecté ma tranquillité d'esprit. Je me suis senti·e dépassé·e en général et j'ai laissé·e écouler cinq ans avant de m'y mettre sérieusement »* [31] (Ares, 30 ans)

Un troisième sens sous-jacent à l'idée de communauté LGBT+ a été évoqué sous forme de plateforme de revendications collectives. Il ne s'agirait donc pas de se tenir à l'écart ou de s'isoler, mais de se regrouper pour faire face et tenter de changer les mœurs dominantes ou de promouvoir des lois bénéfiques pour les personnes LGBT+. Qu'il s'agisse de petits changements pour parvenir à des mœurs sociales progressivement plus décontractées :

> *« La question de l'expression du genre, d'après mon expérience, n'est pas tant liée au fait d'être queer qu'au fait de pratiquer le genre d'une manière moins normative que celle à laquelle nous sommes socialement habitués, tu vois ? »* [32] (Adrià, 26 ans)

Qu'il s'agisse de changements majeurs nécessitant un large consensus social :

> *« Disons que j'ai pratiquement assumé le fait que le monde... Écoute, je ne pense pas que je vivrai un jour la normalisation du langage neutre, bien que j'aimerais bien ! »* [33] (Ares, 30 ans)

Ou qu'il s'agisse simplement d'une stratégie de survie et de solidarité face à une situation défavorable :

> *« Je crois qu'à l'heure actuelle, il y a plus d'union des lettres face aux menaces extérieures, disons de nature politique et sociale »*[34] (Ferran, 54 ans)

Certains enquètés ont l'impression que la lutte pour les droits était beaucoup plus simple lorsque la situation était pire et que la visibilité des personnes LGBT+ n'était focalisée que sur les personnes homosexuelles et trans. Ils évoquent le fait qu'à l'époque, l'absence de droits était si flagrante que le consensus était nécessairement plus facile. En effet, l'obtention progressive de droits par les personnes LGBT+, qui se rapprochent de plus en plus de l'égalité avec les personnes non-LGBT+, ouvre la voie à des revendications beaucoup plus ciblées et rend les débats plus complexes.

Des nombreux exemples ont été mis sur la table ces derniers années en Espagne, comme la querelle entre différents groupes féministes au sujet de l'approbation de la Loi trans ; le débat sur la pertinence ou non de la légalisation de la gestation pour autrui ; ou encore l'utilisation du langage inclusif.

Ayant un socle assez solide de nouveaux droits, bien que parfois contestés, de nouvelles revendications sont venues s'ajouter au débat et, assurément, certains sujets ne font pas l'unanimité. D'autant plus que nombre d'entre elles sont sur la table en raison de la visibilité croissante de groupes minoritaires qui restaient auparavant presque invisibles, tels que les personnes intersexuées, agenres et aromantiques, qui, d'ailleurs, commencent timidement à trouver leur place dans la littérature académique dans ce que l'on appelle les géographies queer non sexuelles (Jukes, 2024). Álvaro, par exemple, remet en question cette cohésion collective et déplore le manque de compréhension que les personnes asexuelles reçoivent de la part de certaines personnes LGTB+ et de certains collectifs, en particulier ceux qui, à l'époque, se sont peut-être battus avec ardeur pour les droits les plus fondamentaux, mais qui ont aujourd'hui du mal à comprendre certaines revendications, non seulement en ce qui concerne la communauté asexuelle en tant que telle, mais aussi en ce qui concerne des concepts plus transversaux :

> *« Il serait important d'établir davantage de liens (entre des communautés spécifiques au sein de la communauté LGBT+). Il reste un long chemin à parcourir en ce qui concerne la bisexualité face au monosexisme »* [35] (Álvaro, 29 ans)

Cette situation correspond à ce que certains auteurs ont appelé « la domination du principe d'identité », par laquelle un morcellement excessif en communautés conduit à une fragmentation de l'univers LGBT+ et qui se manifeste de différentes manières, telles qu'une faible solidarité interne entre les groupes au sein du mouvement LGBT+, ce qui aurait rendu le mouvement moins dynamique (López Seoane & Palmeiro, 2021).

Dans la pratique, les cercles de socialisation véritablement LGBT+, toutes lettres confondues, sont rares parmi les enquêtés, aussi bien parmi les résidents que parmi les touristes, à l'exception de certains d'entre eux qui sont impliqués dans des associations transversales. En effet, plusieurs témoignages précisent que leur contact avec des personnes LGBT+ ayant une identité sexuelle ou de genre différente de la leur s'est fait dans le cadre d'associations et de groupes organisés. Il s'agit de lieux de découverte de l'autre et de prise de conscience de la diversité des profils que recouvre le terme LGBT+. Ferran, par exemple, a rencontré plusieurs personnes trans lors de son passage dans une association œuvrant l'introduction d'une approche inclusive dans l'éducation formelle, mais il explique qu'il s'agit d'un moment particulier de sa vie qui ne s'est pas poursuivi. Il en va de même pour ses connaissances hétérosexuelles, dont il s'est éloigné lorsqu'elles ont commencé à avoir des enfants ou en raison d'autres circonstances de la vie :

> *« Les (amis) qu'il me reste maintenant, oui, ils sont pratiquement tous gays »* [36] (Ferran, 54 ans).

Aleix (39) a également construit des cercles LGBT+ pour son quotidien privé et professionnel, et les amis hétérosexuels qu'il a sont ceux de son lieu d'origine. Parfois cette vie antérieure est préservée en même temps que de nouvelles connaissances dans des cercles séparés, comme Adrià (26) qui conserve son groupe d'amis non LGBT+ de l'adolescence. Cependant, d'autres interviewés ont un entourage mixte, LGBT+ et non-LGBT+. Le cercle restreint d'amis d'Olga, par exemple, se compose principalement de couples hétérosexuels et de couples de femmes, et elle souhaite qu'il en reste ainsi :

> *« Quand je sors, c'est pour boire une bière, tranquillement, et je n'ai pas besoin d'être dans un endroit où il n'y a que des (femmes). Nous nous rencontrons dans tous les espaces (...), je veux dire... j'ai toujours pensé que le ghetto, ce n'était pas bien (...) parce que je n'ai jamais quitté mes amitiés... je n'ai jamais, jamais, jamais cessé d'avoir mon autre monde »* [37] (Olga, 51 ans)

Comme Olga, la plupart des personnes LGBT+ ayant un entourage non-LGBT+ à forte présence, parlent très peu des espaces ou établissements de loisirs LGBT+.

Pourtant, rares sont ces liens mixtes avec d'autres communautés qui vont au-delà, et pour la plupart d'entre eux, les cercles proches se cantonnent à leur communauté spécifique, chacune ayant ses propres lettres de référence :

> *« Oui, vraiment, mon environnement... les seuls amis que j'ai qui ne font pas partie du collectif sont ceux de l'université et certains de l'école qui, eh bien, nous nous rencontrons parfois (...). En fait, 95 % des contacts que j'ai sont avec des personnes LGBT et 90 % d'entre elles sont des GBHSH*[xxx] *»* [38] (Pol, 28 ans)

> *« Je rejoins une communauté LGTBI+ et, au sein de cette communauté, qui est extrêmement variée, extrêmement large, je vais fréquenter des gens avec lesquels je vais me sentir encore plus à l'aise (...) Mais je pense que c'est la tendance logique, n'est-ce pas ? Je suis de condition X et je vais essayer de me fréquenter des gens de condition X parce que, surtout, je vais me sentir plus à l'aise, plus en confiance, et c'est normal »* [39] (Iker, 34 ans)

Cela est valable pour les couples de lesbiennes et de gays qui partagent une vie intime, et également pour des asexuels comme Álvaro (29) qui privilégie les partenaires ayant un degré d'asexualité similaire au sien, parce qu'une demande sexuelle trop poussée lui poserait des problèmes. Selon lui, les personnes asexuelles font souvent l'objet d'une incompréhension de la part de sujets ayant des identités plus ordinaires ou moins complexes.

La situation est également compliquée pour ceux qui fondent leur identité sur plus d'une lettre, comme les bisexuels, les pansexuels ou ceux qui s'engagent dans une relation polyamoureuse lorsque leur partenaire est monosexiste et se sent mal à l'aise en raison d'un manque d'ouverture ou d'une difficulté à comprendre une identité sexuelle autre que la leur. Théo (22), homme trans, par exemple, entretien sans problème une vie affective avec un homme et une femme, tandis que Atalanta (32) commence à s'adapter au fait que sa nouvelle copine a un petit ami et à l'idée de bâtir quelque chose de stable à trois. Sinae, quant à elle, se sent désormais plus à l'aise avec un partenaire non binaire et bisexuel comme lui, qu'elle ne l'était auparavant avec un petit ami bisexuel qui n'était pas très ouvert à ce sujet :

[xxx] GBHSH fait référence à des homes gays, bisexuels ou ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes.

> *« (Je fréquente) beaucoup de personnes trans, la plupart de mes proches le sont. Parce que cela crée un espace sûr, bien plus sûr qu'avec n'importe quel autre collectif. Et dans l'appartement (où je vis), tous font partie de la communauté, d'une certaine manière. Il y a des garçons cis gay, il y a une fille asexuée... »*[40] (Sinae, 29 ans)

La quête d'identité se poursuit donc bien au-delà du coming-out initial. Et pour de nombreux résidents interviewés, ceci se fait au sein de leurs cercles LGBT+, au-delà de leur famille d'origine et de leur lieu de travail, d'où l'importance des activités de loisirs et des voyages dans la construction d'identités à l'abri des préjugés et des jugements. En effet, parmi les personnes ayant répondu au questionnaire, 68,1 % ont voyagé à Barcelone accompagnés d'au moins une autre personne LGBT+ et 26,7 % ont voyagé en couple ou avec leurs partenaires.

Enfin, il y a des personnes qui, s'identifiant comme non hétérosexuelles ou non cisgenres, ne se sentent pas interpellées par la notion de LGBT+ ou ne considèrent pas qu'elle les représente. Il a déjà été fait mention de personnes issues d'autres contextes culturels où le fait d'être LGBT+ s'exprime à travers d'autres notions, mais Kevin (23), par exemple, né en Espagne, est un homme trans qui aime les femmes et reste plutôt indifférent à l'acronyme LGBT+. Il sait qu'il en fait partie, il célèbre les premiers indices LGBT+ qui apparaissent dans sa commune aux portes de Barcelone, mais il ne se sent pas très attiré par tout ce qui porte cette étiquette. En fait, seule la moitié des touristes ayant répondu au questionnaire ont déclaré se sentir « tout à fait » identifiés par l'acronyme LGBT+. Aux antipodes, 6 % des répondants, composés d'hommes gays cisgenres, déclarent ne pas se sentir « du tout » identifiés. Ils sont suivis d'un 16 % des répondants au profil varié, qui se disent faiblement interpellés et sur lesquels nous ne disposons pas d'autres détails.

A ce sujet, le témoignage de Toño (48* Obs.), ouvertement gay, en couple et employé de longue date dans un établissement non mixte accueillant exclusivement le public GBHSH, est spécialement révélateur. En effet, il se montre politiquement anti-LGBT+, tout en soulignant ses réticences à l'égard des discours qui revendiquent « la fierté LGBT+ » ou qui arborent un « collectif » qui, à son avis, n'est qu'un impossible amalgame. En ce sens, il considère que les politiques en faveur des personnes LGBT+ approuvées en Espagne ces dernières années sont une erreur, puisqu'il est favorable à des lois qui rendent tous les citoyens plus égaux, au lieu de les identifier comme différents.

La notion des LGBT+ en tant que groupe est donc importante pour l'identification de soi au sein du groupe, pour création d'identité, pour identifier avec qui socialiser, avec qui partager les revendications, avec qui s'entourer afin de créer des espaces sûrs. C'est aussi un terme efficace pour la communication, pour expliquer le positionnement personnel dans un cadre sociale plus large. Il est également utile pour l'industrie des loisirs et du tourisme, qui se sont également approprié cette notion pour identifier et promouvoir des produits et des destinations touristiques.

Les différentes significations, la fragmentation interne de la communauté LGBT+ et les ambivalences des personnes à propos de l'identification à l'acronyme soulèvent d'autres questions qui se révèlent particulièrement pertinentes en termes d'activités de loisirs. Par exemple, qu'est-ce que ce prétendu tourisme LGBT+ ? est-il pertinent de parler de tourisme queer ? est-il logique d'inclure les personnes asexuelles dans les activités de loisirs LGBT+ ? ou d'inclure les personnes intersexuées dans les offres de voyage LGBT+ ?

4.2 Les mobilités et les expériences de vie comme facteurs fondamentaux de la socialisation

Les expériences accumulées, tout ce qui a été vécu, peuvent conditionner la socialisation des personnes dans tous les domaines, y compris les loisirs et le tourisme. Cette section se concentre sur les effets de ce passé sur la socialisation du présent. Dans ce cas, il s'agit de repositionner les identités LGBT+ en fonction des trajectoires de vie. Pour ce faire, l'accent est mis sur deux aspects majeurs, les mobilités et les intersectionnalités.

La mobilité comprend à la fois la mobilité résidentielle et la mobilité temporaire, que ce soit en tant que migrants ou en tant que touristes, puisque tous ces éléments font partie d'un système de mobilité spatiale vaste et complexe, où les différentes formes de mobilité ne peuvent pas être considérées comme des compartiments étanches, mais doivent être interprétées comme des pratiques souvent hybrides dont les frontières sont floues (Guibard et al., 2023). Les intersectionnalités, quant à elles, se conjuguent généralement dans des situations de discrimination en raison de celles-ci. Il s'agit d'expériences, plus ou moins positives, ou plus ou moins négatives, qui façonnent les personnes et conditionnent leur socialisation et elles seront abordées comme des éléments qui influencent non seulement les trajectoires de vie, mais aussi la socialisation, y compris entre pairs.

L'ensemble du corpus informant est concerné, aussi bien les résidents interviewés, que les touristes qui ont répondu au questionnaire, et les personnes croisées lors des observations de terrain. D'autant plus que ce sont eux-mêmes qui ont évoqué les mobilités et les expériences vécues comme des éléments fondamentaux dans la fabrique de leur identité.

Cette section comprend trois parties. La première traite de la mobilité résidentielle en tant qu'élément essentiel de la vie d'un nombre non négligeable de personnes qui vivent à Barcelone et qui finissent par faire partie de ce que, dans les études touristiques, nous appelons la population locale. La deuxième partie traite de l'aspect LGBT+ de ces mobilités résidentielles, dans lesquelles le tourisme joue un certain rôle. Enfin, les intersectionnalités, en tant que phénomène individuel et collectif, sont abordées avec les discriminations qui généralement les accompagnent et en tant qu'élément crucial pour la socialisation des personnes qui les ont subies.

a Des mobilités résidentielles qui contribuent à créer la « population locale »

Les mobilités sont consubstantielles à l'être humain et l'expérience de la mobilité, résidentielle et touristique, joue un rôle non négligeable dans la création et le développement de l'identité, souvent plurielle, de chacun (Hughes, 1997) (Zerva & el Quardi Ahbouch, 2021). Les personnes LGBT+ qui constituent le corpus informant de cette thèse ont toutes, sans exception, des expériences de mobilité touristique et une grande majorité d'entre elles ont également des expériences de mobilité résidentielle,

bien que leurs trajectoires individuelles soient très différentes. Des identités façonnées par des expériences hétérogènes nous rappellent que chacun est différent de son voisin.

Ainsi, nombre d'entre eux ont vécu dans plusieurs endroits, ont grandi au sein de deux ou plusieurs cultures, ont été en contact avec plusieurs langues, ont été immergées dans des contextes culturels divers, dans des cadres juridiques dissemblables, en plus d'avoir voyagé en tant que touristes. Tous ces facteurs ont un impact sur les individus et leur identité, ce qui est également valable pour les personnes LGBT+. D'autant plus que l'orientation sexuelle, l'identité de genre, l'expression de genre ou les caractéristiques sexuelles sont traitées différemment d'un pays à l'autre ou d'un contexte culturel à l'autre, ce qui peut se traduire par des situations légales à l'opposé les unes des autres et par des clivages particulièrement dramatiques.

Parmi les résidents interviewés, 89,8 % ont fait l'expérience de la mobilité résidentielle au-delà de Barcelone, soit parce qu'ils sont nés ailleurs, soit parce qu'ils sont nés à Barcelone mais ont vécu ailleurs. La collecte de données à ce sujet a été faite sans souci d'exhaustivité, il est donc fort possible de déceler des omissions et des oublis, mais tout de même, l'ensemble des 49 personnes interviewées ont vécu dans au moins 73 communes de 27 pays (Carte 4.1).

Les cartes montrent que la plupart des lieux de résidence se situent dans des pays où une forme d'union civile ou de mariage entre personnes de même sexe est actuellement autorisée. Cependant, cela ne signifie pas que la situation légale était favorable lorsque les personnes interrogées y vivaient, comme il sera abordé dans la section 3.3.

Toutes ces mobilités font partie de l'expérience vécue et, à des degrés divers, ont influencé la manière dont la personne s'est construite en tant que LGBT+. D'autant plus que l'orientation sexuelle ou l'identité de genre ont conditionné, voire contraint, certaines de ces mobilités.

En outre, il y a des mobilités qui s'effectuent dans la ville même, une expérience qui concerne 91,8 % des résidents interviewés.

Les motivations pour établir sa résidence quelque part sont très diverses, et parfois multiples : avoir obtenu un poste ou essayer d'en trouver un, suivre des études, pour des raisons familiales, pour chercher asile, pour revenir après une parenthèse, ou tout simplement pour changer de cadre de vie. Toutes ces options ont été évoquées par les résidents interviewés, qui n'ont pas toujours vécu dans la ville ou à proximité.

La plupart de ceux dont le parcours professionnel ou étudiant les a amenés à Barcelone avaient d'autres options possibles, et le fait qu'ils considéraient la ville comme agréable à vivre a été un facteur qui a joué à maintes reprises en faveur de leur choix définitif. D'autres n'ont pas eu le choix, en particulier ceux qui, enfants ou adolescents, étaient à la merci des circonstances familiales.

Enfin, certaines personnes nées à Barcelone ont fait un ou plusieurs allers-retours résidentiels pour des raisons d'études ou de travail, notamment Pere (71*), qui est rentré lorsqu'il a pris sa retraite après une longue vie professionnels à l'étranger. D'autres, comme Sinae (29), parlent d'un retour après une rupture.

Le cas des étudiants est particulier, puisque certains d'entre eux sont installés dans la ville depuis longtemps et répondent aux critères de cette enquête. Mais d'autres, comme ceux qui bénéficient du programme Erasmus ou similaire et qui ne restent que quelques mois, n'ont pas été considérés comme des résidents pour ce travail.

Carte 4.1 Trajectoires de vie. Lieux de résidence des interviewés avant d'habiter à Barcelone

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+ et la ILGA World Database pour les informations légales sur l'homosexualité (données de novembre 2024).

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

D'ailleurs, il est fort probable qu'ils ne se considèrent eux-mêmes ni comme des résidents ni comme des touristes, mais leur connaissance de la ville et leur façon de la vivre sont nécessairement différentes de celles d'un touriste ne séjournant que quelques jours et d'un résident de longue durée. Quoi qu'il en soit, les étudiants jouent certainement un rôle dans le panorama de la socialisation LGBT+ dans la ville, puisqu'ils ont été mentionnés par de nombreux résidents au cours des entretiens.

En ce qui concerne les touristes ayant répondu au questionnaire, nous ne connaissons pas leur parcours résidentiel, mais il y a un décalage entre les 35 nationalités déclarées et les 27 pays de résidence, puisque 21 % des répondants ne vivent pas dans le pays indiqué par leur passeport. La plupart des mobilités que cette circonstance implique concernent des résidents en Europe, qu'il s'agisse d'Européens vivant dans un autre pays européen ou d'Asiatiques et d'Américains installés en Europe. L'Europe est la principale région émettrice de touristes vers Barcelone, en raison de sa proximité et de la tradition touristique accumulée. Les États-Unis sont une autre source importante de touristes et, dans ce cas, un tiers des touristes arrivés de ce pays l'ont fait avec un passeport étranger. Enfin, dans la section Autres du

graphique 4.4, sont inclus des Européens dans d'autres continents et des mobilités résidentielles sud-sud.

Ce qui compte en matière de statistiques touristiques, c'est le lieu de résidence, parce que la convention internationale le stipule ainsi (UNWTO, 2011), ce qui est tout à fait logique en vue des bilans fiscaux des États ou des études concernant les moyens de transports. Mais cette discordance peut être significative pour une étude qualitative plus fine portant sur les relations entre les personnes.

Fig. 4.1 Résidence-Nationalité. Concordance ou non entre les touristes enquêtés

Fig. 4.2 Mobilités selon l'origine nationale et la région de résidence des touristes enquêtés

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Outre les mobilités résidentielles, il faut également prendre en considération les mobilités touristiques. À ce sujet, tous les répondants au questionnaire ont voyagé en tant que touristes, puisque c'était une condition nécessaire, et tous les résidents interviewés l'ont également fait, bien qu'à degrés très variables.

Les personnes auprès desquelles les informations ont été collectées au cours de l'enquête ont en commun d'être présentes à Barcelone à un moment donné. Que ce soit en tant que touriste dans un passé récent ou en tant que résident au moment du travail sur le terrain. Mais il y a plusieurs façons d'être résident à Barcelone et d'y vivre. En effet, ce que nous appelons la population locale est un collectif très hétérogène, un amalgame de circonstances particulières qui constituent l'ensemble social d'un lieu, d'une destination, spécifique. Toutefois, l'interprétation des limites de la destination par un touriste peut différer de celle d'un habitant. Une lecture qui peut prendre une tournure particulière lorsqu'il s'agit de désigner la population locale.

Pour Dirk (28* Obs.), par exemple, un Néerlandais rencontré dans un hébergement MisterBnB, le patron et moi-même faisions partie de la population locale, mais il se trouve que Jacobo (34* Obs.), le patron, était un Madrilène qui n'habitais à Barcelone que depuis quelques mois, et que je vivais en France en ce moment et n'avais plus habité à Barcelone depuis une vingtaine d'années. Pourtant, dans la pratique, pour Dirk, Jacobo et moi répondions à ce qu'il attendait de la population locale. En effet, il a fait des références qui vont au-delà de la destination « Barcelone », qu'il assimile à la destination touristique « Espagne », comme la *paella* ou les *tapas*, et d'autres éléments qui sont devenus des incontournables de la stratégie publicitaire ordinaire malgré leur absence d'enracinement à Barcelone ou en Catalogne.

À un moment, cependant, il a posé une question sur un aspect culturel qui lui échappait : les panneaux en catalan dans l'espace public. La langue locale est un élément clé de l'identité du lieu et une approche des habitants basée sur leur relation avec les langues peut aider à montrer la complexité identitaire de la ville. Il y a par exemple des interviewés qui sont nés dans la région barcelonnaise et ont été scolarisés en catalan, mais qui n'utilisent jamais cette langue, comme Kevin (23). D'autres, comme Víctor (56), sont parfaitement bilingues catalan-castillan et s'expriment indistinctement dans l'une ou l'autre langue selon leur état d'esprit, mais le jour de l'entretien, Víctor venait de subir une contrariété et a surtout fait appel à sa langue maternelle, l'espagnol. Si la quasi-totalité des étrangers et des Espagnols nés en régions non catalanophones s'expriment en espagnol, Borja (31), né à Madrid, et Gabriel (41), Portugais, tous deux arrivés à Barcelone à l'âge adulte, s'expriment dans un catalan impeccable. Enzo (56), originaire de l'Amérique du Sud, ne l'utilise pas au quotidien, mais il a réussi à passer un concours en catalan. D'autres, comme Sinae (29), ont appris l'espagnol à leur arrivé en Espagne et, bien qu'iel comprenne le catalan, iel a du mal à comprendre pourquoi cette langue est utilisée lors d'événements internationaux tels que les discours de la Pride Barcelone. Jorge Enrique (24), quant à lui, ne savait même pas que l'on parlait catalan à Barcelone lorsqu'il est arrivé du Mexique pour suivre des cours dans une école de commerce de la ville. Enfin, Dave (40), qui vit à Barcelone depuis 13 ans, ne parle pas le catalan et parle avec difficulté l'espagnol en le mélangeant parfois à l'anglais. Il y a aussi, bien évidemment, des catalanophones pour qui certaines des positions susmentionnées par rapport à la langue catalane peuvent être conflictuelles.

Le terme *« guiri »* utilisé par certaines personnes lors des entretiens et des observations peut illustrer la complexité de la question de l'identité des touristes et des résidents étrangers. Il s'agit d'un mot très courant dans le langage informel, que le dictionnaire de la Real Academia de la Lengua Española définit comme *« touriste étranger »*. Lorsque Ari (22) parle d'une foule de *guiris* débarquant comme une vague des bateaux de croisière, elle souligne l'idée de masse, puisqu'elle n'utilise pas ce terme lorsqu'elle fait des appréciations plus nuancées sur les touristes. Felipe (35), quant à lui, se réfère aux *guiris* comme à des touristes non hispanophones, plutôt européens ou américains, une étiquette qui, selon lui, ne correspond pas vraiment à un touriste arabe ou asiatique, et surtout pas à un touriste mexicain qui peut parler aux locaux en espagnol. Ce lien est important et c'est Manfred (45* Obs.), un résident flamand rencontré dans un club gay, qui le soulève en se désignant lui-même comme *guiri*. Même s'il le fait en plaisantant, il ne fait qu'admettre qu'il maîtrise très mal l'espagnol, bien qu'il ait vécu en Espagne depuis des années. L'acception la plus répandue est un hybride de toutes ces appréciations : La référence de Felipe à l'origine des touristes, qui renvoie à l'origine temporelle du terme et aux premiers touristes arrivés sur les côtes espagnoles dans les années 1960 ; un certain rejet, pour ne pas dire un certain mépris, exprimé par Ari et visant principalement ceux qui ne respectent pas la destination et ses habitants ; et une certaine moquerie, illustrée par le ton farceur de Manfred, concernant la non-maîtrise des codes locaux.

L'appartenance à un lieu est relative, tout comme le sont les liens avec la ou les cultures d'un lieu. D'autant plus que Barcelone est une ville au cosmopolitisme remarquable et à une fréquentation touristique très diversifiée. Toutes ces nuances viennent rompre avec non seulement l'idée d'homogénéité et d'uniformité des touristes d'une part et des résidents d'autre part, mais aussi les notions d'origine et de destination des touristes. En effet, il peut arriver que le lieu d'origine d'un touriste visitant Barcelone soit une ancienne destination touristique d'un résident à Barcelone, ou qu'il y ait vécu dans

le passé, ou encore qu'il s'agisse de son lieu de naissance. Dans ces cas, le lieu d'origine du touriste prend une tout autre dimension à l'égard du résident.

Il y a donc différentes manières d'être à Barcelone, qui s'enchevêtrent entre les sentiments d'appartenance, le temps passé dans la ville et l'intensité des moments vécus en ville. Sur ce point, les déplacements pendulaires des étudiants et des travailleurs entre la ville et les zones à proximité peuvent générer des expériences très superficielles du vécu de la ville, comme Candi (40), qui, bien qu'il soit né dans la région, qu'il ait vécu pendant quelques années avec son petit ami dans le quartier de la Sagrada Família et qu'il habite toujours près de Barcelone, la présence de la ville de Barcelone est très faible dans son esprit. En revanche, une fréquentation touristique récurrente peut générer des niveaux très élevés de connaissance de la ville, ou du moins de certains aspects de celle-ci. Parmi les touristes qui ont répondu au questionnaire, 23 avaient visité la ville cinq fois ou plus au cours des trois dernières années, et 29 l'avaient visitée cinq fois ou plus auparavant. Parmi eux, 14 ont coché les deux options, ce qui indique un niveau de fidélité assez élevé à une destination touristique qui a été visitée au moins dix fois.

En ce qui concerne le temps passé en continu à Barcelone, entre le court séjour de la visite touristique et les cinq personnes interviewées qui ont vécu sans interruption dans la ville, il existe un large éventail de possibilités temporaires, telles que les étudiants Erasmus et ceux qui sont là pour une longue période, ainsi qu'un large spectre de degrés d'engagement, allant des expatriés qui ne maîtrisent aucune des langues locales aux immigrants qui se sont parfaitement intégrés à la vie de la ville.

Compte tenu de toutes ces éventualités, il semble pertinent de se demander qui les touristes considèrent comme la population locale et dans quelle mesure les locaux se considèrent comme tels, d'autant plus que Barcelone fait partie des villes les plus diversifiées au monde en termes de population issue de pays et de milieux culturels différents (Florida, 2010). En effet, plusieurs facteurs peuvent troubler les conventions à ce sujet, tels que ceux qui déterminent la connaissance de la ville, qui peut être totalement inégale, non seulement parmi les touristes, mais aussi parmi les résidents, puisqu'il existe de nombreuses façons d'être dans la ville et d'en faire l'expérience.

b Migrer à Barcelone en tant que personne LGBT+

En parlant de mobilités résidentielles, la question LGBT+ a été soulevée sous diverses formes, généralement accompagnée d'autres raisons, mais assurément avec une réelle influence. En ce sens, le désir de quitter un endroit hostile aux personnes LGBT+, le désir d'aller à Barcelone ou une combinaison des deux ont été décelés. À des degrés divers, un résident interviewé sur cinq a évoqué que le fait d'être une personne LGBT+ a influencé leur décision de déménager et le choix du nouveau lieu de résidence, bien que conjugué presque toujours avec d'autres raisons, comme une mobilité professionnelle ou d'études.

D'abord, ceux qui cherchaient à échapper à leurs lieux d'origine, comme Santiago (58) qui a décidé de quitter son pays à la suite d'une situation conflictuelle au travail à cause de sa condition de personne

LGBT+ et de séropositive, ou comme Joel (27), qui voulait fuir la petite ville où il a grandi et où il a été victime de brimades et de harcèlement pendant son adolescence. Joel dit qu'il s'est « sexilié », mot-valise pour 'sexuel' et 'exile', et bien que Santiago n'utilise pas ce mot, leurs migrations, à 60 km de chez lui pour l'un et à 11.800 km pour l'autre témoignent du même besoin de fuir. Dans ces deux cas, la fuite n'est pas la même. Alors que la première, du village à la ville, est motivée par la pression sociale et le manque de référents (Aragó Navarro, 2020), la seconde, d'un pays à l'autre et d'une ville à l'autre, répond à des politiques répressives et à la persécution (Gorrón Avendaño, 2024). Pour eux, ce n'est pas l'attrait de Barcelone qui les a amenés dans cette ville, mais le sentiment qu'ils ne voulaient pas rester là où ils habitaient. Alors que, pour Joel, il s'agissait de la solution logique, Barcelone étant la grande ville la plus proche, poursuivant ainsi cette représentation émancipatrice des grandes villes largement répandue – bien que ce ne soit pas toujours le cas – (Bonté, 2022), pour Santiago, le choix de Barcelone relevait du « hasard » :

> *« J'ai pris une année de congé sabbatique, je suis venu en Europe pour un voyage et j'ai fini à Barcelone, qui n'était pas une ville que j'avais l'intention de visiter (...) La perspective selon laquelle Barcelone est super ouverte sur le sujet LGBT n'est distinguable qu'en interne. C'est-à-dire que ce que l'Amérique latine voit, à cette époque (les années 2000), ce sont les Pays-Bas ou même l'Allemagne ou d'autres pays très avancés, mais l'Espagne n'était pas vraiment une référence. Il y avait la possibilité de se pacser, mais le mariage n'est arrivé qu'en 2005. Peut-être que Barcelone était connue comme une ville bohème et artistique, mais pas tellement pour la question LGBT »* [41] (Santiago, 58 ans)

Pour d'autres, le choix de Barcelone résulte de la combinaison d'un lieu qui les repoussait pour leur condition de personne LGBT+ et d'une attirance pour une ville qui leur offrait l'illusion d'une vie meilleure. Là encore, il n'y a pas de contraintes d'échelle et cela peut arriver à des personnes au niveau local ou international. Guido (33) est italien et a vécu dans un contexte très fermé et anxiogène pour une personne LGBT+ qui souhaitait s'épanouir pleinement et vivre sa sexualité en toute liberté. Barcelone lui apportait tout ce qu'il ne pouvait pas trouver dans son lieu d'origine.

Pour la plupart des personnes interviewées nées en région de Catalogne, l'attirance pour Barcelone n'étaient pas aussi grave que pour Joel (27), ou du moins, elle a été exprimée par de mots plus doux. Certainement, beaucoup d'entre eux voyait Barcelone comme un lieu où pouvoir s'épanouir, un lieu d'anonymat qui a été découvert au moment de commencer les études universitaires ou lors des visites hebdomadaire le weekend. C'est le cas de Xevi (45), qui y a développé une vie qu'il n'aurait pas pu construire dans sa ville natale, ou comme Aleix (39), qui avait envisagé depuis toujours de venir y vivre et qui n'attendait que l'occasion propice. Les deux ont fait des allers-retours plus ou moins fréquents entre leur lieu d'origine et Barcelone avant de s'installer en ville leur ont permis une découverte progressive de la ville et du milieu LGBT+. La ville vécue par migration temporaire pendant les week-ends, les vacances ou en séjour d'études, et de façon plus ou moins anonyme (Chauvin & Lerch, 2013).

L'attrait de la ville comme lieu idéal pour exercer librement les identités LGBT+ a été largement évoqué dans la littérature académique (Bell & Valentine, 1995) (Eribon, 2012). Cette question, longtemps acceptée et considérée comme certaine, a commencé à se nuancer ces derniers temps. Une des contributions va dans le sens que ces migrations avec des motivations LGBT+ ne répondent pas toujours à un mouvement linéaire rural-urbain, mais peuvent suivre des trajectoires différentes avec des points intermédiaires ou des allers-retours (Blidon, 2007), comme l'ont attesté certains des résidents interrogés. Une deuxième ligne de discussion est le rôle des zones rurales ou des villes intermédiaires comme

espaces où mener une vie LGBT+ est possible, surtout si l'on parle de lieux où des droits en faveur de l'égalité ont déjà été obtenus, même si parfois le manque de référents est notable (Langarita Adiego et al., 2019) (Rodó-Zárate, 2022). Il est vrai que, sans ces droits, mener une certaine vie LGBT+ peut être également possible, bien que cela réponde probablement à des codes différents de ceux qui sont habituels dans les villes (Kramer, 1995).

Les expériences, les désirs et les possibilités de chacun tracent des trajectoires qui peuvent être décortiquées jusqu'à l'expérience individuelle et dans lesquelles la ville joue des rôles particuliers. Pour Felipe, par exemple, pour qui la seule motivation de quitter son Mexique natal était l'envie de voir d'autres endroits, l'attirance de Barcelone repose sur des imaginaires qui ne correspondent guère à la réalité de la ville :

> *« J'avais une idée un peu différente de ce que j'allais trouver, je pense à cause d'Almodóvar. Je suis un grand fan d'Almodóvar. J'ai vu Tout sur ma mère, qu'il a tourné ici, et je pensais que j'allais arriver et voir des transsexuels dans la rue et que j'allais... tu vois, toute cette idée de la 'movida madrileña', qui n'existe pas vraiment ici »* [42] (Felipe, 35 ans)

Le phénomène touristique n'est pas étranger aux mobilités résidentielles vers Barcelone, et il est significatif à au moins trois égards (figure 4.2). Premièrement, la visite touristique de la ville comme un moment de découverte avant de s'y installer. Dave (40) s'y est rendu à plusieurs reprises, d'abord à la recherche d'une destination touristique LGBT+, et ensuite pour rendre visite à son nouveau petit ami barcelonnais, avec lequel il vit depuis des années. Pour certains, la visite touristique était déjà conçue comme une exploration des lieux en vue de trouver un bon endroit où s'installer, comme Guido (33), qui envisageait déjà de quitter l'Italie. Deuxièmement, et inversement, la connaissance d'un Barcelonais en séjour d'études à Lisbonne a conduit Gabriel (41) à déménager dans la ville. Enfin, le tourisme a été utilisé comme stratégie d'entrée dans le pays avec l'intention d'y rester même après la date de validité du visa, comme ce fut le cas de Felipe (35) et Nico (28). Planifié ou non, le tourisme a joué un rôle important dans de nombreux parcours et prises de décision des personnes interviewés.

Parmi les raisons mentionnées pour rester à Barcelone, outre les opportunités d'emploi et le fait de vivre en couple, le cadre de vie est un argument majeur. Non seulement parce que le climat, le soleil, la taille de la ville ou l'ambiance générale sont agréables, mais aussi en raison de l'acceptabilité de la ville vis-à-vis des personnes LGBT+, à la fois en termes de droits et de convivialité générale d'une ville qui est considérée comme plutôt décontractée à cet égard. Nombre des résidents interviewés qui sont venus pour faire leurs études ont décidé de rester une fois qu'ils les ont terminées. C'est le cas de Cecília (25) ou Sara (27) qui entretiennent de bonnes relations avec leurs lieux d'origine dans la région de Catalogne, mais pour qui la vie en ville leur convient parfaitement. Le fait que chacun d'entre elles ait établi des relations avec d'autres personnes avec lesquelles elles partagent des hobbies n'est probablement pas étranger à la décision de rester en ville. De même que le fait qu'elles aient toutes deux des petites amies qui vivent en ville, même si la manière dont elles s'organisent est très différente. En effet, Cecília (25) vit avec sa copine, tandis que Sara considère les filles avec lesquelles elle partage un appartement comme une véritable famille qui n'inclut pas sa copine, rompant ainsi la notion traditionnelle de liens familiaux.

Face à la possibilité de quitter la ville à l'avenir, la plupart des interviewés estiment qu'ils vivent assez bien à Barcelone, mais que rien n'est à exclure, surtout au cas où une bonne opportunité d'emploi se présenterait ou s'il s'agit de construire quelque chose avec quelqu'un que l'on aime.

Fig. 4.3 Motivations pour s'installer, rester ou quitter Barcelone

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Bien que pour ceux qui ont déménagé à Barcelone, la question LGBT+ était plus ou moins présente, et plutôt de manière implicite, tous ceux qui ont été questionnés au sujet de la possibilité de quitter Barcelone ont affirmé qu'ils pèseraient le pour et le contre de la nouvelle destination en termes relatifs aux questions LGBT+, en particulier s'il existe un risque de régression :

> *« C'est vrai aussi que si je devais aller ailleurs pour le travail ou parce que j'en avais envie ou parce que j'avais rencontré quelqu'un ou autre chose, je ne sais pas si je prendrais en compte l'éventualité de me sentir à l'aise en tant que lesbienne pour décider d'y aller ou non. Je n'en suis pas si sûre. Eh bien, si nous parlons d'aller dans le Golfe Persique ou en Afghanistan, non, bien sûr. Je parle d'endroits (culturellement) un peu plus proches de nous. Évidemment, je n'irais pas là-bas. Mais même pas en tant que femme »*[43] (Cristina, 55 ans)

Un éventuel retour au pays d'origine est également à évaluer de ce point de vue. Guido (33), par exemple, affirme que les choses ont beaucoup évolué en Italie, mais que même s'il peut s'y rendre en visite sans souci, un retour n'est pas souhaitable pour l'instant. Narwan (52* Obs.) quant à lui, qui se réfère à plusieurs reprises au Pakistan comme à « mon pays », répond de manière laconique à la question d'un éventuel retour par *« moi, ici »*.

Il existe de nombreuses motivations pour changer de lieu de résidence et s'installer dans une ville comme Barcelone. Un emploi, des études, des décisions familiales, un désir de changement, le retour après un certain temps d'absence ou la recherche d'un meilleur endroit pour vivre en tant que personne

LGBT+. En effet, parmi les personnes LGBT+, le fait de l'être n'est pas une question anodine lorsqu'il s'agit de prendre une telle décision. Lorsqu'elles sont confrontées à la question de quitter un endroit pour s'installer dans un autre, même si ce n'est pas la principale motivation, c'est au moins un élément qui est pris en compte (voir figure 4.5). En général, tous les résidents interviewés sont conscients que l'acceptabilité dans un lieu d'accueil est importante pour le développement personnel et, éventuellement, pour leur sécurité, même si les impressions à ce sujet peuvent varier considérablement.

Dans le cas de Barcelone, pour beaucoup, rester dans la ville répond au sentiment de liberté qu'ils ont par rapport à leur condition LGBT+. Ce sentiment est souvent associé à des liens familiaux ou professionnels, mais aussi à une atmosphère générale appréciée et, pour certains, comme nous le verrons par la suite, à la présence de touristes LGBT+, ce qui accroît le sentiment d'acceptabilité et les possibilités de loisirs et de rencontres.

c *Vivre avec leurs propres intersectionnalités et les discriminations du fait d'être une personne LGBT+*

L'orientation sexuelle ou l'identité de genre non normatives sont des intersectionnalités qui font partie du socle commun de la communauté LGBT+, qui fait l'objet de cette étude. Mais d'autres éléments traversent l'expérience de ces personnes et influencent leur socialisation, en plus de leur condition de personne LGBT+. Des éléments imbriqués, que non hiérarchisés, étant donné que l'expérience de chacun, en raison de ses circonstances, peut être différente (Blanchard et al., 2021).

Outre le fait d'être différent de la majorité en raison de l'orientation sexuelle, du genre ou des caractéristiques sexuelles, il est également possible d'être perçu comme différent par l'aspect, les gestes, le ton de la voix, la façon de marcher, de regarder, de s'habiller ou de se maquiller, ou tout simplement parce que les autres sont au courant de leur identité LGBT+. Le regard des autres conditionne non seulement les relations sociales des personnes LGBT+, mais aussi leur présence dans certains endroits.

En effet, certains gays et lesbiennes très lisibles du point de vue des stéréotypes modifient leur comportement précisément pour éviter cette lisibilité, en la cachant aux yeux des autres, dans une opération de dissimulation lorsqu'elle est jugée nécessaire ou prudente. Nombre des personnes interviewées ont fait référence à leur capacité ou incapacité à paraître hétérosexuel et à leur propre degré de *passing*, un attribut ou faculté qui suspend l'intelligibilité culturelle et masque l'identité ou un aspect de cette-ci (Schlossberg, 2001), en l'occurrence, le fait d'être une personne LGBT+.

Mais cette dissimulation n'est pas toujours possible. Par exemple, chez les hommes considérés comme « naturellement efféminés » et qui n'ont pas l'habilité ou la force pour voiler leur identité, ou chez certaines personnes trans pour lesquelles leur apparence les rend toujours identifiables comme quelqu'un en dehors de la norme :

> *« Quand tu es un enfant, un adolescent, on te traite parfois de pédé sans même que tu saches ce que c'est, tu vois ? Je me souviens, quand j'avais 10 ans, je ne savais même pas si j'aimais les filles ou les garçons, je ne ressentais même pas d'excitation et on me traitait déjà de pédé. On*

> *m'a toujours remarqué. C'était quelque chose contre laquelle je me battais, pour essayer de la cacher afin que personne ne la remarque. Désormais, pour la première fois, je me dis que je ne me bats plus contre ça et je ne me soucie plus d'être perçue comme tel »*[44] (Felipe, 35 ans)

Le comportement des personnes qui ne peuvent ou ne veulent pas cacher leur identité les amène à suivre des stratégies différentes de celles qui ont du *passing* ou qui ont la capacité de le déployer, par exemple en évitant, si possible, souvent les lieux jugés dangereux, en se déplaçant à plusieurs ou en tenant leur fierté LGBT+ en permanence :

> *« Attention, s'il y a un groupe... si je dois traverser au milieu d'un groupe où il y a dix gars, par exemple, hétérosexuels ou totalement dans ce délire... ce que nous faisons toujours, c'est traverser de l'autre côté de la rue. À ce stade, ce que je fais, je vais tout droit sur le trottoir. Je l'ai travaillé, hein ? C'est-à-dire, que je m'en fous... Et leur demander la permission « Permettez-moi de passer, s'il vous plaît » et c'est là que tu les énerves encore plus. Non, c'est que je coupe ce délire et j'ose le faire (tandis que) les autres traversent en face pour passer inaperçues. Non, je veux qu'ils me voient... que ça existe aussi, n'est-ce pas ? »*[45] (Nico, 28 ans)

Néanmoins, le degré du passing de chacun, sa façade, n'empêche pas les personnes LGBT+ de faire l'objet de discriminations de toutes sortes en raison de leur condition de personnes LGBT+, souvent en tandem avec les multiples intersectionnalités qui les traversent. Ainsi, interrogées sur les discriminations qu'elles ont pu subir en tant que personnes LGBT+, plusieurs interviewés ont déclaré avoir été discriminés en combinaison avec d'autres aspects qui leur sont propres, tels que la couleur de la peau, l'ethnicité, le corps, l'âge ou le fait d'être séropositif.

Bien évidemment, la séropositivité n'est pas visible, mais lorsqu'elle est connue, les personnes vivant avec le VIH doivent parfois faire face à des situations d'incompréhension de la part de personnes qui n'ont pas la moindre idée de ce que cela signifie et qui ont des craintes infondées (Feliciantonio, 2019). Joel (27), qui vit sa séropositivité en toute normalité et même avec une plus grande tranquillité d'esprit qu'avant d'être infecté, fait référence à certaines personnes hétérosexuelles qui, lorsqu'elles apprennent la nouvelle, le traitent avec compassion, comme si la mort était imminente, une situation qui l'agace énormément. Enzo (56), quant à lui, s'en prend aux gays qui n'ont pas fait l'effort de se renseigner sur un phénomène auquel, selon lui, ils ne devraient pas être insensibles. Les conséquences de la révélation de la séropositivité peuvent aller bien au-delà des problèmes relationnels, surtout quand le fait d'être homosexuel et séropositif constitue une source de double discrimination. Pour Santiago, cette situation fut le motif qui l'a poussé à quitter non seulement son emploi, mais aussi son pays d'origine :

> *« J'ai obtenu un poste important dans mon domaine, qui était un centre pour mineurs, et certains collègues ont commencé à utiliser des informations contre moi, en disant qu'il était inconcevable qu'une personne homosexuelle puisse occuper ce poste, en supposant qu'une personne LGBT était liée à un pédophile ou quelque chose de ce genre. D'autre part, à l'époque, j'étais déjà séropositif et ils disaient que j'étais un danger pour la santé publique »*[46] (Santiago, 58 ans)

Parfois, les discriminations vécues ou ressenties poussent les personnes concernées à s'autoexclure de certains milieux. La discrimination due à l'âge, l'âgisme, est parfois acceptée comme inévitable pour les personnes âgées, non seulement dans les milieux LGBT+ mais dans la société en générale, en particulier lorsqu'il s'agit d'activités de loisirs et de la vie nocturne, qui sont le plus souvent ciblées sur un public jeune :

> *«...et puis il y a la Cara Bonita (établissement lesbien), mais je pourrais adopter toutes celles qui étaient là, largement ! (elle rit) Et ça va, je m'entends très bien avec les plus âgées et les plus jeunes, je n'ai pas de problèmes. Mais bien sûr, il y a un moment où parler de certaines choses, ce n'est pas pareil... elles vont danser, elles vont à.... bien sûr, c'est différent (elle rit) »*[47] (Cristina, 55 ans)

Inversement, il y a ceux qui se disent discriminés parce qu'ils sont plus jeunes que prévu dans certains milieux. L'effet est aussi de se retirer, peut-être pas d'y renoncer, mais de se taire pour éviter des situations inconfortables :

> *« Lorsque j'ai commencé à participer à des orgies, j'avais 21 ans. Je ne me sentais pas du tout écouté. Même aujourd'hui, je suis encore très jeune par rapport à ça et on me traite d'immature. Par exemple, sur la question des drogues (dans les séances de chemsex), (si je dis) « il ne faut pas mélanger ceci avec cela, fais attention, tu risques de te défoncer » (et ils disent) « mais, tu n'es qu'un gamin, qu'est-ce que tu en sais ! » et à la fin tu vois qu'ils font une surdose… et bien, tu sais, parfois, je vais dans ces endroits et je préfère me taire (il rit) »*[48] (Joel, 27 ans)

Cette situation n'empêche pas Joel de fréquenter des personnes plus âgées que lui. Tout comme Abdó (47) qui, ayant un faible pour les jeunes, est très conscient que le regard qu'ils portent sur une personne plus âgée peut être problématique et il est très prudent dans ses approches, il opte donc pour les applications de rencontres, où les réactions peuvent être plus claires et plus rapides. Pere (71*), quant à lui, cible toujours des jeunes bien élevés et, contrairement à Abdó (47), il privilégie la lenteur et le face-à-face.

Les origines ou la religion sont parfois vécues sous une certaine pression. Plusieurs interviewés ont évoqué des épisodes de xénophobie, mais une seule l'a fait par liaison avec la question LGBT+. En effet, Sinae (29), Bulgare en transition en Espagne, n'a pas encore changé son prénom sur les documents officiels parce qu'il faut le faire en Bulgarie. Or, iel ne veut pas s'exposer aux longues procédures et aux incompréhensions dans son pays d'origine. Iel fait cette réflexion à partir de sa propre expérience, mais l'Eurobaromètre 2023[xxxi] indique que seuls 16 % des Bulgares, contre 81 % des Espagnols, pensent que les personnes transgenres devraient pouvoir modifier leurs documents d'état civil pour qu'ils correspondent à leur identité de genre. De ce fait, iel soulève également la question des voyages, arguant que ce n'est pas la même chose de voyager, à titre d'exemple, en Islande avec des documents discordants, étant Bulgare, que de voyager avec des documents espagnols. C'est pourquoi, en dépit du fait qu'iel n'a pas d'argent pour voyager, iel évite actuellement les voyages qui pourraient lui être problématiques.

En ce qui concerne la religion, seules trois personnes interrogées ont spontanément mentionné leur foi catholique. Si Pere (71*) a eu l'occasion de croiser dans sa jeuneuse un abbé à l'ascendant notable, qui lui a dit que le commandement biblique *« Aimez-vous les uns les autres »* s'applique aussi aux homosexuels, Xevi (45), vit toujours son orientation sexuelle avec une certaine angoisse lorsque le sujet entre en jeu dans sa famille, qui est très religieuse.

Les discriminations pour raisons économiques ont été évoquées en termes plus ou moins voilés. Certains résidents interviewés les ont explicitées lorsqu'elles ont parlé des emplois précaires qu'occupent de nombreuses personnes trans. Eulàlia (63), consciente de la situation de nombreuses femmes trans qui

[xxxi] Special Eurobarometer 535, avril 2023, https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2972 (consulté le 15 décembre 2024)

ont recours à la prostitution comme seule possibilité d'emploi, s'est montrée particulièrement consternée. Une autre facette de la discrimination économique a été soulevée à propos du Festival Circuit, jugé par certains comme une activité classiste en raison du prix élevé des billets. Cela donne lieu à une double mise en évidence en tant que gay et touriste, puisqu'il s'agit d'une activité dans laquelle les touristes sont de loin les principaux protagonistes. Signalement basé sur le stéréotype traditionnel selon lequel les gays sont plus riches que la moyenne parce qu'ils n'ont pas de charges familiales et, par conséquent, sont davantage en mesure de dépenser de l'argent pour des voyages et des activités hédonistes (Ro et al., 2017). Le prix des activités de loisirs est en effet un facteur de ségrégation sociale. Il y a ceux qui veulent être là et qui peuvent se le permettre, et ceux qui ne le peuvent pas. Si Adrià (26), qui n'a pas de problèmes financiers, critique le Festival Circuit comme étant un événement coûteux et excluant, Enzo, lui, se montre fier de sa position économique personnelle :

> *« Le fait est que je suis une personne qui se rend toujours aux mêmes endroits. Je ne vais pas à La Mina*[xxxii]*, tu sais ? Mais je n'y vais pas parce que c'est dangereux parce que je suis gay, je n'y vais pas parce que je suis un peu classiste, sans le « peu ». Et donc, je n'y vais pas (...) J'ai un train de vie que je n'ai pas envie d'amoindrir »* [49] (Enzo, 56 ans)

Une grande partie de cette discrimination est exercée par des personnes LGBT+ à l'encontre d'autres personnes LGBT+. Sergi (53), par exemple, se plaint que la pression dans certains milieux gays où les codes établis sont assez restreints est souvent intenables, bien qu'il se considère comme peu influençable. Il fait référence à de modes de masculinité qui empêchent les gens d'agir à leur façon au-delà de la norme dominante. Hélder, quant à lui, se plaint d'une mauvaise expérience à l'entrée d'une boîte de nuit, bien qu'elle remonte à loin :

> *« Cela m'a marqué parce que c'était la première fois que je venais à la Pride, j'étais avec une amie et ils (les videurs) ne la laissaient pas entrer. C'était la nuit de la Pride. Nous avons fini par partir. Cela m'a affecté négativement. (Si) toute la ville réclame l'égalité, la première chose à faire est de laisser entrer n'importe qui. Je ne sais pas comment c'était ce soir-là parce que je ne suis pas entré, mais d'autres soirs, il n'y avait que des hommes »* [50] (Hélder, 41 ans)

Mais l'une des formes de discrimination les plus répandues, en particulier chez les gays, touche au physique, au corps. Nombre des interviewés ont évoqué une certaine pression sociale pour correspondre à certains stéréotypes corporels, qui se manifeste de manière brutale dans les applications de rencontres. Ainsi, Felipe (35) se plaint que la plupart des utilisateurs de Grindr et de Planet Romeo ont écrit *« no pluma »* (pas d'efféminés), *« uniquement ceux d'apparence masculine »* ou des messages similaires sur leurs profils. Joel (27) appuie cette assertion en affirmant que Grindr est un site où les utilisateurs, au lieu d'expliquer ce qu'ils désirent, mettent l'accent sur ce qu'ils n'aiment pas, et ce de manière parfois très violente avec des messages tels que *« pas de gros »*, *« pas d'Asiatiques »*, *« pas de plus de x ans »*. Enzo (56) a surtout souffert de la grossophobie à travers des applications de contact avec des hommes qui lui conseillent de perdre du poids, attitudes contre lesquelles il se révolte farouchement avant d'admettre finalement que beaucoup de gays sont eux-mêmes tiennent des propos et ont de

[xxxii] Enzo, ainsi que six autres interviewés, fait référence à La Mina, une cité de construite dans les années 1970 longtemps connue pour son taux de criminalité et aussi pour la mauvaise qualité de sa construction, souvent décrite comme un bidonville vertical (Aubán Borrell, 2022).

comportements homophobes. Un rejet de certains corps qui peut tourner au rejet de soi et à l'autolimitation du fait de ne pas répondre aux critères :

> *« Peut-être que je ne vais pas dans certains endroits, comme les clubs de sexe ou autres, parce que... tu peux imaginer... j'ai certains complexes corporels... C'est-à-dire, que la norme corporelle gay est assez sévère et cela génère aussi des exclusions (...) Ce n'est pas qu'ils ne me laissent pas entrer, mais... En fait, je me suis inscrit à la salle de sport, ce que je n'aurais jamais pensé faire (...) peut-être que si les modèles étaient plus diversifiés que ceux qui sont promus, sans doute que j'irais dans plus d'endroits »* [51] (Adrià, 26 ans)

Les attitudes d'aversion à l'égard d'autres personnes LGBT+ sont souvent basées sur une certaine LGBT+phobie intériorisée que quelques-uns des résidents interrogés admettent de manière plus ou moins voilée. C'est le cas d'Adrià, qui défend le droit d'exprimer son genre comme on le souhaite, mais qui se sent gêné lorsque ses amis s'amusent à se travestir. Ou comme Felipe (35), qui admet qu'après des années de désapprentissage et de déconstruction de l'hétéronormé qui lui a été inculqué, il garde encore beaucoup de transphobie interne. Sergi est persuadé que le problème réside dans le fait qu'il y a beaucoup de classisme et de segmentation, non seulement au sein de la communauté LGBT+, mais entre les différentes tribus gays qui vivent séparément les unes des autres. Dans une analyse temporelle, il suggère que, à certains égards, la situation est pire aujourd'hui qu'auparavant :

> *« Il est peut-être vrai que nous sommes plus tolérants actuellement dans certains domaines, mais dans certains autres, nous sommes plus fermés aujourd'hui que dans les années 80, où les différences étaient plus tolérées. Peut-être parce que nous sortions d'une dictature et qu'il y avait un grand désir de liberté. Les gens savaient comment se comporter »* [52] (Sergi, 53 ans)

Cette difficulté d'acceptation est illustrée par Ari, qui constate à quel point il est difficile d'admettre les différentes façons d'aimer :

> *« Je crois que j'aurais beaucoup plus de mal à dire à ma mère « j'ai deux partenaires » qu'à lui dire « je suis bisexuelle ». Je pense qu'elle le comprendrait encore moins. Parce que c'est de cela qu'il s'agit, on nous a tellement inculqué ce modèle de couple qu'il est impensable de voir quelque chose au-delà. Et je pense que moi-même, bien que je n'aie pas encore eu de relation polyamoureuse, ou ouverte, ou quoi que ce soit, mais évidemment, ce n'est pas quelque chose que j'exclus, je pense que même moi, j'aurais des problèmes pour gérer cela »* [53] (Ari, 22 ans)

En bref, de nombreux informateurs affirment avoir été dévisagés, harcelés et injuriés à des degrés divers et dans des situations très variées, dans une myriade de microagressions qui, si elles ne vont pas plus loin, finissent par être acceptées et ignorées. Ou finissent par être considérées comme allant de soi :

> *« Je ne pense pas avoir grandi avec des traumas extrêmes, à part ceux que nous avons tous en tant que pédés, c'est qui sont fournis en standard (il rit) »* [54] (Enzo, 56 ans)

Ces situations montrent que les expériences de vie accumulées ont des effets non seulement sur le regard que l'on porte sur soi-même, mais aussi sur les pratiques de socialisation. En ce sens, le fait que ces circonstances personnelles et les discriminations reçues ou redoutées remettent en cause sa propre légitimité à fréquenter certains lieux et certains milieux revêt une importance particulière dans le cadre de ce travail. Ce manque de légitimité et cette auto-exclusion supposés s'étendent non seulement à la

communauté LGBT+ dans une société largement régie par des schémas hétéronormatifs, mais aussi au sein de cette même communauté.

De plus, si chacun se représente lui-même et les autres de manière changeante et que chaque catégorie de ce que nous appelons les intersectionnalités peut être utile pour différencier ou se différencier des autres selon le contexte (Valentine, 2007), le fait d'être touriste peut être analysé comme une intersectionnalité temporaire, soit parce que cela donne une position de pouvoir par rapport au local, soit parce que la même expérience de voyage renforce temporairement la personne ou, au contraire, la met dans une situation de vulnérabilité en se trouvant hors de son lieu, cible de criminalité ou, dans le cas spécifique des touristes LGBT+, susceptibles d'être l'objet d'un acte LGBT+phobique dans un contexte étranger.

4.3 Gérer la peur en tant que personne LGBT+

Selon l'Eurobaromètre 2023 (op. cit. 4.2.c), 54 % des Européens interrogés ont déclaré qu'il existait une discrimination généralisée fondée sur l'orientation sexuelle dans leur pays, et 57 % sur le fait d'être une personne transgenre. De nombreuses personnes LGBT+ ont vécu des expériences désagréables en raison de leur appartenance à cette communauté, qui vont au-delà de la discrimination. L'Observatoire contre la LGBTIphobie, dans son rapport annuel correspondant à l'année 2023 indique que les incidents, du moins ceux signalés, sont en augmentation. Cette année-là, ils ont enregistré un total de 303 incidents en Catalogne, dont 176 présentiels à Barcelone, et le 23,5 % étaient des agressions physiques (Observatori contra l'LGTBIfòbia, 2024).

Cette situation incite à se demander dans quelle mesure la peur et la recherche d'espaces et d'environnements sûrs influencent les personnes LGBT+ dans leur socialisation et leur activité touristique. Il s'agit dans cette section d'explorer l'impact et l'ampleur de ce phénomène.

Ainsi, la présente section aborde la manière dont les personnes LGBT+ vivent avec ce qu'il est convenu d'appeler la LGBT+phobie, qui peut prendre de nombreuses formes, des insultes aux agressions physiques, du harcèlement à l'homicide. Des situations d'insécurité et de peur qui sont parfois amalgamées ou chevauchées avec l'insécurité et les peurs que génère la criminalité ordinaire, mais qui ont une base réelle indéniable.

Dans ce qui suit, le phénomène de l'homophobie et de la LGBT+phobie est tout d'abord mis en contexte. Ensuite, certaines des sources de ces peurs sont explorées, ce qui renvoie souvent à des modèles moraux et comportementaux fortement ancrés dans la société, mais aussi à une dimension temporelle, la nuit étant souvent identifiée comme une source d'insécurité. Enfin, face à cette peur latente, l'accent est mis sur les stratégies utilisées pour prévenir les agressions et se protéger. Cela montre bien que les attitudes et les comportements déployés dans ce sens ont une dimension spatiale primordiale.

a Cette LGBT+phobie qui rôde en permanence

Lors des entretiens avec les résidents, la question du sentiment de sécurité en tant que personne LGBT+ a été abordée, à la fois par le biais de questions directes sur le sujet et par les propos spontanés des personnes interrogées. Les points de vue sur cette question sont très divers, allant de ceux qui n'y pensent presque jamais à ceux qui passent toute la journée dans la crainte de se faire agresser :

> *« Nous, qui appartenons à la communauté, développons un fort sentiment de sécurité. Je parle à partir de l'expérience de mes 30 ans et du fait que j'ai subi des brimades à l'école, j'ai été battu, on m'a insulté... alors, peut-être que je suis beaucoup plus conscient de cela, mais oui, je suis toujours conscient de mon environnement, de qui est là et de qui n'est pas là, de la nécessité d'identifier des alliés dans la rue... »*[55] (Arnau, 30 ans)

De nombreux facteurs conduisent les gens à éprouver ces sentiments. Il y a le discours social de haine envers les personnes LGBT+, la médiatisation de ces agressions, l'éducation reçue pleine de peurs – d'être identifié comme tel, de l'insulte, du harcèlement, de l'agression physique, du qu'en-dira-t-on, de mourir du sida, de la honte de l'exposition publique, etc. –. Toutes ces peurs sont là et toutes ont été évoquées par les résidents interviewés, presque toujours liées à des expériences personnelles tout au long de la vie, mais avec un impact particulier à l'adolescence.

Sans être le sujet de ce travail, les brimades ou le harcèlement scolaire ont été mentionnés par de nombreux hommes et personnes non binaires interviewés et, bien que certains épisodes subis lorsqu'ils étaient plus âgés soient le plus souvent relativisés, ceux subis lorsqu'ils étaient jeunes reviennent en mémoire avec plus d'intensité et continuent à conditionner le présent. En effet, les épisodes d'intimidation subis dans la jeunesse sont souvent racontés avec douleur même si dix, vingt ou quarante ans se sont écoulés, comme dans le cas de Joel (27) pour qui la relation avec sa ville natale reste problématique en raison de ce qu'il y a vécu, ou de Felipe (35 ans) qui déplore l'inaction des aînés qui, face aux humiliations qu'il a subies, ont dit que ce n'étaient que des histoires de gamins, ou de Víctor (56 ans) qui explique qu'il a eu une adolescence très dure et termine son explication par un laconique « mais j'ai survécu ». Certains parviennent à se débarrasser de cet héritage, d'autres le conservent de manière atavique.

« Au commencement, il y a l'injure » dit Didier Eribon (2012, p. 25) dans l'ouverture de son livre *Réflexions sur la question gay*. De nombreuses personnes interrogées parlent de microagressions allant du regard gênant aux commentaires ou aux insultes. Certains dédramatisent la situation :

> *« Il m'est arrivé hier, dans la rue, qu'une personne me fixe avec tout son culot pendant plusieurs minutes, je n'exagère pas ! comme ça, avec un regard de... Je ne saurais pas très bien interpréter son visage parce qu'elle portait un masque et je ne savais pas si c'était de la confusion ou de la peur (rires). Je ne sais pas, mais elle m'a fixé tout le temps, se tenant là avec son chien et me regardant »* [56] (Sinae, 29 ans)

D'autres, comme Felipe (35), pensent que les moqueries et les insultes sont les premiers échelons d'une échelle d'agression et que de nombreuses personnes concernées sous-estiment leur gravité, qu'elles ne doivent pas être considérées comme quelque chose de normal parce qu'elles sont déjà des actes d'homophobie. Aleix (39) reconnaît qu'il n'est pas normal de se faire traiter de « pédé » dans la rue, mais il pondère l'analyse en soulignant que l'augmentation du nombre de plaintes enregistrées pour ce motif peut donner le sentiment erroné qu'il y a maintenant plus d'agressions qu'avant, alors que ce qui se passe, c'est qu'avant l'insulte n'était pas punissable et qu'aujourd'hui elle l'est. Il n'est pas facile de classer les agressions subies ou les motivations qui les sous-tendent. Sergi, par exemple, explique qu'il n'a pas subi d'agressions majeures, même s'il est fortement exposé parce qu'il travaille dans un établissement gay, mais seulement quelques insultes qu'il ne qualifie pas d'homophobes :

> *« Des jeunes... Des jeunes qui sont stupides, qui se sentent un peu attirés, un peu rejetés, un peu déstabilisés. Ce qui est typique de la sottise de l'adolescence, leur cerveau n'est pas clair, ils sont désorientés... »* [57] (Sergi, 53 ans)

Sergi présente un profil similaire à celui de l'harceleur de Victor (56), qui l'a récemment menacé à plusieurs reprises, mais qui n'était qu'un *« voyou de quartier »* qui avait également eu des problèmes au travail. Il en va autrement lorsque la motivation LGBT+phobe de l'agresseur est évidente. Cristina raconte un épisode qui s'est déroulé avant l'adoption de la loi protégeant les personnes LGBT+ contre

la discrimination, comme celle qu'elle et sa petite amie ont subie lorsqu'elles ont été expulsées d'un bar parce qu'elles étaient lesbiennes :

> *«... et je lui ai tenu tête. La fille avec qui j'étais m'a dit « laisse-le, laisse-le », c'est-à-dire, qu'il n'en vaut pas la peine, etc. mais je me sentais... tu t'imagines... le type nous insultait avec tous les... en plus, il y en avait deux autres au comptoir qui, bien sûr, quand on s'est levées et qu'on est passées devant eux, ils se sont joints à lui... c'était une humiliation publique et, à la fin, on est parties. Ce n'est pas que j'ai été surprise, parce que je serais plus surprise aujourd'hui qu'à l'époque, mais je l'ai très mal vécu, évidemment... Eh oui, eh oui, un sacré énergumène »* [58] (Cristina, 55 ans)

Cet épisode s'inscrit dans ce que Sarah Nicaise appelle un éloignement de la féminité considérée comme respectable (Nicaise, 2017). Ces situations de micro-agressions, que presque toutes les personnes interrogées ont vécues et qui sont si difficiles à qualifier et à mesurer par les victimes elles-mêmes, peuvent être signalées, mais une seule des personnes interrogées l'a fait, quelques semaines avant l'entretien. Le dilemme de signaler une agression est grand et, bien que certaines des personnes interrogées aient hésité à le faire, la plupart des micro-agressions n'ont pas été rapportées. Toutefois, la plupart d'entre eux ont choisi de porter plainte lorsqu'il s'agissait d'une agression physique en raison de leur identité LGBT+ :

> *« Ma compagne a été frappée avec une bouteille. Nous étions ensemble, ils nous ont dit je ne sais quoi... Je pense que parfois il vaut mieux continuer. Ma compagne a décidé de dire quelque chose et elle a été agressée (...) dans la rue, à Gràcia. Elle a dû aller à l'hôpital, évidemment (...) Elle a porté plainte et il a été condamné en application de la loi contre l'homophobie, avec des circonstances aggravantes pour homophobie »* [59] (Olga, 51 ans)

> *« Je me suis fait agresser à L'Hospitalet (...) mais bon, c'était trois ans avant que la loi contre l'homophobie ne soit adoptée. Donc, c'est resté un délit. Sinon, ça aurait constitué un crime »* [60] (Pol, 28 ans)

La plupart des cas décrits ont eu lieu il y a entre dix et vingt ans. Il s'agit de souvenirs qui ont émergé à la suite d'une interrogation sur le sujet et certains interviewés ont eu besoin de plusieurs minutes pour déclencher la mémoire d'événements qui, lorsqu'ils sont racontés, sont revécus avec férocité. Pour d'autres, ces perceptions de la peur ne sont pas liées à leur expérience personnelle, mais plutôt à des choses qui se sont produites ou qu'ils ont entendues :

> *« C'est la peur que cela arrive. Je veux dire que j'ai été confrontée aux commentaires habituels... (mais) il ne m'est rien arrivé d'autre. Toutefois, je ne sais pas, j'ai grandi avec une peur intérieure, que ce soit vis-à-vis de mes parents ou de tout le monde... C'est un 'sois vigilant', comme si la personne qui te dit cela n'était pas responsable »*[61] (Ares, 30 ans)

Ares soulève la question de la responsabilité, de l'impunité de l'agresseur et de la précaution permanente que doit prendre l'éventuelle victime. Elle parle aussi de sa condition de personne queer et de sa condition de femme. En effet, bien que la plupart des références au harcèlement soient faites par des hommes, plusieurs femmes parlent de la vulnérabilité qu'elles subissent parce qu'elles sont des femmes. Ari (22) dit qu'elle projette l'image que l'on attend d'une fille, qu'elle est conforme aux canons sociaux de la féminité et, par conséquent, elle sait qu'elle peut recevoir et reçoit effectivement des commentaires et des regards d'hommes hétérosexuels, qu'elle n'aime pas mais qui ne vont pas plus loin. Mais

lorsqu'elle dit au revoir à sa petite amie et qu'elle l'embrasse, c'est à ce moment-là qu'elle suscite la peur de l'agression.

Les récits de peur sont donc sous-tendus par des expériences passées, qu'elles soient récentes ou anciennes, qu'elles aient été vécues en chair et en os, par des proches ou par des inconnus, dans des lieux et à des moments différents. La conjugaison de ce désordre d'éléments peut créer la sensation que tout peut arriver à tout moment et en tout lieu. De l'imprévisibilité à la peur, qui a beaucoup à voir avec l'irrationalité. Cependant, tout n'est pas aléatoire et, en effet, certains éléments peuvent expliquer ces peurs, ce que reprend la section suivante.

b Une insécurité rarement attribuée au lieu, mais plutôt aux personnes

En creusant les sources des peurs, en éliminant l'anecdotique et le circonstanciel, il ne reste plus que le contexte social. En essence, certaines valeurs hétérosexistes et patriarcales profondément ancrées dans la société et certains modes de vie actuels, comme l'influence exercée par les médias, y compris les réseaux sociaux.

Ainsi, les résidents interviewés, de manière générale, n'identifient pas clairement de zones ou de quartiers de la ville plus dangereux que d'autres, spécifiquement pour les personnes LGBT+, de sorte que l'identification d'espaces dangereux serait davantage liée à la criminalité ordinaire qu'au fait LGBT+. Les personnes qui ont été insultées ou agressées physiquement ne le font pas non plus, dans la mesure où si toutes sont capables d'expliquer en détail où cela s'est produit, la stigmatisation du lieu a posteriori ne se produit que rarement.

Le territoire est particulièrement marqué comme dangereux dans des épisodes structurels tels que le harcèlement ou les contextes sociopolitiques répressifs. Plusieurs résidents interviewés font référence aux conséquences d'avoir vécu dans des contextes où être une personne LGBT+ est considéré comme socialement répréhensible, comme lorsque Guido (33) parle de sa jeunesse en Italie ou Sinae (29) en Bulgarie. Plus dure encore, si possible, est l'expérience d'avoir vécu directement sous la persécution de régimes dictatoriaux et de lois ouvertement anti-LGBT+, comme en témoignent plusieurs interviewés parlant de l'Espagne franquiste, de l'Argentine de Videla ou du Chili de Pinochet. Dans le cas chilien, par exemple, l'insécurité que cette circonstance entraînait pour les personnes LGBT+ a été étudiée par le milieu académique sous l'angle de ce qui était conçu comme un espace sûr ou, plutôt, de ce qu'ils ont appelé des espaces de reconnaissance mutuelle en dehors de l'espace privé (Astudillo Lizama, 2019). Et cette circonstance reste enracinée et se transmet dans le temps et l'espace :

> *« Il y a un facteur qui m'influence beaucoup et qui a à voir avec ma perception du monde et mon éducation. Au Chili, il y avait une dictature jusqu'en 1990. Donc, j'ai grandi en voyant cette répression d'en haut, consciemment ou inconsciemment. Et je vivais beaucoup le tais-toi, ne parle pas, ne répète pas, ne chante pas, ne regarde pas, non, non, non... parce qu'un militaire va venir et te mettre un fusil dans le cul ou te tuer ou te mettre en prison. (...) Et jusqu'à aujourd'hui. Quand il y a eu les attentats de Barcelone, par exemple, que les militaires étaient dans la rue,*

> *j'avais une peur bleue. Pourquoi devrais-je me sentir protégé par un militaire ? J'ai la chair de poule »*[62] (Gustavo, 42 ans)

Mais si l'on ne tient compte que des incidents subis en tant qu'adultes à Barcelone et venant de personnes inconnues, les résidents interrogés ont rapporté des agressions dans une grande variété de quartiers, dont le Gaixample, mais aussi dans des municipalités de la périphérie, dans les transports en commun et sur le lieu de travail. Ils ont également fait mention d'incidents ou d'agressions subis dans des destinations touristiques lors de voyages.

Dans tous les cas, le lieu de l'événement est important dans le souvenir, mais l'insécurité est rarement attribuée au lieu. Il s'agit plutôt de moments, comme la nuit, et de situations, marquées par les personnes présentes et ce qu'elles font, de ce qui se passe autour d'elles à un moment donné. Cela signifie que, bien qu'il y ait des environnements reconnus comme plus agressifs ancrés dans certains lieux, il est également admis que les agressions peuvent avoir lieu ici et là, et pour certains, n'importe où, comme Candi, qui après avoir exprimé que la morphologie urbaine du Gaixample, avec ses rues droites et bien éclairées, le faisait se sentir plus en sécurité, il a ajouté :

> *« Voyons, si tu tombes sur un groupe qui est très... des types hétéros intimidants, du genre très macho, l'alarme se déclenche où que tu sois »* [63] (Candi, 40 ans)

La question est donc le contexte social et l'élan agressif d'un individu ou d'un groupe d'individus spécifique dans ce cadre social (Chauvin & Lerch, 2013). Une pulsion qui, en tant que telle, est peu prévisible pour les victimes. Pere (71*) ajoute que l'agressé est parfois aussi imprévisible que l'agresseur :

> *« Ils savent tous (dans leur communauté) et quand j'arrive, ils lui disent « eh, ton ami est arrivé » et il sort et on peut aller sur une terrasse, et ça a un certain charme. Mais tout peut s'écrouler si quelqu'un passe et dit « qu'est-ce que tu fais avec ce pédé ? Tu ne vois pas que tu risques de te faire enculer ? » Ça ne m'est jamais arrivé, mais ça peut arriver (...) il faut faire attention parce que ça peut arriver et on ne sait jamais comment ce Pakistanais va réagir, tu vois ? c'est donc l'environnement (qui conditionne) »* [64] (Pere, 71* ans)

La plupart des références à la LGBT+phobie renvoient à l'agression menée par une ou plusieurs personnes, non pas comme un fou qui perd la tête à un moment donné, mais comme une action qui, même si elle est accomplie individuellement, s'inscrit dans un contexte social plus large de non-acceptation de la différence sur la base de l'orientation sexuelle, de l'identité et de l'expression de genre. Une différenciation en raison de l'orientation LGBT+ par rapport au reste de la société, qui n'épargne personne du risque, puisque cette situation peut entraîner que des personnes socialement bien positionnées reçoivent des traitements discriminatoires ou soient victimes d'actes LGBTphobes, le risque à cet égard étant transversal (Barrientos-Delgado et al., 2014).

En arrière-plan se trouve une société fondée sur l'hétérosexisme, un système qui privilégie l'hétérosexualité comme orientation sexuelle légitime, principale, normale, dans l'ensemble du système social, qu'il s'agisse de la famille, du travail, de l'école, de l'espace public, de la politique, etc. Cela peut se traduire par des privilèges juridiques ou des avantages sociaux pour ceux qui s'intègrent dans le système, mais aussi par la discrimination, l'exclusion et l'invisibilité de tout ce qui n'est certainement pas hétérosexuel. À l'hétérosexisme s'ajoute le sexisme, qui discrimine sur la base du sexe des personnes, en se fondant généralement sur la stricte binarité homme-femme en perpétuant la domination

des hommes (Dulong & Wagner, 2024) et en ignorant ou en ne reconnaissant pas d'autres formulations. La conjonction du sexisme et de l'hétérosexisme entraîne la discrimination multiple ressentie et exprimée par de nombreux témoignages comme celui de Mercè (53) qui affirme qu'en tant que femme et lesbienne, il faut être consciente de ce que l'on est tout au long de sa vie, tous les jours, et de ce qu'est le monde qui nous entoure.

Le sexisme et l'hétérosexisme se renforcent mutuellement au sein d'un système patriarcal qui tend à perpétuer les inégalités de genre en faveur des hommes et les inégalités d'orientation sexuelle en faveur des hommes et des femmes hétérosexuels (Blanchard et al., 2021). Dans ce cadre, les gays bénéficieraient du fait qu'ils ne sont pas des femmes, à condition qu'ils soient cisgenres et qu'ils aient du passing :

> *« Putain non, je n'ai pas cette tranquillité d'homme cis, hétéro, blanc qu'ils affichent »* [65] (Arnau, 30 ans)

Arnau ajoute d'autres intersectionnalités, mais l'essence de son discours est qu'il existe une hétérosexualité normative qui se dresse contre lui et ceux de sa condition. Il s'agit d'un discours qui se manifeste de multiples façons, tant dans la société en général qu'au sein de la communauté LGBT+ elle-même. L'une de ces manifestations les plus fréquentes est la misogynie sous-jacente dans la publicité de l'industrie du divertissement LGBT+, qui ne montre pratiquement pas de femmes.

Une autre est l'hyper-masculinisation, qui favorise les relations de pouvoir entre les hommes non hétérosexuels, comme l'exprime Théo (22), un homme trans qui ressent systématiquement une certaine peur à l'idée d'avoir des relations sexuelles avec un homme à l'apparence trop masculine. Gabriel (41) exprime une préoccupation similaire à l'égard de la plupart des hommes d'apparence « très hétéro » dans de nombreuses facettes de la vie, y compris dans les relations de travail, déclarant qu'il se sent parfois incapable d'avoir une relation fluide comme il le ferait avec un gay ou un hétéro ayant une attitude moins ostensiblement hétérosexuelle. Joel (27), quant à lui, pointe des problématiques clairement influencées par les discours dominants de l'industrie pornographique, comme la domination de l'actif sur le passif, le rejet des hommes efféminés et à petits organes sexuels, la vénération des noirs ou encore le dédain ou le rejet des asiatiques. Ce dernier point ayant été mentionné par plusieurs des résidents interrogés, et ayant fait l'objet d'un certain intérêt scientifique (Quin Lim, 2019), ce chercheur a contacté une vingtaine d'Asiatiques via l'application de contacts Jack'd pour tenter d'obtenir des témoignages directs, mais les efforts ont malheureusement été infructueux de ce côté-là. Cela indique que, effectivement, la notion de société post-raciale est loin d'être mise en œuvre (Machado Costa, 2019).

Le système patriarcal serait donc bien enraciné et les attitudes sexistes et hétérosexistes prendraient de multiples formes. Pere (71*) l'exprime en termes de fanatisme :

> *« Les jours de match, il y a une atmosphère qui me met mal à l'aise, c'est-à-dire que lorsqu'il y a une certaine dose de fanatisme dans un environnement, quel que soit le type de fanatisme, je peux me sentir très mal à l'aise. Je me sens donc dans une certaine situation de danger. Le fanatisme sportif, par exemple, ou le fanatisme politique. Oh, sans parler du fanatisme religieux, n'est-ce pas ? (...) Le fanatisme est toujours homophobe. Le fanatisme est tellement paniqué à l'idée de voir ses principes remis en question que nous entrerions dans une guerre qui, oui, pourrait être dangereuse »* [66] (Pere, 71* ans)

En plein travail de terrain, Samuel Luiz Muñiz, un jeune homme de 24 ans, a été assassiné à La Corogne, aux premières heures du matin, près d'une discothèque. Il a d'abord été abordé et battu par une personne, puis attaqué en groupe et il est décédé peu après des suites des coups qu'il a reçus. Dès le début, plusieurs témoins ont indiqué que les agresseurs avaient proféré des insultes telles que « sale pédé » pendant qu'ils l'agressaient. Selon la loi actuellement en vigueur, les cinq agresseurs adultes ont été condamnés en novembre 2024 à 25 et 27 ans de prison avec la circonstance aggravante de discrimination en raison de l'orientation sexuelle. La couverture médiatique de cette agression a été très intense et l'impact s'est fait sentir lors de plusieurs entretiens, même si le sentiment général est que Barcelone est, malgré quelques épisodes de LGBT+phobie, une ville relativement sûre :

> *« Je ne sais pas s'il y a plus d'agressions ou si l'on parle davantage d'agressions, mais il est clair que, je pense, nous avons tous la trouille »* [67] (Borja, 31 ans)

> *« On parle beaucoup dans l'actualité des attaques homophobes en Espagne. Il y a des raisons de s'inquiéter mais, à mon avis, il y a un lien avec Vox*[xxxiii]*, avec la politique. Néanmoins, le problème est beaucoup moins important qu'ailleurs en Europe, comme en Pologne, en Hongrie ou en Angleterre. Donc non, je n'ai pas de problèmes à Barcelone en ce moment »*[68] (Dave, 40 ans)

Ainsi, plus que les cas concrets de LGBT+phobie subis ou connus, ce qui pèse dans le contexte actuel, c'est un certain discours qui s'installe dans quelques secteurs de la population, notamment les plus proches des thèses de la droite et de l'extrême droite, comme le souligne Dave, et que Victor soutient tout en avertissant que ce n'est pas un phénomène nouveau :

> *« L'extrême droite n'est pas arrivée hier, Sonia*[xxxiv] *a été tuée par l'extrême droite, l'extrême droite a toujours été présente en Espagne et aussi dans le gouvernement de Catalogne, avec Unió Democràtica*[xxxv]*, qui disait que nous étions des malades, ce que même Vox n'ose pas dire* [69] (Víctor, 56 ans)

C'est dans ces situations de sentiments d'exclusion générés par un contexte social et parfois juridique adverse, dans lequel leurs propres identités sont ignorées ou méprisées, que les minorités revendiquent leur droit à avoir une place dans la société (Valentine, 2007). Ce rejet de l'hétéronormé comme fondement des peurs et des rejets qui peuvent conduire à des attitudes et comportements LGBT+phobes peut également se transposer en un rejet de l'homonormé qui exclut au sein de la communauté LGBT+ elle-même.

Ces rejets peuvent se traduire par des attitudes et des comportements individuels et collectifs visant à prévenir les dangers ou à en minimiser les conséquences. En fin de compte, il s'agit de surmonter l'adversité et d'aller de l'avant.

[xxxiii] Vox est un parti politique espagnol d'extrême droite qui compte des élus à tous les niveaux. Au Parlement européen, il fait partie du Groupe Patriotes pour l'Europe.

[xxxiv] Sonia Rescalvo Zafra fut assassinée par un groupe de néo-nazis en 1991, simplement parce qu'elle était transsexuelle. Ce cas a suscité une grande attention de la part des médias et de la société.

[xxxv] Unió Democràtica de Catalunya (UDC) était un parti démocrate-chrétien qui a fait partie des gouvernements catalans dans les périodes 1980-2003 et 2010-2015.

c Stratégies pour rester en sécurité

Confronté à la possibilité d'être agressé en raison de son identité LGBT+, chacun déploie ses propres stratégies. Des stratégies qui, souvent, passent par une utilisation restreinte de la ville, comme aller en groupe ou éviter certains espaces, plutôt que par l'émancipation (Nicaise, 2017). Nous avons déjà vu que chacun vit différemment le risque de LGBT+phobie, et que l'attitude et le comportement de ceux qui savent que cela peut arriver mais vivent dans une certaine insouciance seront très différents de ceux qui sont plus susceptibles de se sentir en danger. Nous avons également vu que les lieux, les moments et les circonstances personnelles, telles que l'apparence physique ou les expériences, influencent le sentiment de sécurité et d'insécurité. Malgré cela, certains schémas se répètent dans les comportements visant à éviter les agressions. Des actions préventives qui se déploient selon si l'on va seul ou accompagné, si l'endroit est désert ou s'il y a plus de monde, si l'attitude des personnes qui nous entourent est plutôt agressive ou plutôt calme, etc. Des pensées et des actions qui rendent particulières les pratiques et l'expérience du lieu de chaque personne.

Une première variable à noter est le fait d'aller seul ou d'être accompagné. Plusieurs résidents interviewés se sont exprimés en ce sens. Candi (40), par exemple, se sent plus vulnérable s'il est avec son partenaire que s'il va seul puisqu'il pense qu'ils sont plus identifiables et, éventuellement, une cible pour quelqu'un qui pourrait avoir des comportements homophobes, bien qu'il admette que le problème réside davantage dans ce qu'il pense que les autres pourraient penser d'eux que dans le risque réel. Paula (30), quant à elle, explique que lorsqu'elle va seule, elle assume ses propres peurs et que lorsqu'elle va avec sa copine, elle assume les peurs des deux et se met dans une attitude de protection. D'autres recherchent délibérément de la compagnie pour aller dans certains lieux et à certains moments. Marc (29), par exemple, qui fréquente plusieurs bars du quartier du Raval, préfère s'y rendre accompagné, surtout s'il est tard dans la nuit, et ajoute que si, en plus, il est « en drag », être accompagné est essentiel.

Le groupe est un élément clé pour se sentir en sécurité. Tous les épisodes d'agressions et de peurs recueillis ont eu lieu lorsque la victime était seule ou à deux, avec un partenaire ou une autre personne LGBT+. Cette situation change lorsqu'il y a une protection de groupe, situation recherchée soit pour sortir le soir, comme l'ont évoqué nombre d'interviewés, soit pour partir en voyage.

Ce facteur d'entraide et d'attention aux autres s'étend à bien d'autres sphères de la vie, notamment chez ceux qui ont construit leur nouvelle vie loin de leur lieu d'origine ou qui se sont établis selon des schémas inhabituels. C'est le cas de Sara (27) pour qui les quatre filles avec lesquelles elle vit sont bien plus que des colocataires ou des amies. Ou encore de Sandro (45) qui, avec son mari et sa fille en commun, s'est construit un cercle social à travers l'association des familles LGBT+. Il s'agit de nouveaux modèles familiaux qui dépassent le cadre traditionnel et qui permettent de construire non seulement des loisirs, mais aussi des réseaux de soutien mutuel.

Mais au-delà des proches, la protection vient aussi des pairs, en l'occurrence d'autres personnes LGBT+ dans des lieux reconnus comme LGBT+. Salvador (38), par exemple, garde toujours un œil vigilant, peut-être pas tant parce qu'il craint que quelque chose ne se produise que parce qu'il est comme ça, mais le fait de savoir qu'il est entouré de gays ou d'autres personnes LGBT+ le rend plus détendu. Un cas particulier est celui des lieux de drague, en particulier ceux qui se déroulent en plein air et pendant la nuit. Ces lieux, qui fonctionnent selon leurs propres codes, ne sont pas spécialement perçus comme

dangereux par leurs utilisateurs, hormis le fait qu'il est possible de se faire voler. De telles situations se sont produites lors des visites d'observation, comme le vol d'un téléphone portable. D'autres situations auraient pu conduire à une agression sexuelle ou à une activité sexuelle non désirée. En particulier, plusieurs personnes ont remarqué qu'un jeune homme se faisait harceler par un homme plus âgé et plus costaud et, bien que le jeune homme n'ait rien dit, ils ont poliment intercédé pour qu'il le laisse tranquille, l'un d'eux a pris la parole et s'est adressé à lui cordialement mais fermement, un autre s'est placé juste derrière celui qui parlait et deux autres ont observé la scène de près, montrant que le jeune avait le soutien du groupe, même s'ils ne se connaissaient pas. C'est un exemple d'action de groupe de rejet de ceux qui ne respectent pas les normes (Langarita Adiego, 2013), ce que de nombreux interviewés s'attendent à trouver dans tout espace produit par des personnes LGBT+

En l'absence de personnes LGBT+, Arnau, qui est en alerte 24 heures sur 24, a repéré d'innombrables endroits où il peut se réfugier s'il se sent menacé. Il s'agit principalement de magasins ordinaires dans les rues qu'il fréquente :

> *« J'apprends par cœur les endroits où je sais que je peux aller et me sentir en sécurité... bars et restaurants avec des gens, magasins où je pense que les agresseurs n'entreront pas, comme un magasin de jouets ou de vêtements, un commerce avec une jeune fille ou une femme plus âgée »* [70] (Arnau, 30 ans)

Cette notion d'alliés LGBT+ au-delà des membres du collectif a été largement mobilisée dans différents domaines de la littérature académique, tant pour s'appuyer sur eux (García Rodríguez, 2019), que pour évaluer les risques que cela comporte (Blatt, 2024), ainsi que pour mettre l'accent sur des luttes plus larges qui conduisent à un bénéfice généralisé incluant les personnes LGBT+ (Hathaway, 2023).

En société, l'un des moyens les plus fréquemment cités pour éviter les conflits est d'essayer d'agir comme une personne hétérosexuelle. Cela implique une myriade de stratégies telles que regarder moins le visage des gens, ne pas tenir la main de son partenaire, changer sa façon de s'habiller, essayer de contrôler les gestes qui peuvent être considérés comme efféminés ou trop masculins, selon le cas. Au-delà de la dissimulation, il y a la possibilité d'omettre des informations, comme lorsqu'au travail on esquive les questions sur son statut relationnel, ou de simplement mentir, comme lorsqu'on nie que le partenaire est bien son conjoint. Si toutes ces circonstances ont été mentionnées par plusieurs des résidents interviewés, le mensonge en tant que tel, n'a été exprimée par personne lors de leur expérience à Barcelone, mais elle a été mentionnée lors de voyages dans certains pays où la situation des personnes LGBT+ est moins sûre ou est perçue comme telle.

À tout cela s'ajoute la circonstance de la présence et du passage dans l'espace public. Les espaces qui font peur ont été largement étudiés, et de nombreux témoins ont parlé d'éléments qui peuvent susciter la peur ou la confiance, tels que la morphologie urbaine, la présence ou l'absence de personnes et leur attitude, l'éclairage et les ombres, le fait qu'il s'agisse d'espaces quotidiens ou non familiers affectent la perception de la peur (Muxí Martínez et al., 2011) (Santos Sánchez, 2014), bien que beaucoup de ces éléments soient culturels et sujets à l'interprétation :

> *« Il y a une chose qui arrive aux migrants, c'est que la première fois qu'ils se sentent en sécurité ici, c'est très choquant parce que, par exemple, je me souviens qu'il y a quelques années, la première fois que je suis sortie avec un homme et qu'il m'a embrassée au milieu de La Rambla, j'ai été choquée parce que j'ai pensé que quelqu'un allait m'insulter ou qu'il allait se passer quelque chose à ce moment-là, parce que je n'avais pas l'impression que la Rambla était un*

> *endroit sûr parce qu'il y avait beaucoup de monde. D'une certaine manière, j'ai inversé cet élément : quand il y avait peu de monde, je me sentais plus en sécurité dans d'autres endroits, mais ici, quand il y a peu de monde, je me sens plus en insécurité. En d'autres termes, la présence de personnes me rassure davantage que l'absence de personnes. Mon sens de la sécurité s'est donc inversé »* [71] (Santiago, 58 ans)

Enfin, il est parfois possible d'éviter les endroits où l'on sait que l'on ne sera pas le bienvenu. Cependant, il y a des choses que l'on ne peut pas toujours choisir, comme l'endroit où l'on vit, où l'on travaille, où vivent les amis ou la famille. Dans ce cas, le déploiement de stratégies et la tension risquent d'être plus importants.

En ce qui concerne les sites que l'on peut choisir ou non, en particulier les voyages d'agrément et les loisirs, il est possible de choisir des sites reconnus comme LGBT+friendly ou spécifiquement destinés aux publics LGBT+, bien qu'il ait déjà été mentionné précédemment que des actions LGBT+phobes peuvent survenir soudainement et de manière imprévisible n'importe où. Quant au choix de se rendre ou non dans des lieux qui ne sont pas nécessairement accueillants pour les LGBT+, chacun fait son propre calcul des avantages et des inconvénients. La socialisation pendant les périodes de loisirs et de voyage est précisément le sujet de la section suivante.

Conclusions du chapitre 4

Barcelone est perçue comme une destination attractive pour les mobilités LGBT+, que ce soit résidentielles ou touristiques. Au-delà de sa proximité géographique pour certains, elle incarne un espace d'émancipation et de reconnaissance identitaire, poursuivant l'image répandue des grandes villes comme lieux de liberté pour les minorités sexuelles et de genre. Cette représentation n'est pas toujours exacte, mais elle reste un facteur clé dans la prise de décision des individus cherchant un environnement plus inclusif. De plus, les migrations liées à la quête d'un espace sûr influencent les trajectoires de vie et modèlent la manière dont les personnes LGBT+ s'approprient la ville.

L'insécurité ressentie par les personnes LGBT+ est souvent une question de contexte et de circonstances plutôt que de lieux. Les discriminations et violences peuvent survenir dans des espaces considérés comme accueillants, mais à des moments où les dynamiques sociales sont moins protectrices. Cette insécurité est également liée aux expériences vécues et aux trajectoires personnelles : une personne ayant subi des violences dans le passé peut percevoir certains environnements comme plus menaçants, même s'ils ne le sont pas objectivement. Ce phénomène se reflète aussi dans les pratiques touristiques, où les perceptions de sécurité influencent les choix de destinations et d'espaces fréquentés.

Les trajectoires de vie des personnes LGBT+ sont marquées par des expériences variées et des dynamiques intersectionnelles qui façonnent leur manière de socialiser et de percevoir leur place dans la société. Loin d'être homogène, ce groupe est traversé par des inégalités internes liées à des facteurs comme le genre, l'origine sociale, la racialisation ou la conformité aux normes de la communauté. Par exemple, les bisexuels ou les asexuels peuvent être marginalisés au sein même du collectif LGBT+, tout comme les gays efféminés dans des cercles très masculinisés. Ces dynamiques influencent les usages urbains, la manière dont les espaces sont investis et les pratiques de tourisme.

Si la communauté LGBT+ est souvent perçue comme unie sous un même sigle, son interprétation varie considérablement selon les individus. Certains y voient un espace de soutien et de construction identitaire, tandis que d'autres la considèrent davantage comme une plateforme de revendications. Cette pluralité est accentuée par des débats internes sur des thèmes comme le féminisme, qui a longtemps été relégué au second plan face à une forte présence des hommes gays. Par ailleurs, l'émergence de la non-binarité comme nouvelle dynamique socioculturelle remet en question les conceptions traditionnelles du genre et de l'identité, influençant ainsi les pratiques de socialisation et de tourisme. Cette évolution montre aussi un décalage entre les formulations théoriques et les usages populaires des termes liés à la diversité de genre et de sexualité, qui ne sont pas toujours compris ni adoptés de manière uniforme.

Ces éléments sont essentiels pour comprendre les pratiques de socialisation, les usages de la ville et les dynamiques touristiques LGBT+. Ils mettent en lumière les tensions internes à la communauté, les rapports différenciés aux espaces et la manière dont les individus ajustent leur trajectoire de vie en fonction des opportunités et des contraintes qu'ils rencontrent. Ces dynamiques influencent également le sentiment de légitimité à fréquenter certains lieux, façonnant ainsi les espaces perçus comme accueillants ou exclusifs, et déterminant les interactions sociales qui s'y déroulent.

5 S'épanouir au travers des loisirs et des voyages

« Tot seguit, trobem els qui transiten per fugir del món i qui sap si també d'ells mateixos. Sovint, a la tornada, expliquen que tan sols han pogut tornar al punt de sortida després d'adonar-se que tot desplaçament és interior »[xxxvi]

Cristina Massanés, *Marxarons. Viatge pels cims i les valls del llenguatge*
L'Accent, Barcelona, 2024, p. 92

Compte tenu du fait que, comme nous l'avons vu, le développement personnel des personnes LGBT+ se heurte à de nombreuses contraintes, la socialisation avec des personnes partageant les mêmes intérêts ou ayant de motivations similaires devient une question cruciale. Comme il n'est pas toujours facile de choisir l'environnement familial et professionnel, la socialisation pendant le temps libre prend une dimension particulièrement importante. Il existe de nombreuses façons d'occuper son temps libre, mais il est facile d'établir deux catégories dans les paramètres de l'espace et du temps : les loisirs de proximité dans l'environnement quotidien et les loisirs sous la forme d'un voyage touristique en dehors du contexte habituel ou, dit autrement, *« la recréation par le déplacement »* (Duhamel, 2018 p.27).

Cette catégorisation de base pourrait bien s'appliquer à tout le monde, ce qui soulève la question de savoir en quoi consistent spécifiquement les loisirs LGBT+. En effet, il semble nécessaire d'examiner plus en détail ce qui se cache derrière la vague notion d'activités de loisirs LGBT+ et ce que l'on appelle désormais le tourisme LGBT+. Il sera également particulièrement révélateur de se demander si l'offre existante répond aux besoins des protagonistes.

Je vais, dans un premier temps, chercher à dépasser les stéréotypes continuellement véhiculés par les médias et le secteur des loisirs, qui tendent à figer les expériences LGBT+ dans des représentations simplistes. Pour ce faire, j'analyserai trois binômes qui structurent les pratiques de loisirs dans un enchevêtrement constant : les espaces mixtes et segmentés au sein même de la communauté LGBT+ ; les aller-retours entre loisirs commerciaux et non commerciaux ; et enfin, l'hybridation entre lieux LGBT+ et non LGBT+.

Ensuite, je vais également remettre en question certaines idées reçues sur le tourisme LGBT+, souvent réduit à la fête et au sexe. En nuançant cette perception, je mettrai en lumière d'autres motivations des mobilités touristiques, qui visent à confronter et à approfondir l'identité LGBT+ à travers des expériences où l'offre commerciale de loisirs joue un rôle secondaire face à des dynamiques relationnelles.

[xxxvi] Traduction du catalan : *« Ensuite, nous trouvons ceux qui voyagent pour fuir le monde et, qui sait, peut-être aussi eux-mêmes. Souvent, au retour, ils racontent qu'ils n'ont pu revenir qu'au point de départ après avoir compris que tout déplacement est intérieur »* (T.A.)

5.1 Une offre de loisirs gay et consumériste qui domine le discours

Une offre d'activités et de ressources spécifiquement destinées aux personnes LGBT+ est disponible dans certaines villes et destinations touristiques où l'orientation sexuelle et l'identité de genre ne sont, pour le moins, pas pénalisées. Dans celles où les droits sont davantage garantis et établis, ils sont médiatisés et célébrés conformément à l'époque actuelle où la vie sociale est, très largement, basée sur l'image et les produits de consommation dans ce que Guy Debord appelait *« la société du spectacle »* (Debord, 2005). Cet auteur souligne comment les consommateurs sont aliénés par une communication fondée sur des représentations simplistes et déformant la réalité. Les personnes LGBT+, loin d'être épargnées, subissent également ces mécanismes, ce qui les conduit à adopter des attitudes passives et à s'inscrire dans des dynamiques de consommation automatisées. Cette situation expliquerait en partie des phénomènes tels que le *pinkwashing*, exercé par certaines entreprises ou gouvernements, consistant à défendre les droits des LGBT+ afin d'améliorer l'image publique ou de détourner l'attention de pratiques moins éthiques en recourant parfois à la manipulation (Misgav & Hartal, 2019).

Généralement, lorsqu'on lance une recherche sur Internet concernant les loisirs LGBT+ dans un certain endroit, les références sont les discothèques, les pubs, les saunas, les magasins de vêtements, les coiffeurs, les centres de beauté, les spas, les librairies, les restaurants, les hôtels, les boîtes de nuit, les sex-shops, les clubs de sexe et une longue liste de services mis à la disposition des personnes LGBT+. Mais il en existe d'autres, comme les associations et les centres culturels, les plages ou les sites de rencontres. Il convient donc de se demander dans quelle mesure l'offre existante est représentative de la pratique réelle des personnes LGBT+ et s'il existe d'autres formes de loisirs qui échappent aux logiques attendues de la société de consommation.

Les lignes qui suivent tentent d'élucider cette question en examinant tout d'abord l'offre commerciale de loisirs LGBT+, puis en analysant tout ce qui n'entre pas dans le schéma commercial LGBT+. Enfin, une section est consacrée à la sexualité et au sexe, qui jouent un rôle clé non seulement dans l'offre existante, mais conditionnent également la socialisation d'une grande partie des hommes gays.

a Tout un système de prestations marchandes dites LGBT+

Les établissements commerciaux ciblant les gays sont la face la plus visible des loisirs LGBT+, là où ils sont autorisés. En effet, il est relativement facile de trouver des informations, publiées sur papier ou sous forme numérique, par le biais de la publicité des établissements eux-mêmes, à l'intention du public local ou touristique. De nombreuses villes proposent des cartes ou des brochures gratuites présentant la « scène gaie », ou « LGBTIAQ+ scene » en anglais, de la ville.

Dans cette présentation publique de l'offre, un premier grand biais est déjà décelable, celui de répondre à une publicité clairement axée sur l'attraction des gays dans le sens le plus sexualisé selon le canon du gay américain – celui du profil de l'homme gay, blanc, musclé, plutôt jeune et avec un pouvoir d'achat

supérieur à la moyenne – soit célibataire, soit en couple actif sans enfants selon l'idée de ce qu'en anglais on appelle DINK, *Double Income, No Kids* (García Ortega & Marín Poot, 2014) et qui joue sur l'érotisation du lieu en renforçant ces stéréotypes érotisants (Gravari-Barbas et al., 2017).

À titre d'exemple, sur les couvertures des brochures collectées qui ont été utilisées pour l'élaboration des cartes du chapitre 8, figurent, à l'exception d'une seule, des garçons musclés habillés en maillot de bain, des caleçons ou des serviettes. Seule la carte dite officielle de Visit Gay Barcelona présente en tout simplicité une image graphique de la ligne d'horizon de Barcelone et les couleurs de l'arc-en-ciel (Img. 5.1). En 2025, les brochures papier sont sans doute loin d'être le moyen pour les touristes de se construire une représentation préalable de la destination, mais elles sont largement diffusées sur le terrain et sont déjà intégrées comme un élément de l'image perçue (Camprubí & Prats, 2009).

Img. 5.1 Brochures à l'intention du public LGBT+ à Barcelone

Échantillon de brochures gratuites disponibles dans les établissements LGBT+ de la ville. Cinq d'entre elles, contenant une relation des lieux LGBT+, ont été utilisées dans l'enquête. À l'exception du guide de la Pride, en haut à droite, et du dépliant édité par la mairie, premier à gauche, les autres présentent principalement des hommes jeunes et musclés

Auteur : © Jordi Calabuig Serra.

L'offre de loisirs LGBT+ de la ville est généralement disponible tout au long de l'année, mais elle augmente de temps en temps avec l'organisation d'événements tels que des fêtes et des festivals.

Dans le cas de Barcelone, outre Pride ! Barcelona, qui, comme dans d'autres villes, est devenue une référence locale et internationale, le produit phare est le Circuit Festival, qui attire des dizaines de milliers de touristes internationaux chaque année au mois d'août pendant l'événement, qui s'étend de 6 à 16 jours en fonction de l'édition (Prat Forga, 2014). D'autres événements, davantage destinés au public local, sont organisés par des entreprises locales, comme la fête Churros con Chocolate qui se tient dans la Sala Apolo une ou deux fois par mois, ou la Ravalada Drag dans différents établissements, pour ne citer que deux des nombreux événements proposés. Cette dernière a la particularité de se dérouler l'après-midi dans un milieu de loisirs clairement tourné vers la vie nocturne. Pere, le plus âgé des résidents interviewés, explique qu'il aime aller boire un verre en terrasse et qu'il lui arrive de se rendre dans une célèbre discothèque gay, mais il sourit de ne pas y aller au bon moment :

> *« Je peux tenir jusqu'à deux heures du matin, ce qui est apparemment très tôt »* [72] (Pere, 71* ans)

Fig. 5.1 Types de lieux LGBT+ fréquentés par les touristes LGBT+ à Barcelone (en pourcentage

Les « établissements de loisirs » englobent l'ensemble de l'offre commerciale LGBT+, qui se trouve majoritairement située dans le Gaixample, une zone à forte concentration de services destinés au public LGBT+ et promue en tant que telle, aussi bien auprès des touristes que de la population locale.

Note : Ce graphique inclut les réponses de 65 % des touristes interrogés, uniquement ceux qui ont affirmé avoir fréquenté un lieu LGBT+ pendant leurs vacances dans la ville. Pour le reste, 27 % ont affirmé ne pas avoir visité de lieux LGBT+ et 8 % ne le savaient pas.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Pour certains résidents, ce type de loisirs reste la référence principale, ce qui renvoie aux débuts du tourisme en Espagne, où l'on privilégiait une certaine vision oisive et festive dans les stations balnéaires du pays (Boirot, 2020). D'autres y ont participé à un moment donné, notamment durant leur phase de découverte personnelle, mais recherchent ensuite d'autres types d'offres. En effet, si l'offre de la zone du Gaixample n'est pas uniforme, pour certains, elle est trop formatée selon les schémas gays conventionnels et ils recherchent d'autres types de loisirs.

Parmi les touristes qui ont visité Barcelone, bien que certains choisissent de se rendre dans des espaces non commerciaux, la majorité fréquente les établissements de loisirs et se rend dans le quartier du Gaixample, qui rassemble la plupart de l'offre commerciale, en plus d'un non négligeable 39 % qui disent avoir participé à un événement LGBT+. Au sein des éléments qui peuvent être classés comme des loisirs non commerciaux, la plage se distingue pour plus de la moitié des répondants, et 23 % sont allés dans des lieux de drague et 17 % ont profité de la vie culturelle, en partie commerciale puisqu'elle inclut les librairies (Img. 5.1).

Bien que l'offre commerciale LGBT+ de la ville soit diverse, les résidents suggèrent qu'elle a certaines caractéristiques spécifiques, telles que la place accordée à la vie nocturne, la mise à disposition d'un espace sûr permettant aux personnes LGBT+ d'exprimer leur identité sexuelle et de genre sans conséquences négatives, et le confort d'être entre pairs et d'éviter ainsi les surprises quant à l'orientation sexuelle lorsqu'il s'agit de draguer.

> *« En fait, pour moi, la séparation entre les espaces gayfriendly et non gayfriendly est décisive parce que lorsque je me rends dans une boîte de nuit ou un bar qui n'est pas LGBT, je me sens un peu conditionné, tu vois ? En revanche, quand il s'agit d'espaces LGBT, il y a pour moi un saut qualitatif, je me sens plus à l'aise et je me rapproche de tout le monde parce que je sais qu'il*

> *y a certains aspects sous-culturels, peu importe comment tu veux les appeler, que tout le monde assume et, par conséquent, je peux être moi-même, tu sais ? Je veux dire, la barrière disparaît (...) et je sauve beaucoup d'étapes »* [73] (Pol, 28 ans)

La sécurité, le confort, la vie nocturne et la focalisation sur les hommes gays sont les quatre principaux attributs de la scène de loisirs LGBT+ dominante à Barcelone, selon les propos des interviewés, bien que ces modèles soient plus ou moins répétés dans d'autres villes et destinations touristiques dotées d'une scène gay (Visser, 2003) (Giraud, 2012b). La standardisation de l'offre et la banalisation des pratiques constituent un véritable problème pour ce type de loisirs, comme l'indiquent plusieurs des personnes interrogées, telles qu'Ari (22), qui se plaint que les fêtes organisées comme alternatives sont également axées sur la vie nocturne et la consommation d'alcool, ou Hélder (41), qui a essayé une bonne partie des fêtes proposées dans la ville et finit par dire qu'elles sont toutes à peu près pareilles.

Même si le biais en faveur du gay est ostensible, certains des résidents non gays interrogés disent préférer fréquenter les espaces LGBT+ même s'ils ont l'impression d'être en minorité. Sinae (29) utilise le mot « confortable » pour les désigner, tandis que Cecília est plus explicite :

> *« Je ne sais pas si c'était une fête d'ours ou de ceux qui sont musclés ou une de ces étiquettes, tu vois? Mais bon, je me suis sentie très à l'aise. Nous n'étions peut-être que quatre filles dans toute (la salle) Apolo, et je me suis dit... dans cette fête, aucun ne me pelotera les fesses sans ma permission »* [74] (Cecília, 25 ans)

D'autres personnes ne fréquentent pas les lieux LGBT+ ou gay parce qu'elles préfèrent les environnements non mixtes. Si Cristina (55) ne trouve pas sa place dans certains espaces réservés aux femmes parce qu'elle a l'impression qu'on veut la capter, et utilise pour cela le terme « sectaire », Mercè (53) y est tout à fait favorable au point de ne fréquenter ni les espaces gays, ni les espaces LGBT+.

Il y a une autre caractéristique de l'offre marchande qui a été mentionnée par plusieurs des résidents interviewés, à savoir la fragmentation notable de l'offre en fonction du profil du public LGBT+, avec des lieux à l'offre très segmentée. Ainsi, il y a un type de loisir, certes, fortement connoté selon le canon gay américain, mais il y a aussi d'autres offres centrées, par exemple, sur les bears, ou les kinkies, ou les lesbiennes, ou les personnes non-binaires, ou d'autres communautés transversales telles que les altercapitalistes. Dans chaque milieu, il y aurait des codes de conduite particuliers, bien que Sergi y ajoute une question de génération et d'actualité :

> *« Je ne veux pas me sentir contraint par des codes relationnels qui t'obligent à te comporter d'une certaine manière, cela m'épuise. La scène gay actuelle n'est que d'apparence. Je le vois bien dans les discothèques, avant on pouvait commencer à danser et les gens pouvaient aimer ou non, mais ils s'en fichaient. Ces derniers temps, j'ai vu quelqu'un faire cela et des jeunes l'entourer et se moquer de lui. Nous sommes très ouverts, à condition de faire ce que je considère comme normal. Nous avons perdu un peu de cordialité. Les gens confondent ce que je n'aime pas avec ce qui est mal et ce que j'aime avec ce qui est bien »* [75] (Sergi, 53 ans)

Certains des résidents interviewés, ayant fréquenté la scène LGBT+ ou gay dans d'autres villes et pays, expliquent que cette fragmentation est moins omniprésente ailleurs, notamment dans les espaces de loisirs, la vie nocturne et les fêtes, où les publics tendent à être plus mixtes et moins segmentés. Dave, par exemple, qui a vécu à Brighton, est surpris par cette fragmentation et se languit un peu de l'atmosphère plus inclusive de cette ville :

> *« Je préfère un environnement plus ouvert, où il n'y a pas qu'un seul type de gays... amical, plus ouvert, pas seulement pour les mecs. Un mélange de personnes, pour moi, c'est important. À Brighton, il y a beaucoup de travestis, de transsexuels, de gays, de lesbiennes, de bisexuels, tous mélangés, il y a beaucoup de bars comme ça. C'est ce à quoi je suis habitué, c'est mon histoire, alors je préfère ce genre de bars pour tout le monde »*[76] (Dave, 40 ans)

Mélanger ou ne pas mélanger fait débat. Si les personnes LGBT+ ont certains points communs, il est également vrai que leurs différences sont notables. Aleix (39) évoque deux points de vue opposés. D'une part, comme Dave, il souligne que la séparation entre les hommes et les femmes à Barcelone est quelque peu choquante, d'autant plus que dans d'autres villes, la mixité est beaucoup plus fréquente. D'autre part, il admet qu'une jeune personne non binaire en pleine transition n'a pas grand-chose à voir avec un homme mûr musclé avec des stéréotypes hétéronormatifs et qu'il est logique que chacun ait ses propres espaces de loisirs.

La durée de vie de chaque modèle de loisirs sera dictée par l'adhésion à chacun d'entre eux des différentes populations, mais l'essentiel pour la plupart des personnes interrogées est de savoir si elles seront bien accueillies lorsqu'elles décideront de se rendre dans un lieu donné et si elles se sentiront à l'aise une fois à l'intérieur. Gabriel (41) est l'un de ceux qui expriment leurs doutes quant à être mal vu dans certains endroits ou à ne pas se sentir légitime pour y aller.

À tout cela, il faut ajouter le facteur générationnel. Cette offre dominante centrée sur la vie nocturne est mentionnée comme un type d'offre de loisirs qui a été très important à un moment donné de leur vie, soit dans leur jeunesse, soit dans le processus de sortie du placard et de découverte, soit dans la combinaison des deux. Cependant, la recherche d'autres options de loisirs et l'effet de l'âge éloignent progressivement une bonne partie d'entre eux de ce scénario :

> *«...et il y a aussi l'âge, maintenant je sors moins, désormais j'aime les activités plus calmes »*[77] (Ferran, 54 ans)

Mais ces activités plus calmes auxquelles Ferran fait référence ont également une connotation LGBT+ évidente, puisque nombre d'entre elles sont pratiquées avec ses amis gays. Mais dans son imaginaire, à un moment donné, elles ont cessé de faire partie de la scène gay.

Outre l'âge, d'autres personnes, comme Iker (34), qui déclarent ne pas aimer les foules et les agglomérations, peuvent difficilement trouver une place dans ce modèle de loisirs dominant, tout comme Sandro (45), qui partage une bonne partie de son temps libre avec son enfant.

Les biais de l'offre commerciale prédominante en faveur des gays et de la vie nocturne et la forte segmentation des publics peuvent compromettre l'idée d'une acceptabilité de l'ensemble du spectre des personnes LGBT+. Toutefois, dans cette section, nous n'avons fait référence qu'à l'offre commerciale de loisirs, mais il s'avère qu'il existe d'autres offres, même si elles sont moins médiatisées et, par conséquent, moins visibles. Cette question sera abordée dans les sections suivantes.

b Des limites et porosités du système de loisirs dominant

Lorsqu'on leur demande en quoi consiste leur temps libre LGBT+, de nombreux résidents interviewés répondent qu'ils sortent le soir, vont au restaurant pour dîner, font du shopping ou participent à un événement. Mais la grande majorité d'entre eux ne se limite pas à ces références et en ajoute d'autres comme aller au théâtre ou au cinéma, se rendre chez quelqu'un, se promener, aller à la plage ou à la montagne, pratiquer du sport ou avoir des relations sexuelles, entre autres.

Ainsi, comprendre les loisirs LGBT+ comme des activités promues à des fins lucratives par des entreprises qui s'identifient comme LGBT+ est une vision très restrictive qui ne correspond pas aux pratiques réelles. Elle ne décrit pas la réalité pour au moins trois raisons qui sont développées ci-dessous : l'importance de la composante LGBT+ des loisirs, la place des loisirs non commerciaux et le poids que représentent les personnes en tant que pivot autour duquel les pratiques de loisirs LGBT+ sont produites.

La première question à se poser est de savoir s'il s'agit véritablement de loisirs LGBT+ ou plutôt de loisirs ordinaires pratiqués par des personnes LGBT+. Les deux questions sont pertinentes. D'une part, parce que de nombreuses personnes qui citent ces pratiques de loisirs leur attribuent une composante LGBT+ et, d'autre part, parce que cela impliquerait que les personnes LGBT+ participent librement à des activités dans un domaine dont elles ne sont pas rejetées et qu'elles reconnaissent comme LGBT+friendly.

Les pratiques auxquelles se réfèrent les résidents interviewés sont très variées, mais parmi celles qui ne sont pas spécifiquement LGBT+, il y a deux grands blocs de réponses qui, bien qu'hétérogènes, méritent d'être mentionnés. Il s'agit d'une part du domaine de la forme physique et d'autre part des arts.

En ce qui concerne la condition physique, certains se réfèrent spécifiquement à la pratique du sport, que ce soit dans des clubs LGBT+ ou dans des clubs ordinaires. Parmi les premiers, l'association Panteres Grogues, qui offre des espaces sûrs aux personnes LGBT+ qui souhaitent pratiquer du sport dans différents quartiers de la ville, a été assez souvent mentionnée. Il convient également de noter que l'une des entreprises collaboratrices du festival Circuit est une chaîne de salles de sport à laquelle les participants, la plupart des touristes gays non espagnols, ont accès pendant les jours du festival. Ce point est d'autant plus important que le domaine du sport est considéré comme l'un des plus réfractaires aux personnes LGBT+ (Buitrago-Camacho, 2023). Iván (42), par exemple, a déclaré récemment avoir été insulté de pédé dans une salle de sport ordinaire et se plaint surtout de l'inaction des responsables qui n'avaient aucun protocole pour réagir de manière appropriée.

Au-delà des sports formels ou des salles de sport, la pratique physique la plus fréquemment mentionnée dans les entretiens avec les résidents est la balade et la randonnée, à la fois dans les promenades et les parcs de la ville et dans les montagnes avoisinantes telles que le parc naturel de Collserola. Cette pratique est significative dans la mesure où elle signifie une appropriation en termes LGBT+ de lieux très divers dans la ville, que ce soit de manière consciente ou inconsciente.

En ce qui concerne le deuxième bloc, les arts, il ne s'agit pas seulement d'avoir un intérêt, mais de nombreuses personnes interrogées pratiquent une forme d'expression artistique, certaines professionnellement, d'autres semi-professionnellement ou en tant qu'amateurs et, si ce n'est pas le cas,

en tant que simples spectateurs. Le type d'expression artistique qui les intéresse est très varié. Le cinéma, le théâtre, la danse, le chant choral, la sculpture, les arts numériques, la musique classique ou autre, la littérature, les mangas, le dessin, le drag queen et le drag king ne sont que quelques-uns de ceux qui ont été spontanément mentionnés lorsqu'on leur a demandé quels étaient leurs centres d'intérêt pendant leur temps libre, toujours en termes LGBT+. La liaison entre l'art et les mouvements LGBT+ a fait l'objet de nombre d'études académiques en mettant en avant la subversion des normes en termes de sexualité, genre, de corporalités, de militantisme, etc. (Adam, 2018).

Dans le même ordre d'idées, certains événements qui ne sont pas spécifiquement LGBT+ sont interprétés par plusieurs personnes interviewées comme des événements LGBT+friendly au point de les inclure parmi leurs principales références de loisirs LGBT+. Également, au niveau professionnel, comme Sara (27) qui explique que son groupe de musique est totalement imprégné de la composante féministe et LGBT+, bien qu'il ne se décrive pas comme un groupe LGBT+, et que ses circuits ne passent pas nécessairement par les circuits de loisirs LGBT+. En effet, certaines de ces manifestations occupent une place importante dans les circuits commerciaux de loisirs LGBT+, comme les spectacles de drag queen, tandis que d'autres ne le font pas, ou seulement de manière occasionnelle. Le festival du film Fire !, par exemple, est l'un de ces moments occasionnels où le cinéma LGBT+ est mis en avant dans une ville qui, le reste de l'année, n'est pas connue pour avoir un programme de films LGBT+ stable.

Certaines des activités mentionnées ont une composante commerciale relative ou n'en ont pas du tout. Les activités promues par des organisations à but non lucratif ou autoorganisées n'entrent pas dans le cadre de ce que l'on appelle l'industrie des loisirs LGBT+. Le mouvement LGBT+ à Barcelone a une longue tradition d'associations de toutes sortes, de celles qui revendiquent des droits et des changements politiques à celles qui organisent des activités socioculturelles. Nombre d'entre elles continuent à fonctionner selon les schémas classiques de ce qu'est une association en vertu du droit espagnol, tandis que d'autres opèrent de manière informelle, soit par leur propre logique d'autogestion, soit par de nouveaux canaux organisationnels tels que les rencontres en ligne telles que Meet Up.

Pour réaliser cette enquête, le premier canal utilisé pour accéder à des résidents afin de les interviewer a été le contact avec les associations LGBT+ et les groupes informels opérant dans la ville. Ainsi, des contacts directs ont été établis avec des membres de dizaines d'associations, soit en dehors de la structure commerciale, soit en s'appuyant sur elle, par exemple en utilisant les bars LGBT+ comme lieux de rencontre pour l'association ou le groupe. À cela, il faut ajouter que lors des observations, il a été possible d'assister à plusieurs de ces activités telles que la marche des fiertés Pride! Barcelona, le festival de cinéma Fire!, les événements de la fête alternative du quartier de Sants ou le cruising. La première est rendue possible par une équipe mixte de professionnels et de bénévoles, tandis que la dernière est totalement autogérée par les participants.

Les associations et groupes informels parviennent à couvrir certains aspects des loisirs qui n'ont pas leur place dans l'offre de loisirs commerciale, comme les activités culturelles déjà mentionnées ou celles qui répondent aux profils de personnes LGBT+ qui ne correspondent pas à l'idée traditionnelle de personne LGBT+ ni à l'offre commerciale dominante pour elles, comme les familles avec de jeunes enfants ou les lesbiennes dans le domaine professionnel, pour ne citer que deux exemples totalement disparates :

> *« Du temps libre, c'est quoi ? (rires) Je n'en ai pas beaucoup, mais il m'arrive de faire des choses gays. Aller dans un bar ou dans une discothèque, pas très souvent, mais je le fais et j'aime ça.*

> *C'est vrai que quand on a un partenaire, quand on a une famille, on le fait moins, évidemment. On n'a pas autant de temps libre (...) Beaucoup de mes loisirs sont centrés sur notre fille, avec d'autres familles LGBT+ ou autres »* [78] (Sandro, 45 ans)

> *« (Dans les Lesworking), des femmes qui se distinguent dans leur secteur sont invitées, puis nous avons une session de partage. Il s'agit d'une activité professionnelle et culturelle, mais plutôt professionnelle »* [79] (Cristina, 55 ans)

Ces associations et groupes sont, par définition, à but non lucratif. Certaines d'entre elles proposent des activités qui se veulent alternatives aux loisirs commerciaux et qui, de plus, sont chargées de militantisme anticapitaliste. Quelques résidents interviewés ont parlé des kafetas queer, des événements qui combinent souvent musique, débats et repas en commun avec une vocation clairement anticapitaliste et antihétéronormative, parfois avec des messages invitant les hommes cis-hétérosexuels à ne pas s'y rendre. Le dénominateur commun des personnes qui ont cité les kafetas est qu'elles créent des espaces vraiment sûrs et mutuellement protecteurs, et accessibles parce qu'ils sont gratuits, mais aussi qu'il s'agit de cercles très fermés où l'on retrouve toujours les mêmes personnes.

Bien que les participants aux kafetas aient un solide discours anticapitaliste, celui qui est le plus critique à l'égard du modèle de loisir consumériste en général est Miquel, dont le temps libre est plutôt consacré à des activités culturelles, associatives et autogérées, et qui, en plus de ne pas se sentir attiré par la nuit, ne boit pas non plus d'alcool :

> *« Je ne fréquente pas non plus les bars, que ce soit gay ou non (...) Je comprends que ceux qui tiennent des bars doivent gagner de l'argent... mais nous critiquons beaucoup le capitalisme et nous ne nous rendons pas compte qu'il finit par prendre l'argent de nos loisirs (...) Le capitalisme crée certains loisirs, précisément pour prendre l'argent qu'il ne nous a pas pris avec le logement, la nourriture, les vêtements. Si l'on fait le calcul, à quoi d'autre peut-on consacrer cet argent ? Aux loisirs, ce qui inclut les voyages, la culture... cela inclut beaucoup de choses mais, en général, ils finissent par tout nous prendre (...) Le tout est de savoir comment on se laisse manipuler (...) S'ils le pouvaient, ils nous feraient payer pour respirer ! »* [80] (Miquel, 53 ans)

La diversité des activités de loisirs pratiquées par les résidents LGBT+ va bien au-delà des offres les plus promues par l'industrie du tourisme et des loisirs LGBT+ de la ville, mais aussi au-delà des limites de ce qui est considéré comme strictement LGBT+ et commercial et, dans certains cas, place les personnes au premier plan, reléguant tout le reste à l'arrière-plan. En effet, pour certains, comme Pol (28), leur présence dans les lieux commerciaux LGBT+ est due au fait que leurs amis veulent s'y rendre. D'autres comme Iker (34) ou Hauru (21) disent que leurs activités LGBT+ sont toutes celles réalisées avec leur groupe d'amis, le premier étant entièrement gay et le second beaucoup plus diversifié. Inversement, Candi (40) souligne qu'il n'a jamais beaucoup participé aux loisirs gays parce qu'il n'a jamais eu de cercle d'amis gays, et encore moins LGBT+, de sorte que la seule chose qui présente un certain caractère gay dans sa vie sociale est ce qu'il fait avec son petit ami. Il est assez fréquent de circonscrire les activités LGBT+ à ce qui est fait en couple, comme Olga (51) qui ne qualifie pas ses loisirs en tant que LGBT+ parce qu'elle aime aller dans des bars où l'on propose des bières artisanales, mais elle y va toujours avec sa petite amie.

En général, il a été souligné qu'il est assez important que l'activité ou le lieu de loisirs LGBT+ permette la communication avec d'autres personnes.

> *« Interagir, n'est-ce pas ? Le loisir doit être le prélude à de la connaissance, pas vrai ? et que tu sois là pour la qualité humaine »* [81] (Víctor, 56 ans)

Pere (71*) va plus loin en parlant de la conversation comme une sorte de liturgie qui permet les confidences, non seulement avec des amis, mais aussi avec des connaissances et, pourquoi pas, avec des inconnus. Álvaro, quant à lui, n'aime pas trop les conversations informelles avec des inconnus, surtout dans les bars gays, en raison de leur charge sexuelle. En fait, il préfère les bars hétérosexuels pour être sûr que personne ne va le draguer :

> *« Je me souviens être allé dans des espaces non mixtes, où les hétérosexuels ne pouvaient pas se rendre, afin que ces espaces soient sûrs, alors qu'ils sont généralement très peu rassurants pour moi, pour les personnes asexuelles »*[82] (Álvaro, 29 ans)

Toutes ces perceptions montrent que l'offre commerciale LGBT+ est limitée par rapport aux désirs de loisirs des personnes auxquelles elle s'adresse, soit à des résidents, soit à des touristes. Non seulement en raison des profils ciblés, avec une négligence notoire de toutes les personnes non gays, mais aussi en raison du type de loisir qui capitalise l'offre, centré sur la vie nocturne. De plus, beaucoup de personnes LGBT+ cherchent à occuper leur temps de loisirs dans des activités et des espaces en dehors de la structure de l'industrie des loisirs et du tourisme LGBT+

Dans cette enquête, la priorité est accordée à la perception des protagonistes, de sorte que toutes les visions des loisirs LGBT+ sont considérées comme valides et légitimes. Cette approche, large et suggestive, met en évidence trois facteurs principaux : l'importance attribuée à la vie sociale, et donc aux interactions relationnelles ; la place relative des loisirs commerciaux qui, bien que fondamentaux, ne semblent pas aussi prévalents ; et la dimension LGBT+ des loisirs, qui reste flexible puisque certains loisirs non spécifiquement LGBT+ sont néanmoins vécus comme tels. Ces éléments influencent non seulement les pratiques sociales, mais aussi les dynamiques spatiales, et s'avèrent essentiels pour comprendre les territorialités LGBT+.

c *Le rôle majeur du sexe chez les loisirs des gays*

En parlant de loisirs LGBT+ ou, plus concrètement, de loisirs gays, l'activité sexuelle est incontournable et il est essentiel d'y consacrer une section. En effet, les relations sexuelles dans les moments de loisirs ont une importance notoire pour une grande partie des résidents interviewés. C'est également le cas des touristes qui ont répondu au questionnaire. Et cela se reflète également dans le carnet de notes rédigé lors des sessions d'observation et d'observation participante. Mais les informations collectées se réfèrent essentiellement aux hommes qui ont des relations avec d'autres hommes en dehors de la sphère des relations de couple. Ce n'est qu'à titre anecdotique que des hommes ont évoqué leur bisexualité ou leur pansexualité en termes de loisirs, et une seule des femmes interrogées a fait référence, de manière plus ou moins masquée, à des rencontres sexuelles dans le cadre des loisirs. Le rapport au sexe est l'un des principaux clivages entre les personnes de la communauté LGBT+.

Parmi la communauté des hommes gays, bisexuels et trans interviewés ou contactés lors des observations, la pratique du sexe dans le cadre des loisirs récréatifs est largement assumée. Cela ne cesse de surprendre les participants eux-mêmes, comme Felipe (35) qui s'étonne du nombre de backrooms existant dans les boîtes de nuit et les bars de Barcelone. Le guide Spartacus plaçait la ville, avant la Covid-19, au troisième rang mondial, juste derrière Berlin et Madrid (Chossière, 2019). Joel résume la situation comme suit :

> *« Mais, nous sommes les seuls à avoir des saunas conçus pour aller y baiser ! Un petit peu de s'il vous plaît ! »* [83] (Joel, 27 ans)

En effet, il existe de nombreux établissements commerciaux de toutes sortes qui offrent la possibilité d'avoir des relations sexuelles dans leurs locaux. Outre les bars, discothèques et saunas susmentionnés, on trouve également des sex-shops et, bien sûr, des clubs de sexe. Il a déjà été mentionné que l'image de marque de l'industrie LGBT+ locale tourne autour de l'image sexualisée de l'homme gay, et il faut donc ajouter à cela que, dans une certaine mesure, une grande partie de l'offre marchande de loisirs LGBT+ répond, dans la pratique, à de multiples possibilités d'avoir des relations sexuelles dans leurs établissements. D'autres types d'établissements ont été cités par les enquêtés comme des lieux où des relations sexuelles ont eu lieu à la suite d'une rencontre fortuite, tels que des salles de sport, des musées ou des centres commerciaux, bien que certains de ces derniers entrent dans la catégorie du cruising.

Le cruising en tant qu'activité consiste en des rencontres occasionnelles entre hommes, principalement avec des inconnus, dans les espaces et bâtiments publics ou des établissements privés à usage public et dans un but sexuel ou homoérotique. Cette pratique est pleine de significations et est soumise à des codes de manière que certains auteurs parlent d'une sorte de rituel d'interaction qui conduit, éventuellement, à la relation sexuelle (Langarita Adiego, 2014). Il s'agit d'une activité totalement informelle et bien que la plupart de ces rencontres aient lieu dans des endroits où l'on sait à l'avance qu'il y aura d'autres hommes à la recherche de rencontres, ils peuvent avoir lieu à n'importe quel moment et dans n'importe quel lieu, généralement avec un jeu de codes dans lequel les regards jouent un rôle prépondérant.

> *« Cela m'est aussi arrivé dans la rue. Pas tellement maintenant, mais il y a eu des moments dans ma vie où c'était très facile. Dans les transports en commun ou dans des situations très différentes, on peut rencontrer des gens avec qui on peut engager une conversation ou cela peut déboucher sur d'autres choses, tu sais ? »* [84] (Miquel, 53 ans)

Alors que le jeu de regards peut avoir lieu n'importe où, la drague se déroule généralement dans des endroits plus circonscrits et, dans les sites de drague connus, les rapports sexuels ont habituellement lieu sur place, que ce soit dans les toilettes d'un centre commercial ou en plein air, dans des parcs, des forêts ou sur des plages. Néanmoins, il s'agit rarement d'endroits où cette fonction est réglementée, et il y a donc toujours un certain risque (Jaurand, 2015).

> *« Ce qui est vrai, c'est que nous, les gays, sommes très sauvages et où que nous allions, nous baisons, et parfois nous ne respectons pas l'espace des autres. S'il y a des villes ou des quartiers qui ne veulent pas de manifestation gay, je peux le comprendre, parce que nous sommes un peu trop débridés (...). Cela (le cruising) ne m'offense pas, mais je peux comprendre qu'il y ait des gens qui ne veulent pas voir cela »* [85] (Sergi, 53 ans)

Mais ce n'est pas le seul canal par lequel le sexe récréatif gay est canalisé. Grindr est notoirement omniprésent (Nicolle, 2024a) : environ 83 % des hommes gays, bisexuels ou trans interviewés l'ont installée sur leur téléphone portable, bien que l'usage soit, en pratique, très variable, allant d'une utilisation intensive à des périodes de déconnexion temporaire. D'autres utilisent d'autres applications à des fins similaires mais plus spécifiques, telles que Scruff ou Recon. De nombreuses autres applications sont mentionnées, mais à des fins moins sexuelles, ou du moins sans objectif d'immédiateté. Parmi les touristes qui ont répondu à l'enquête, 45 % ont utilisé des applications de rencontres pour contacter d'autres touristes et 52 % pour contacter des résidents, le plus souvent à des fins sexuelles.

Grindr peut également être utilisé pour accéder à la prostitution ou s'y livrer. C'est le cas de Théo (22), qui se prostitue occasionnellement sur Grindr en se présentant comme un jeune homme trans et qui identifie tous ses clients comme des hommes gays. Pol (28), quant à lui, est un professionnel du sexe qui utilise des applications et des pages de contact spécialisées pour trouver ses clients, qu'il identifie comme des hommes gays, bi et hétérosexuels ayant des relations avec d'autres hommes.

La prostitution masculine, en plus d'être très minoritaire, est aussi la moins visible, peut-être parce que, contrairement à la prostitution féminine et trans, elle s'exerce de manière plus autonome, le plus souvent en dehors des réseaux de prostitution (Bibiloni, 2023), mais c'est un sujet réel dans certaines destinations touristiques et avec des problèmes spécifiques lorsque la présence de touristes gays incite des hommes, généralement des jeunes, résidant dans la destination à se prostituer (Monterrubio Cordero, 2008) et, parfois à s'adapter aux mœurs et stéréotypes des visiteurs (López López et al., 2015). Barcelone ne répond probablement pas aux paramètres des destinations touristiques étudiées par ces auteurs, mais le tourisme gay et la prostitution ont une certaine relation, laquelle a été examinée par quelques auteurs (Roux, 2009) (Córdova Plaza, 2015), même si la recherche sur cette question est récente et encore limitée (Staszak, 2012b).

Le chemsex, pratique sexuelle entre hommes, généralement en groupe, dans le cadre de laquelle des drogues de synthèse sont consommées, en est une manifestation particulière. Bien que les conséquences sociales et sanitaires que cette consommation peut entraîner soient largement documentées (Martín, 2020). Ils constituent un groupe de personnes LGBT+ avec des pratiques spécifiques à prendre en compte, même si, comme les autres groupes ou communautés LGBT+, ils ne sont pas étanches et peuvent se chevaucher. On ne peut pas exclure que des hommes ayant des relations stables participent ponctuellement à l'une de ces sessions, c'est pourquoi certains auteurs préconisent l'étude des normes qui régissent ces collectifs en tenant compte du fait que les relations socio-spatiales qui les articulent vont au-delà des principaux protagonistes (Hartal & Brown, 2019).

À cela s'ajoute le fait que tout évolue et que, parfois, cela se fait de manière rapide et imprévue. En effet, plusieurs témoignages, tant des personnes interviewées que des personnes contactées lors des observations participantes, indiquent une augmentation notable de l'utilisation de drogues et des pratiques de sexe collectif pendant les périodes de confinement dues à la Covid-19. Sebas (29* Obs.), par exemple, explique que les *chills* dans des maisons particulières sont devenus son principal loisir pendant les mois difficiles de confinement, tout comme le cruising nocturne qu'il assure ne pas avoir pratiqué depuis des années. Aleix le confirme :

> *« (Montjuic) est de plus en plus bondé, surtout avec la pandémie, c'est une vraie folie. Ça faisait longtemps que je n'y étais pas monté et j'ai halluciné du nombre de gens qu'il y avait. Et de ce qu'ils se mettent dans le corps »* [86] (Aleix, 39 ans)

Le binôme sexe-drogue a été évoqué par d'autres témoignages, comme celui de Pol (28) qui s'est éloigné de la drogue après avoir pris conscience de l'impact négatif qu'elle avait sur lui. Mais ce binôme n'est pas étanche et la question des drogues est largement liée à la vie nocturne en général :

> *« Tu sais qu'ici, à Barcelone, on se drogue beaucoup. Je l'ai fait, mais pas pour le sexe, je me drogue pour m'amuser »* [87] (Nico, 28 ans)

> *« En fin de compte, c'est un peu décevant parce que tout tourne autour de la techno, des drogues, de... oui, de ça, de la fête, de la nuit, des drogues, il y a toujours des drogues dans les fêtes. Il y a toujours de la drogue »* [88] (Felipe, 35 ans)

En arrière-plan de tout cela, il y a aussi la question de la promiscuité, c'est-à-dire le fait d'avoir des relations sexuelles avec différentes personnes à un rythme plus ou moins accéléré, parfois la même nuit ou au même moment, avec de nombreuses personnes. De nombreux hommes gays et bisexuels interviewés ont fait référence à des relations sexuelles multiples ainsi qu'à des relations sexuelles occasionnelles, même s'ils ont un partenaire, ou à des relations à trois avec leur partenaire. Pour certains, comme Sandro (45), c'est une façon de vivre librement leur sexualité, pour d'autres, comme Xevi (45), c'est une façon de se libérer du poids de la morale reçue, tandis que pour Joel (27), c'est non seulement une façon de transgresser ce que l'on nous a appris comme étant juste, mais aussi de se libérer de certaines peurs comme celles attribuables aux maladies sexuellement transmissibles en général et au VIH et au sida en particulier.

Il faut également considérer la question du moment vital dans lequel chacun se trouve. Arnau (30), par exemple, affirme avoir eu tellement de rapports sexuels rapides que ceux-ci n'ont plus rien à lui apporter. En outre, il faut prendre en compte qu'il s'agit d'une question de quantité et que la perception de ce qui est promiscuité ou non est très relative et chacun la perçoit à sa manière.

> *« La sexualité débridée par la consommation ne m'intéresse pas, ce qui ne veut pas dire que je ne crois pas à la dissidence sexuelle sous d'autres formes. Par exemple, je suis en couple ouvert, mais je ne crois pas à cette forme de relation que je vois chez certains de mes amis et, en fait, je me refuse à y tomber »* [89] (Iván, 42 ans)

Certains y voient une chose naturelle liée à l'idée de liberté qui accompagne l'arrivée dans une ville ouverte d'un endroit où avoir des relations homosexuelles n'allait pas de soi, et cet argument a été invoqué par des personnes originaires d'Amérique latine et d'autres pays, ainsi que de personnes en provenance de villes moyennes et zones rurales de la Catalogne et d'autres régions d'Espagne. En effet, l'offre disponible a un certain effet de désinhibition et de libération, ce qui n'empêche pas certains de l'associer également à un problème de santé mentale. Joel, par exemple, évoque la solitude, le manque d'estime de soi et la frustration que de nombreuses personnes, dont il fait partie, ressentent pour diverses raisons et qu'elles canalisent par le biais du sexe :

> *« J'y allais (à des séances de chemsex avec des inconnus) quand j'étais très anxieux. J'y allais souvent lorsque j'étais à l'université, quand j'avais des examens (rires). C'était ma façon d'évacuer les tensions et les angoisses »* [90] (Joel, 27 ans)

Sergi (53), quant à lui, attribue cela à une mode anglo-saxonne qui s'est répandue surtout à partir des années 1990 et regrette qu'aujourd'hui les jeunes, qui ont grandi avec ces codes, aient du mal à appréhender les relations différemment de ce modèle. Des codes et des modes que beaucoup ont appris à travers la pornographie, devenue l'un des principaux agents de l'apprentissage sexuel (Mitchell, 2012). Mais nombreux sont ceux qui évoquent aussi l'effort de désapprendre ce qu'ils ont appris et de se distancier de certaines pratiques auxquelles ils ont participé à un certain moment de leur vie.

En résumé, et à grands traits, la division entre les gays et le reste des sous-communautés formées par des personnes LGBT+ en raison de leur rapport au sexe dans les moments de loisir est loin d'être une question mineure. Elle ne l'est pas en raison du poids qu'elle a sur l'offre de loisirs, qu'elle soit marchande ou non marchande. Elle ne l'est pas non plus par la manière dont elle conditionne les relations sociales des gays, leur perception des loisirs, leurs attitudes et comportements en général, tantôt par une franche désinhibition, tantôt par l'obsession ou la vulnérabilité.

Il ressort de cette section que, effectivement, les loisirs des personnes LGBT+ sont beaucoup plus vastes que ceux représentés par l'offre commerciale et que le rôle de la sexualité, tant dans les loisirs commerciaux que non commerciaux, est plus marquant chez les gays que dans d'autres communautés LGBT+. Cela, qui entraînera indubitablement des conséquences tant au niveau social que territorial, sera exploré dans les chapitres suivants, mais avant cela, le paragraphe suivant abordera le voyage touristique comme une forme spécifique de loisirs LGBT+.

5.2 Voyager en tant que LGBT+ n'est pas toujours synonyme de faire du tourisme LGBT+

Le tourisme LGBT+ est une version des loisirs LGBT+ avec l'ajout de se dérouler dans un contexte géographique et social non quotidien (Cazes, 1992). Dans ce cadre, les temps, les lieux, les relations, les expériences acquièrent des intensités et des significations différentes, non seulement en raison du voyage, mais aussi en raison de la composante LGBT+ de ce voyage. Cependant, ce type de tourisme soulève certaines questions qui méritent d'être explorées pour mieux comprendre les motivations du voyage LGBT+ ou ce que l'on attend de la destination touristique en particulier et du voyage en général, mais surtout, dans quelle mesure ces éléments sont particuliers par rapport au voyage ordinaire non LGBT+.

Cette section est divisée en trois parties. La première est dédiée à la porosité entre les motivations d'un voyage ordinaire et d'un voyage LGBT+ ou à connotations LGBT+, en tenant compte des limitations et des casuistiques qui conditionnent le positionnement des personnes LGBT+ face au voyage touristique. La deuxième partie est consacrée à ce que l'on attend d'une destination touristique, aux aspects du territoire qui sont pertinents pour l'expérience touristique LGBT+ et au type d'activités qui se développent. Enfin, il est abordé, à partir de ce qui précède, comment une destination touristique est choisie ou écartée en raison du fait d'être une personne LGBT+ ou de vouloir faire un voyage en tant que LGBT+. Pour cette dernière partie, seront analysées, d'une part, les expériences vécues dans les destinations touristiques visitées et, d'autre part, les perceptions que l'on a d'autres destinations touristiques non visitées.

a Comment l'identité LGBT+ redéfinit les manières de voyager

La majorité des résidents interviewés affirment qu'ils aiment voyager, mais pas tous. Salvador (38) affirme que son principal loisir est de voyager et qu'il le fait entre six et douze fois par an. À l'autre extrême, il y a Álvaro, qui explique pourquoi il n'aime pas les voyages :

> *« Je suis contre la notion de voyager, en général. Ça m'énerve, à un certain point, que les gens me disent qu'ils aiment voyager. Cela me semble pervers, mais j'essaie de ne pas le dire, tu vois ? Parce que je sais que c'est une idée très répandue que voyager, c'est bien et qu'il faut le faire. Cela me semble pervers parce que ça n'a aucun sens sur le plan environnemental, ça n'a aucun sens non plus sur le plan de l'organisation de la vie. Partir un week-end à Budapest ne t'apporte rien. Peu importe comment tu me le présentes, c'est faux, tu te mens à toi-même, personne ne va me convaincre. C'est autre chose si quelqu'un veut y croire »* [91] (Álvaro, 29 ans)

La position d'Álvaro est peut-être minoritaire, mais aussi valable et légitime que toute autre dans le cadre de la recherche en cours. Mais bien qu'il l'exprime en termes très absolus, d'autres pointent dans

la même direction avec des nuances, remettant en question certains types de voyages ou les voyages excessifs. En fait, j'ouvrais le bloc touristique de l'entretien avec les résidents par une question qui invitait presque au voyage, un « Aimez-vous voyager ? » qui cherchait à établir une entrée empathique auprès de citoyens ayant vécu de près l'émergence de la turismophobie (Crespi Vallbona & Mascarilla Miró, 2018) (Alcalde Garcia et al., 2018). Leurs réponses sont très diverses, non seulement face au tourisme en tant que concept, mais surtout en termes de pratique. Ainsi, les où, les comment, les quand, les combien et les pourquoi reçoivent des réponses très variées.

Certains des interviewés ont beaucoup voyagé, certains parce que leur travail les amène à voyager, d'autres parce qu'ils ont beaucoup voyagé avec leurs familles dans leur jeunesse et ont les moyens et une position économique qui leur permet de continuer à le faire. Jaume (66) dit que dans sa jeunesse, il a beaucoup voyagé, mais que les formes actuelles de tourisme ne l'intéressent pas beaucoup. D'autres disent qu'ils aiment voyager, mais qu'ils n'ont pas eu l'occasion de le faire souvent – par manque d'argent, par circonstances familiales, par leur jeunesse, par la covid-19 ou par la combinaison de plusieurs de ces éléments – et, s'ils l'ont fait, c'était vers des destinations plus ou moins proches.

Les types de voyage sont également très différents et vont d'un week-end de proximité à une année d'itinéraire à travers l'Amérique, à la limite de ce qui est officiellement considéré comme un « visiteur » (UNWTO, 2011). Certains auteurs situent la limite de ce qu'est le tourisme autour de quatre mois de séjour dans un même lieu (Cazes, 1992), ce qui correspond probablement à une sorte de bon sens lorsque certains des interviewés qui ont effectué des séjours d'études avec le programme Erasmus se considèrent comme résidents dans ce lieu, même si ce n'est que pour quelques mois, comme c'est le cas d'Adrià (26), qui dit avoir « vécu » au Danemark. En tout cas, ce que cela montre, c'est que l'expérience de voyage est donc très inégale.

Mais la question clé n'était pas de savoir s'ils aiment voyager, mais si leurs voyages ont une composante LGBT+ ou, formulé autrement, si le fait d'être une personne LGBT+ influence d'une manière ou d'une autre la façon de voyager, les destinations choisies ou les activités réalisées ou non lors des voyages.

Bien que les réponses soient très variées, elles peuvent généralement être regroupées autour de deux grandes idées. La première est que le fait d'être LGBT+ appliqué au voyage entraîne plus de limitations que d'opportunités. La deuxième est qu'il est rare d'attribuer l'étiquette de tourisme LGBT+ à un voyage complet, mais plutôt de considérer l'idée de faire des activités LGBT+ pendant un voyage ordinaire.

Aucune de ces deux idées n'est banale, la première parce qu'en face à tant de limitations, les opportunités et les stratégies pour faire émerger les opportunités, comme nous le verrons dans les sections suivantes, acquièrent une importance spécifique.

Les limitations sont de diverses natures, mais il y a deux grandes catégories : celles qui se réfèrent aux destinations touristiques et celles qui se réfèrent à soi-même. Celles qui concernent les destinations seront traitées dans les sections suivantes. Celles de nature personnelle ont beaucoup à voir avec les aspects évoqués dans le chapitre précédent, notamment le passing et les peurs.

En effet, il existe des limitations liées à des intersections spécifiques à chacun qui n'ont rien à voir avec le fait d'être une personne LGBT+, comme celles exprimées par ceux qui n'ont pas suffisamment d'argent pour voyager autant qu'ils le souhaiteraient ou ceux qui ont été en situation irrégulière en Espagne à un moment donné, comme Nico (28), qui a tout de même pris le risque de faire un voyage à Berlin.

En ce qui concerne les limitations spécifiquement liées au fait d'être une personne LGBT+, certaines d'entre elles sont de nature strictement personnelle. La plus évoquée est celle d'avoir ou non un cispassing, qui peut être perçu respectivement comme une opportunité ou une limitation. Ari (22), par exemple, ne s'est jamais posé la question pour elle-même, mais elle y a pensé lorsqu'elle a voyagé avec sa partenaire au look beaucoup plus *butch* (gouine). Adrià (26), de son côté, admet qu'il a une certaine manière efféminée, mais que, s'il ne voyage pas avec son partenaire et exerce un certain contrôle de soi, il peut passer inaperçu dans la rue, ce qui lui permettrait de voyager dans des endroits où l'homophobie sociale ou d'État est palpable. Mais il y en a d'autres pour qui leur non-passing est véritablement limitant :

> *« Moi, personnellement, l'image que je projette est assez gay, assez efféminée, assez... et je n'ai pas envie de passer un mauvais moment ou de devoir trop me réprimer pour aller quelque part en voyage »* [92] (Arnau, 30 ans)

> *« Je ne vais pas choisir la Russie avec à quel point je suis pédé, non ? Ou un pays comme ça, je ne sais pas, l'Afghanistan, par exemple. Même pas en rêve !»* [93] (Nico, 28 ans)

Une autre limitation liée au passing, mais singulière, est la possibilité d'avoir des problèmes avec les documents officiels, comme l'exprime Sinae (29) qui, en pleine transition, voit son apparence physique ne pas correspondre aux informations de sa carte d'identité et n'oserait pas, pour le moment, se rendre dans un pays hors de l'Union européenne pour des raisons de sécurité juridique. Ares est encore plus sceptique lorsqu'elle dit qu'elle ne fait pas de tourisme parce que, en tant que personne non binaire, elle affirme :

> *« Je ne fais pas confiance au monde »* [94] (Ares, 30 ans).

Jusqu'ici, il s'agit de limitations liées à la manière dont la personne LGBT+, son comportement, mais surtout son apparence physique, est perçue. C'est une question qui n'est pas exclusive aux personnes LGBT+, mais pour elles, cela revêt une signification particulière (Rial Araújo, 2019) (McGlynn, 2023). Et cela a beaucoup à voir avec la perception de la peur et de la sécurité. Comme nous l'avons vu, ce n'est pas seulement une question relative à chacun, selon son parcours et sa vision du monde, mais les frontières entre l'insécurité liée au fait d'être une personne LGBT+ et l'insécurité due à la criminalité ne sont pas très claires. Gabriel (41), par exemple, a subi plusieurs agressions dans la rue dans sa jeunesse et la police lui a dit à une occasion qu'il était une cible parfaite pour les pickpockets, un commentaire qu'il a attribué à son apparence physique et à sa condition de gay. Cette porosité du sentiment de sécurité est exprimée de manière très illustrative par Iván en contrastant sa position de touriste d'origine latino-américaine avec celle de son partenaire, un homme d'origine européenne :

> *« "Je m'intéresse à ma sécurité, mais surtout à celle de mon partenaire. Il est italien et, tu vois, venir d'un pays comme le mien, dangereux, de n'importe quel pays d'Amérique latine, en fait, ça te rend plus vigilant. Je veux dire que je suis plus en sécurité dans certains pays. J'aime beaucoup voyager dans le sud du monde, donc, je sens que j'ai une expertise pour survivre qu'il n'a pas »* [95] (Iván, 42 ans)

Il ne s'agit pas seulement de perceptions, mais aussi d'expériences vécues en tant que personne LGBT+ en voyage ayant été victime d'un acte d'homophobie. C'est une circonstance évoquée par plusieurs des personnes interviewées, comme Sara (27) qui a vécu une situation désagréable avec sa partenaire dans des bains thermaux du sud de la France pour de simples gestes d'affection, ce qui a gâché une journée

qu'elles avaient prévue tranquille et de déconnexion, ou comme Marc (29) et Olga (51) qui ont été injuriés à Paris et Palm Springs (Californie), respectivement, en se promenant main dans la main avec leur partenaire.

La conjonction de la visibilité de soi-même, des expériences vécues, de la perception de la peur et des stratégies pour y faire face conduit les personnes LGBT+ à l'être à temps plein, mais, si la situation l'exige, à ne le montrer qu'à temps partiel. Bien que cette réaction puisse être liée à la notion de sécurité, elle n'est pas exclusive à cette circonstance. En effet, elle peut également s'appliquer, simplement, à la manière de se comporter de chacun selon sa propre manière d'être et d'agir. Cette même idée se transpose au voyage, qui peut prendre une tournure de voyage ordinaire avec quelques activités ou moments ayant des connotations clairement LGBT+. En réalité, c'est l'option la plus courante parmi les personnes interviewées, et l'option de faire un voyage totalement LGBT+ est très minoritaire. En effet, il est plus courant de faire un voyage que l'on pourrait qualifier de conventionnel avec quelques éléments LGBT+.

> *« Pour nous, la recherche de loisirs ou d'activités culturelles gays est une habitude. C'est très présent dans la recherche, mais pas autant, ensuite, dans les activités que nous faisons réellement. C'est-à-dire, nous avons tendance à chercher des choses, mais ensuite, dans cent pour cent d'une journée, ou même des vacances que nous faisons, cela peut ne représenter que 30 % ou 20 % »* [96] (Guido, 33 ans)

Ainsi, le voyage entièrement LGBT+ se réduirait à celui qui a lieu dans une destination touristique indubitablement LGBT+ ou à l'occasion d'un événement spécifique. Quelques exemples en seraient un séjour dans un resort gay comme l'a fait Salvador (38) à quelques occasions, une croisière pour lesbiennes citée par Cristina (55), le voyage de Borja (31) à Madrid à l'occasion de la Gay Pride ou celui de Pol (28) à Tel Aviv à l'occasion du festival de l'Eurovision. À partir de là, l'intensité de l'élément LGBT+ peut se manifester à des degrés très divers. En effet, les quatre citent, en plus de ces voyages, beaucoup d'autres dans lesquels la composante LGBT+ est beaucoup moindre, voire absente, et c'est la tendance générale. Pour ceux qui voyagent en couple, pouvoir séjourner dans une chambre avec un lit double est, par exemple, un souhait exprimé par beaucoup, bien que, pendant les visites de la journée, la condition de couple LGBT+ s'éclipse. Pour d'autres, même cela n'est pas important dans une destination touristique où demander un lit double pour deux personnes du même sexe peut être problématique.

La dissimulation et le mensonge sont très présents lors des voyages des personnes LGBT+ qui visitent des destinations touristiques qui, a priori, leur sont objectivement réfractaires ou sont perçues comme telles. Adrià (26) affirme avoir voyagé dans des destinations touristiques où l'homosexualité est pénalisée, mais qu'il a simplement dissimulé sa condition. Aleix (39) et son petit ami argentin, en voyage en Amérique latine, se sont présentés comme couple au Mexique, au Chili et en Argentine, mais la majeure partie du voyage s'est déroulée dans d'autres pays où la dissimulation et le déni étaient constants, optant pour se présenter comme de simples amis. Une stratégie similaire à celle d'Olga (51) et de sa petite amie en Inde, qui se sont accommodées de l'idée de paraître sœurs aux yeux des locaux. Borja évoque le voyage obligé, puisque son travail l'oblige à beaucoup voyager et il sait qu'il y a une forte possibilité de devoir se rendre dans un pays où des lois contre l'homosexualité sont en vigueur:

> *« Moi, ça ne me dit rien. J'ai beaucoup de curiosité pour découvrir plein d'endroits dans le monde, mais peut-être que j'ai aussi peur. Alors, si je devais aller dans un de ces endroits pour*

> *le travail ? Eh bien, j'irais sûrement en flippant. C'est-à-dire, si tu y vas pour le boulot, tu mets ton uniforme, ton costume et tu y vas, et voilà tout »* [97] (Borja, 31 ans)

Certains des interviewés, comme Cristina (55) et Mercè (53), affirment ne s'être jamais posé toutes ces questions, mais le font selon des logiques opposées. En effet, tandis que la première affirme qu'elle peut comprendre que le fait de voyager en tant que lesbienne puisse conditionner quelqu'un, mais que cela ne l'affecte pas, la seconde n'est pas capable de se détacher du fait d'être lesbienne, qui est inhérent à elle et, en tant que tel, cela affecte inévitablement toutes ses décisions ou, en d'autres termes, cette question lui semble un truisme. Eulàlia (63), de son côté, affirme avoir beaucoup voyagé pendant sa vie en tant qu'homme, mais que cela s'est terminé lorsqu'elle est devenue femme, tant en raison de ce que sa transition a impliqué sur le plan économique que des limitations liées à son nouvel aspect physique. Par exemple, elle dit avoir visité la Russie, mais qu'elle n'y retournerait pas, et que le seul grand voyage qu'elle a fait en tant que femme était pour aller en Thaïlande se faire opérer pour compléter sa transition, ce n'était pas un voyage touristique, mais il avait un indéniable caractère LGBT+ :

> *« Lorsque je me suis rendue en Thaïlande pour mon opération, j'ai fait une escale à Dubaï. Je portais une jupe, je suis allée dans les toilettes pour femmes et personne ne m'a rien dit. Au retour, c'était moins le cas, toute puissante que j'étais avec une foufoune entre mes jambes »* [98] (Eulàlia, 63 ans)

En arrière-plan de la question de l'intensité LGBT+ d'un voyage se trouve la motivation même du voyage, lorsque la motivation principale, celle sans laquelle le voyage n'a pas lieu, est nettement LGBT+ ou si le facteur LGBT+ est secondaire, complémentaire ou contingent.

La motivation de voyage est l'un des grands thèmes des études touristiques et bien que certains auteurs concluent que l'attitude d'une personne LGBT+ face au voyage ne diffère pas trop de celle d'une personne hétérosexuelle, ils soulignent l'intérêt de ce profil de touristes pour le fait que les vacances aient une certaine composante LGBT+ – ou gay, puisque la plupart des études se sont centrées sur les gays –, notamment pour les possibilités de socialisation avec d'autres personnes LGBT+ et d'avoir des relations sexuelles (Clift & Forrest, 1999) (Pritchard et al., 1998).

D'autres contributions parlent de la manière dont un certain type de tourisme peut aider les personnes gays à construire, confirmer ou évoluer dans leur propre identité sexuelle (Cox 2001). En effet, certains auteurs soulignent que cette question est pertinente dans la mesure où le voyage LGBT+ permet d'explorer sa propre identité en sortant du contexte quotidien, en visitant une destination plus ou moins accueillante pour les personnes LGBT+ et, surtout, en rencontrant d'autres personnes LGBT+ (Monterrubio, 2010), indépendamment de l'intensité de cette relation, puisque nous avons déjà vu que le simple fait de se sentir entouré de pairs est, pour certains, très significatif. Bien qu'il y ait un consensus assez large sur le fait que cette équation peut fonctionner, certains des interviewés mettent également en garde contre ses limitations :

> *« Je ne cherchais pas des espaces de plus grande liberté pour pouvoir être moi-même. D'emblée, c'est un peu naïf de penser que quelques jours peuvent résoudre ce que tu n'as pas chez toi »* [99] (Jaume, 66 ans)

Comme le suggère Jaume, des vacances ne vont pas résoudre tous les problèmes qu'une personne LGBT+ peut avoir, d'autant plus en raison de la quantité d'impondérables que chacun a selon ses circonstances, c'est pourquoi la clé réside dans la détection des aspects du tourisme qui peuvent être

pertinents pour cette question et dans la mesure où les relations que l'on peut établir en tant que touriste sont significatives (Monterrubio, 2018).

Toutes ces considérations relativisent la notion de « tourisme gay » ou de « tourisme LGBT+ ». Mais en plus, tout le monde ne comprend pas la même chose lorsqu'il est confronté à ces notions. Miquel (53), par exemple, associe indéfectiblement « tourisme gay » à « tourisme sexuel », de sorte qu'il affirme catégoriquement qu'il n'a jamais pratiqué de « tourisme gay ». D'autres l'associent à un certain type de voyage très caractéristique dans lequel la composante LGBT+ est principale et présente tout au long du voyage. Cette dernière vision est peut-être la plus répandue également dans la littérature académique, qui s'est énormément focalisée sur l'étude de grands événements LGBT+ (Johnston, 2005) (Lewis & Vorobjovas-Pinta, 2021) ou de lieux caractérisés comme tels (Jeffrey & Sposato, 2021) (Andrade et al., 2021). Pour ce travail, ces visions sont prises en compte, mais elles sont élargies pour inclure dans la notion de voyage LGBT+ toutes les expériences partielles qui peuvent être faites dans un voyage conventionnel, y compris celles exprimées par des témoignages qui s'auto-excluent de cette notion, comme Miquel (53). Ainsi, le fait que Miquel ne s'identifie pas parmi les pratiquants du tourisme LGBT+, ce qui peut intéresser aux gestionnaires d'une destination touristique LGBT+, n'est pas ce qui nous intéresse le plus pour ce travail, parce que ce qui est vraiment pertinent, ce n'est pas comment il étiquette son voyage, mais son comportement en tant que personne LGBT+ sur la destination.

Il s'agit donc d'une vision large de la notion de « tourisme LGBT+ » qui est en jeu ici. Pour approfondir un peu plus cette idée, la section suivante caractérise les activités qui peuvent être considérées comme LGBT+ dans le voyage touristique.

b À la découverte des lieux au travers des gens

Les résidents de Barcelone et les touristes LGBT+ ayant visité la ville ont été interrogés sur ce qui caractérise une destination touristique LGBT+ et ce qui la distingue d'une destination ordinaire. Bien qu'ils mettent en avant des aspects tels que l'existence d'un quartier gay, l'offre de loisirs spécifique ou la sécurité, la composante humaine prend une importance particulièrement notable.

La présence d'éléments tangibles tels qu'un quartier LGBT+, une offre concrète ou un site de mémoire sont des références souvent évoquées, mais rarement comme motif principal du voyage. Parmi les touristes ayant visité Barcelone, comme la question posée dans les questionnaires était directe et fermée, leurs réponses sont quantifiables (Fig. 5.2), mais la mention d'une zone LGBT+ ou de références concrètes par les résidents interviewés est généralement indirecte.

Par exemple, Olga (51) dit qu'elle a «évidemment» visité Chueca lors de ses nombreux voyages à Madrid, mais seulement une ou deux fois. Sara (27), quant à elle, explique qu'elle essaie de visiter des lieux qu'elle appelle «emblématiques», comme le Stonewall Inn pour ce qui s'y est passé en 1969. Elle le mentionne comme une référence historique qu'elle a aimé connaître, mais qui n'était qu'une des nombreuses choses qu'elle a faites pendant son voyage à New York.

Fig. 5.2 Caractérisation d'une destination touristique LGBT+

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Pour citer un troisième exemple très concret, Toño (48* Obs.) a profité d'un séjour à Paris pour aller au Keller, qu'il cite comme une sorte de temple du *fist fucking*. Il dit qu'il n'a rien à faire dans des endroits comme Le Marais, quartier parisien LGBT+ par excellence, mais qu'il fallait y aller. La liste des lieux mentionnés comme des endroits à visiter, à voir, les soi-disant *sightseeing* dans la littérature anglo-saxonne, est longue et variée. Ces trois exemples et bien d'autres mentionnés dans l'enquête sont géoréférencés. D'autres ne le sont pas, comme le sentiment de liberté, ou le sont temporairement, comme les événements (Fig 5.2).

En ce qui concerne les événements, il a déjà été mentionné que le festival de l'Eurovision, bien que n'étant pas nécessairement LGBT+, a fait l'objet d'une appropriation notable par la communauté LGBT+ et plus spécifiquement gay (Rosenberg, 2020) (Baker, 2023). Mais ce n'est pas le seul objet d'appropriation par les membres de la communauté LGBT+. Par exemple, Mayo (24) cite comme un voyage nettement LGBT+ son déplacement à Londres pour assister à un concert de K-Pop, ou Clara (21), qui fait une assimilation similaire pour un voyage à Madrid pour assister à un salon du manga. Ensuite, il y a naturellement les événements spécifiquement LGBT+, principalement les marches des fiertés qui s'étendent désormais tout au long de l'année, permettant aux plus adeptes d'aller de l'une à l'autre. À titre d'exemple, le site web MisterBnB[xxxvii] répertorie 103 événements Pride célébrés en 2024 et le portail Travelgay[xxxviii] propose 76 rendez-vous pour l'année 2025. Assister à la Pride! Barcelona était l'un des principaux motifs de voyage pour 5 % des touristes ayant répondu au questionnaire, et 7 % supplémentaires ont déclaré que c'était pour assister au Circuit Festival. Pour beaucoup de ces touristes, certains des événements spécifiquement proposés aux personnes LGBT+ constituent un motif suffisant pour le voyage, pour d'autres, ils peuvent constituer une bonne excuse pour visiter des destinations touristiques à un moment fort d'acceptabilité LGBT+ dans ces destinations.

[xxxvii] https://www.misterbandb.com/gay-pride (consulté le 30.12.2024)

[xxxviii] https://fr.travelgay.com/gay-pride-calendar (consulté le 30.12.2024)

Fig. 5.3 Destination touristique LGBT+ vs destination touristique ordinaire

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Le plus consensuel pour décrire ce que l'on attend d'une destination LGBT+ est, cependant, le sentiment de liberté, tant celui de se sentir libre de profiter de sa propre sexualité que d'exprimer librement son identité de genre, des affirmations avec lesquelles 90 % et 89 % des touristes LGBT+ ayant répondu au questionnaire sont respectivement d'accord (voir figure 5.2). Les résidents interviewés confirment que ces caractéristiques ont un lien évident avec la sécurité ressentie dans la destination, qui dans l'enquête se manifeste par 87 % des touristes qui sont d'accord ou tout à fait d'accord avec le fait que dans une destination touristique LGBT+, les personnes LGBT+ se sentent plus en sécurité que dans une destination touristique ordinaire (Fig. 5.3).

Sur le plan relationnel au sens large, le facteur de socialisation se manifeste de plusieurs façons. Tout d'abord, par l'attente de rencontrer d'autres touristes. En effet, 78 % des touristes ayant répondu au questionnaire sont d'accord pour dire qu'une présence significative de touristes LGBT+ est une caractéristique intéressante d'une destination touristique LGBT+. Ensuite, et lié au premier point, la visibilité devient non seulement une caractéristique importante, mais aussi un facteur de différenciation par rapport aux destinations touristiques ordinaires, puisque 87 % des répondants affirment que les résidents LGBT+ sont plus visibles dans les premières.

Bien que la sensation qu'il y ait plus de chances de socialiser avec d'autres personnes LGBT+ dans une destination touristique LGBT+ que dans une destination ordinaire soit très répandue, atteignant 89 % des réponses des touristes interrogés qui disent être d'accord ou tout à fait d'accord, le pourcentage est encore plus élevé parmi ceux pour qui le fait d'identifier une destination touristique comme LGBT+ influence très positivement leur idée d'y aller.

Dans les entretiens avec les résidents, cette idée est renforcée pour les mêmes raisons mentionnées dans le point précédent concernant les loisirs LGBT+ dans les espaces quotidiens. Ainsi, ils évoquent également, dans le voyage LGBT+, le lien entre confort et un environnement LGBT+, que ce soit pour socialiser ou simplement pour être entouré d'autres personnes LGBT+ ou alliées.

Il est moins clair de savoir s'il s'agit de résidents ou de touristes, parce que souvent les uns et les autres sont perçus dans une amalgamation indistinguable. En effet, plusieurs personnes, en expliquant certains

épisodes de socialisation pendant leurs voyages, ne peuvent pas discerner s'il s'agissait de locaux ou de touristes. Arnau (30) l'attribue au double fait que la communication se fait en anglais et qu'il cherche toujours des destinations cosmopolites, ouvertes et gay-friendly en prenant Barcelone comme référence, rappelant que le mélange de profils que l'on peut trouver en sortant faire la fête dans le Gaixample inclut des touristes, des expatriés, des étudiants et toutes sortes de résidents, dont beaucoup ne sont pas originaires de la ville.

D'autres recherchent précisément les contrastes, la différenciation par rapport à ce qu'ils connaissent déjà, comme Olga (51) qui a visité des bars lesbiens à Tokyo ou Aleix (39) qui a parcouru tous les établissements gays de Bangkok pour pouvoir comparer avec ce qu'il connaissait de Barcelone et d'autres destinations touristiques.

En ce qui concerne les motivations derrière les activités LGBT+ du voyage, ce qui les motive et la socialisation éventuelle qu'elles peuvent générer, elles sont également diverses. Mercè (53) tend à chercher des librairies spécialisées dans le féminisme et les LGBT+, tandis que Hauru (21) canalise sa socialisation, essentiellement, à travers le monde du manga et des jeux vidéo. Paula (30) et Nico (28) manifestent leur intérêt pour voir les esthétiques LGBT+ et drag des lieux qu'ils visitent. Jaume (66) ou Víctor (56), quant à eux, cherchent à contacter des associations LGBT+ locales pour connaître leur réalité, tandis qu'Iván, qui s'intéresse professionnellement aux questions de genre et de sexualité, cherche à sortir des circuits conventionnels car ce qui l'intéresse se trouve souvent ailleurs, en dehors des villes ou des quartiers connotés comme gays:

> *« (En République sud-africaine) il existe des formes ancestrales de compréhension et de pratique de la sexualité qui ne passent pas par le fait d'être gay et je m'y intéresse davantage »* [100] (Iván, 42 ans)

Il n'est pas le seul à avoir un lien professionnel avec le monde LGBT+. Pol (28), travailleur du sexe, estime que le voyage touristique et l'exercice de sa profession ne sont pas seulement parfaitement compatibles, mais également souhaitables, puisque les bénéfices qu'il peut en tirer dans certaines destinations seront supérieurs à ceux de son travail habituel à Barcelone. Pour Pol, il s'agirait d'une sorte de tourisme sexuel inversé où le professionnel du sexe se rend volontairement et en tant que touriste à la rencontre de clients, qu'ils soient d'autres touristes ou de la population locale.

Cela déconstruit complètement la vision traditionnelle du tourisme sexuel selon laquelle celui-ci a lieu entre un touriste, généralement un homme, et des femmes ou des enfants du lieu de destination, avec des transactions économiques en jeu, soutenant l'idée de certains auteurs qui affirment qu'il est nécessaire de dépasser cette vision stéréotypée et d'assumer la variété des situations possibles autour de la combinaison des éléments tourisme et prostitution, tant sur le plan relationnel que géographique (Jaurand & Leroy, 2016). Cela n'empêche pas que, finalement, ces relations ont lieu dans un endroit concret où se conjuguent certaines relations de pouvoir avec la circulation multiple de personnes, de biens, d'affects, d'idées et de sexe (Lins França, 2015).

Cette idée émerge, tant dans les entretiens avec les résidents que dans le questionnaire avec les touristes, comme un facteur pertinent pour la population LGBT+. En effet, le fait que 23 % des répondants affirment être d'accord ou tout à fait d'accord pour dire que dans une destination touristique LGBT+, il y a plus de chances de trouver des services de prostitution que dans une destination ordinaire nous renvoie inévitablement à la question du tourisme sexuel au sens professionnel du terme. Bien que

l'échantillon soit trop petit pour tirer des conclusions définitives, cela suggère une idée à explorer, d'autant plus que 87 % de ces réponses proviennent d'hommes gays.

La sexualité, au sens large, est présente dans l'esprit de nombreuses personnes LGBT+ lorsqu'elles voyagent. Concrètement, avoir des relations sexuelles avec des personnes locales ou d'autres touristes a été largement mentionné, surtout par les touristes gays. Sergi (53) choisit des destinations avec un minimum d'infrastructure gay pour pouvoir avoir des relations sexuelles avec des locaux, bien que la plupart de ceux qui ont exprimé ce désir s'organisent via des applications de rencontre. Pour Théo (22), c'est la seule connotation LGBT+ de ses voyages, s'échapper momentanément de sa famille ou de ses amis en voyage pour contacter un garçon sur Grindr et avoir des relations sexuelles. Iker (34) affirme que le simple fait d'être en vacances te met en disposition de te montrer tel que tu es et d'avoir des relations sexuelles, une vision partagée par Adrià:

> *« Au final, c'est comme si les gens avec qui tu partages supposément une identité, ben, c'est peut-être une manière de découvrir l'endroit, non ? (...) Le fait d'être gay crée aussi des formes de sociabilité, non ? (...) Je veux dire que c'est très gay, je crois, de socialiser à travers le sexe, c'est quelque chose qui se fait, n'est-ce pas ? »* [101] (Adrià, 26 ans)

Les touristes interrogés soutiennent cette idée, puisque 79 % ont eu un certain type de contact avec des résidents LGBT+ et, parmi eux, 64 % ont eu des relations sexuelles avec eux. Parmi ceux-ci, une seule était une femme et le reste était en contact majoritairement avec des gays locaux. Le pourcentage de touristes ayant eu des relations sexuelles avec d'autres touristes gays lors de leurs voyages à Barcelone est encore plus élevé, atteignant 67 %.

Enfin, un autre élément clé pour la socialisation LGBT+ dans une destination touristique est la visite à des amis résidents dans la destination. Dans ces cas, la motivation principale du voyage est souvent précisément la visite à des amis LGBT+, souvent hébergés chez eux et en contact avec leur cercle d'amis. C'est un circuit qui, dans une large mesure, échappe, d'une part, à l'hébergement commercial et, d'autre part, aux sites pour touristes. Différents interviewés ont mentionné des visites à des amis dans des destinations majeures de la scène LGBT+, comme Madrid, Tel Aviv, Brighton ou Berlin, mais d'autres ont situé sur la carte de leurs voyages LGBT+ des destinations touristiques peu connues pour ce facteur, mais qui pour eux acquièrent cette catégorie par l'expérience personnelle chez des amis, par exemple, en Galice, à Istanbul ou dans des zones rurales de Catalogne, comme nous le verrons dans la section suivante (carte 5.2).

Deux idées principales émergent de cette section. La première est l'identification des destinations LGBT+ comme des espaces de liberté où l'on peut être soi-même, indépendamment de l'offre spécifique proposée par la destination. La seconde est l'importance de la vie sociale, une notion évoquée tant dans la définition de la destination – où l'on souligne la présence d'autres touristes LGBT+ et une plus grande visibilité de la population locale LGBT+ – que dans certaines pratiques, comme le fait de rendre visite à un ami LGBT+.

Le chapitre 6 est consacré aux types de socialisation entre résidents et touristes LGBT+, mais maintenant que nous avons précisé ce que l'on attend d'une destination touristique LGBT+, une petite section est dédiée au panorama des destinations touristiques LGBT+ et à la manière dont elles sont choisies ou écartées.

c Où se rendre ?

La notion de destination touristique LGBT+ est donc assez vague. Il peut y avoir des responsables de certaines destinations qui choisissent de les promouvoir comme telles en fonction de certaines ressources disponibles sur le territoire, et c'est en effet une stratégie suivie par de nombreuses destinations, dans certains cas avec succès (Hughes, 2002b).

Mais nous avons vu que l'idée de voyage LGBT+ n'est pas nécessairement liée à une hybridation entre ressources LGBT+ et services touristiques, ce qui nous renvoie à des destinations ordinaires qui peuvent éventuellement être identifiées comme LGBT+ ou LGBT+friendly, mais qui sont souvent liées à des attributs immatériels tels que la sécurité et le confort spécifiquement en termes LGBT+ ainsi qu'à des casuistiques personnelles.

Un voyage de lune de miel de deux femmes en Patagonie ne fait pas de cette destination une destination LGBT+, mais ce voyage est sans aucun doute un voyage LGBT+. La ville du Caire ne peut pas être considérée comme une destination touristique gay puisque, selon l'Association internationale des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, trans et intersexuées, ILGA, les relations homosexuelles y sont illégales et criminalisées de facto, mais dans l'esprit d'un garçon gay qui a eu une belle rencontre avec un Cairote lors d'un voyage en Égypte, cette ville aura probablement, sans aucun doute, une signification particulière en tant que lieu LGBT+ (Carte 5.1). Bien qu'il y ait des endroits plus favorables que d'autres, des choses peuvent se produire n'importe où, comme nous le rappelle Nico :

> *« Clairement, je cherche (des destinations) qui soient open, mais bon, ça arrive partout, même si on dit que non, mais il y a toujours un cercle, il y a toujours quelque chose LGBT »* [102] (Nico, 28 ans)

Notre intérêt à identifier les espaces LGBT+ en général et les espaces touristiques en particulier n'est pas tant lié aux campagnes de marketing des Organisation de gestion de la destination, mais au ressenti des personnes concernées.

Pour aborder cette question, lors du travail de terrain, on a demandé aux touristes LGBT+ qui avaient visité Barcelone s'ils avaient visité une destination touristique LGBT+. La question était formulée de manière à inclure le maximum de réponses positives : *« Indépendamment de la raison pour laquelle vous y êtes allé, avez-vous visité une destination touristique que vous identifiez comme LGBT+ pour une quelconque raison ? ».* 75 % ont répondu que oui. Ensuite, on leur a demandé de nommer des destinations qu'ils identifiaient comme LGBT+ ou plutôt comme gay, lesbiennes ou trans (Carte 5.1).

La première chose à souligner concernant les destinations librement évoquées par les touristes interrogés est que, parmi les 81 destinations touristiques mentionnées, 88,9 % sont situées dans des pays dont la législation permet le mariage ou un autre type d'union civile entre personnes de même sexe. Bien que cela soit attendu, cela reste pertinent car cela nous montre un monde avec des zones de haute intensité et de grands vides, une image récurrente dans d'autres approches faites à ce sujet (Jaurand, 2018) (Cattan & Leroy, 2022).

Carte 5.1 Destinations touristiques LGBT+ identifiées par les touristes ayant visité Barcelone

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone et la ILGA World Database pour les informations légales sur l'homosexualité (données de novembre 2024).

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

7,4 % mentionnent des destinations où l'homosexualité n'est pas pénalisée mais n'est pas non plus équivalente aux mariages ou unions civiles, mais il s'agit de destinations touristiques ordinaires significatives qui, en cette occasion, sont identifiées comme pleinement LGBT+, comme Siem Reap (Cambodge), lesbiennes, comme la Lituanie, ou gays comme Bali (Indonésie), Séoul (Corée du Sud), Ho Chi Minh (Vietnam) et Hong Kong (Chine). Plus singulier est le 3,7 % restant, qui mentionne comme destinations touristiques gays les villes de Kuala Lumpur (Malaisie), Le Caire (Égypte) et Marrakech (Maroc), toutes trois situées dans des pays où l'homosexualité est pénalisée.

Le fait de demander aux répondants de distinguer les destinations qu'ils ont visitées selon qu'ils les perçoivent comme LGBT+ ou sectorielles – avec une prévalence gay, lesbienne ou trans – met en évidence certaines informations significatives, comme le fait que Maspalomas, Sitges et Torremolinos en Espagne, ainsi que Mykonos en Grèce, sont perçus comme des destinations avant tout gays. Cette orientation très marquée vers le gay contraste avec sept autres destinations qui sont perçues comme nettement plus inclusives, parmi lesquelles se distinguent Madrid et Londres, suivies de Berlin, Le Cap, New York, Amsterdam et Taïwan. Onze destinations ont été identifiées comme lesbiennes, parmi

lesquelles se distingue Fire Island, dans l'État de New York, et quatre autres destinations ont été indiquées comme plutôt trans, parmi lesquelles se distingue la Thaïlande.

Ce panorama dessiné par les touristes interrogés se diversifie un peu plus lorsque les résidents à Barcelone sont interrogés sur leurs voyages LGBT+. La carte 5.2 montre – avec des point bleus – les destinations touristiques où les résidents se sont effectivement rendus et dont ils gardent, d'une manière ou d'une autre, un souvenir LGBT+ (points bleus). Il s'agit d'expériences de nature très diverse, allant du voyage pleinement LGBT+ à l'événement ponctuel d'avoir eu une rencontre significative avec une personne LGBT+ locale. Toutes les références à des voyages sans composante LGBT+ ont été exclues.

En orange, les destinations touristiques explicitement mentionnées comme des endroits à éviter sont montrées, en omettant d'autres références plus générales et imprécises. En effet, Candi (40) refuse de se rendre dans tous les pays où l'homosexualité est pénalisée, tandis que Felipe (35) parle de pays homophobes, Adrià (26) mentionne ceux à l'homophobie d'État, et Álvaro (29) rejette les pays où les personnes LGBT+ subissent une quelconque persécution, entre autres références dans la même ligne. Ces positionnements impliquent des renoncements non négligeables du point de vue touristique :

> *« Je ne pense pas que cela vaille le coup de souffrir en se demandant si tu auras un problème. Le problème avec ça ? Eh bien, c'est que 60 % ou 70 % du monde, je ne le verrai de mon vivant. Moi, par exemple, j'aimerais beaucoup aller en Afrique, mais, en principe, je n'y compte pas. Je ne sais pas, peut-être dans trente ans si les choses s'améliorent. Mais quand tu vois ces cartes où... c'est illégal d'être gay, eh bien... »* [103] (Borja, 31 ans)

Parmi ceux qui citent des voyages principalement connotés comme LGBT+, certains mentionnent des destinations pour avoir vécu de bons moments avec leur partenaire, comme Olga (51) en Namibie ; avoir assisté à un festival gay, comme l'a fait Aleix (39) au Brésil ; ou le fait de séjourner en *couchsurfing* chez un gay, comme cela est arrivé à Gustavo (42) à Amsterdam. Mais l'un des arguments les plus répétés est la visite à des amis LGBT+, que 79,6 % mentionnent, souvent en séjournant chez eux, comme Miquel (53) à Amsterdam, Pol (28) en Israël ou Abdó (47) à Dubaï.

Apparaissent donc de nouvelles destinations perçues plus ou moins positivement, bien qu'avec des précautions, comme la Turquie, le Mozambique ou l'Inde, où Olga (51) a voyagé avec son partenaire et affirme qu'ils étaient plus prudents que lorsqu'ils ont voyagé en Europe ou aux États-Unis. Mais d'autres destinations nettement hostiles apparaissent :

> *« Aux Émirats Arabes Unis, par exemple, j'y suis allé parce que j'ai un ami qui y vit et qui est gay et dont le partenaire est de là-bas et ils nous ont invités à y aller. Et bien sûr, c'est incroyable, mais bon, il y a des gays partout et, selon ce qu'il m'explique, à Dubaï aussi il y a une vie gay... Mais, tu vois ? C'est un pays où, en temps normal, je ne serais pas allé. Surtout à cause de la question gay, tout comme je n'irais pas en Arabie Saoudite ou en Iran. Bon, peut-être en Iran, parce que c'est un pays culturellement très intéressant »* [104] (Abdó, 47 ans)

Ici, Abdó, en disant qu'il n'irait pas en Arabie Saoudite, ajoute la question de la sécurité en tant que personne LGBT+, bien que cela soit immédiatement relativisé lorsque l'attrait du lieu incline la balance vers la possibilité d'aller dans un pays comme l'Iran, même si la destination est déclarée hostile aux personnes LGBT+. Les tensions entre les précautions de ne pas aller dans un endroit qui comporte un certain risque et l'attrait d'y aller ont été étudiées dans de nombreuses destinations.

Carte 5.2 Destinations touristiques LGBT+ selon l'expérience des résidents et endroits à éviter

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+ et la ILGA World Database pour les informations légales sur l'homosexualité (données de novembre 2024).

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

L'une des plus étudiées en raison de son histoire récente turbulente et de son énorme poids dans l'imaginaire touristique est Israël, dont on a dit qu'elle se rétablit touristiquement beaucoup plus rapidement que d'autres destinations touristiques après une situation de conflit précisément en raison de cette puissante capacité d'attraction (Sönmez, 1998).

Israël est l'un des quatre pays, avec l'Égypte, le Maroc et la Russie, que les interviewés situent dans cette ambivalence, en raison de circonstances liées à la question LGBT+, et qui sur la carte 5.2 est représentée sous forme de diagramme circulaire avec une portion de destination touristique vécue positivement (en bleu) et une autre de destination à éviter (en rouge). Dans le cas de la Russie, les interviewés évoquent, d'une part, la proximité culturelle en tant qu'Européens et, d'autre part, des questions de politique intérieure qui prennent une dimension géopolitique extérieure (Tolkachev & Tolordava, 2020). Jorge Enrique, par exemple, voyage beaucoup avec sa famille et son orientation sexuelle est prise en compte, bien que de manière relative, car leur expérience de voyage les amène à nuancer les risques :

> *« J'ai proposé la Russie (à ma famille pour le prochain voyage), qui n'est pas le pays le plus amical envers la communauté, mais que je sens proche de l'Europe. (...) Je pense aussi qu'il est important de considérer le niveau de développement du pays, quelle que soit leur position, le fait qu'ils aient des institutions, ou qu'ils aient une ambassade, des choses comme ça, qui te donnent de la sécurité. (...) De plus, je pense que les Russes sont des personnes normales et ordinaires »* [105] (Jorge Enrique, 24 ans)

En ce qui concerne les trois autres pays, des imaginaires de longue date se mêlent, comme la promotion non officielle du Maroc en tant que « paradis homosexuel » (Mieli, 2024 [1978]) avec des réminiscences idylliques d'orientalisme, mélangées à l'acceptabilité qu'offre au touriste européen l'occidentalisation progressive de certaines destinations touristiques comme Tel Aviv, en Israël (Hartal & Sasson-Levy, 2019).

Les lois de chaque pays sont ce qu'elles sont, mais la décision de s'y rendre ou non appartient en fin de compte à la personne qui va voyager. La combinaison de facteurs pour prendre cette décision est extrêmement complexe. Sevil F. Sönmez (op.cit.), dans son étude sur Israël et d'autres destinations en conflit, identifie comme éléments de base la motivation de voyager, la sensibilité au risque géopolitique et à la sécurité, ainsi que les facteurs socio-économiques de chacun. Pour notre cas, cette proposition est utile si nous adaptons la notion de risque géopolitique et de sécurité aux termes LGBT+. Mais cela ne suffit pas. À ces éléments s'ajoutent d'autres aspects génériques attribuables à toute destination, tels que les dynamiques des marchés émetteurs, le marketing des destinations réceptrices, l'accès à une information crédible et les politiques de prix (Klaric, 1999).

Cette vision classique et généraliste doit être mise à jour, non seulement en raison des changements survenus au cours des dernières décennies, tels que l'évolution et la généralisation de l'utilisation des nouvelles technologies dans toute la chaîne de valeur, mais aussi en raison des particularités du segment de marché LGBT+. En effet, l'augmentation des droits et une plus grande visibilité dans de nombreux pays ont été accompagnées d'une attention mondiale accrue de l'industrie du tourisme à un créneau de marché, celui des touristes LGBT+, qui, avant la pandémie, était projeté pour mobiliser 200 milliards de dollars en 2030 (Guaracino & Salvato, 2017).

Mais parmi les résidents interrogés, le discours ne porte pas tant sur la propension à dépenser que sur les précautions, comme nous l'avons déjà vu, et aussi sur les questions éthiques que la pratique du tourisme LGBT+ dans certains pays implique pour les interviewés concernés. En effet, dans les perceptions de certains des interviewés, il y a un clivage entre la mise en œuvre de ces lois qui prend parfois une forme répressive pour la population locale mais qui ferme les yeux pour la population visiteuse, tant qu'il n'y a pas de débordements ou d'intérêts géopolitiques ponctuels. Cette situation est évoquée par certains des interviewés :

> *« Par exemple, si j'allais en Égypte, je me sentirais protégé comme touriste, comme dans une bulle. Et c'est un endroit où j'aimerais beaucoup aller, par curiosité, pour l'architecture, surtout pour la culture ancienne du pays. Mais je ne veux pas aller dans un endroit où quelqu'un d'autre, qui n'a pas cette protection touristique, souffre pendant que je me sens en sécurité. Non, je n'ai pas envie de favoriser avec mon argent un régime comme ça. Il y a d'autres endroits. Comme je ne voyage pas beaucoup, les quelques voyages que je fais, je ne veux pas qu'ils soient comme ça. Je n'irai ni en Pologne, ni en Russie, ni peut-être dans aucun pays d'Amérique centrale »* [106] (Candi, 40 ans)

C'est dans cette dimension éthique qu'il faut situer le refus de se rendre dans certains pays comme la Pologne, la Hongrie ou la Bulgarie, puisqu'en tant que pays de l'Union européenne, nous parlons de contextes plus ou moins comparables au contexte espagnol ou français. Pourtant, nombreux sont ceux qui ont cité ces pays pour illustrer où ils n'iraient pas en voyage. Le cas de la Hongrie est l'un des plus médiatisés et a également été étudié par le milieu universitaire, montrant comment les premières années d'ouverture démocratique se sont transformées en un mirage de ce qui aurait pu être, mais que des gouvernements de plus en plus autoritaires ont ramené la question de l'égalité des sexes aux niveaux de l'époque socialiste (Timár, 2019). En Pologne, où plus de cent « zones libres de l'idéologie LGBTIQ » ont été déclarées, la question prend une tournure différente en s'appuyant d'un côté sur des positions catholiques ultraconservatrices et de l'autre sur les nouveaux mouvements populistes d'extrême droite qui s'époumonent contre ce qu'ils appellent l'idéologie de genre (Korolczuk, 2020).

Hélder (41) affirme que ce n'est pas une question de peur mais de rejet de ces politiques anti-LGBT+ et il l'étend à d'autres pays bien que, comme Abdó (47) et sa pondération des pour et des contres autour d'un possible voyage en Iran, il affirme avoir visité la Russie et la Chine, qu'il admet ne pas respecter les droits de l'homme, mais qu'en fin de compte, on finit toujours par faire un bilan de tous les éléments.

Dans ce bilan, l'idée de ne pas vouloir donner de l'argent qui pourrait soutenir certains régimes ouvertement anti-LGBT+ est assez répandue parmi les personnes interrogées, bien que les critères de mesure soient divers. En effet, il y a des positions extrêmement critiques envers les démocraties européennes qui violent de manière flagrante l'acquis européen sur ce sujet ou Israël avec l'utilisation du *pinkwashing* pour éclipser le conflit avec les Palestiniens, tandis que, d'un autre côté, il y a des positions beaucoup plus conciliantes avec les régimes autoritaires, en particulier ceux des pays arabes, pour lesquels le marché émetteur espagnol est fondamental.

Dans la balance pour décider de se rendre ou non dans une destination touristique en relation avec la question LGBT+, se conjuguent donc les éléments ordinaires du choix de voyage ainsi que tous ceux qui influencent les personnes LGBT+. Et tous ces éléments sont perçus de manière relative par chacun des concernés selon leurs propres circonstances.

Conclusions du chapitre 5

L'analyse des loisirs et du tourisme LGBT+ réalisé dans ce chapitre révèle une pluralité de représentations et de pratiques qui échappent aux stéréotypes dominants véhiculés par l'industrie du divertissement. Plutôt qu'un ensemble homogène centré sur la vie nocturne et la consommation marchande, les loisirs LGBT+ apparaissent comme un espace relationnel, où l'importance attribuée aux interactions sociales prime sur la stricte existence d'une offre commerciale spécifique.

Ce qui définit ces loisirs n'est pas leur nature commerciale ou non, ni même leur condition d'établissement ou activité LGBT+, mais bien la façon dont ils sont vécus, une caractéristique qui traverse autant les pratiques locales que les mobilités touristiques.

Dans cette perspective, le tourisme LGBT+ ne saurait être réduit aux voyages festifs ou sexuels, bien que ces dimensions existent. Ce qui ressort principalement, c'est que les destinations LGBT+ sont avant tout perçues comme des espaces de liberté, où chacun peut exprimer son orientation sexuelle et son identité de genre sans contrainte.

Cette approche dépasse largement l'offre touristique spécifique et s'ancre dans une dynamique de sociabilité, où la présence d'autres touristes LGBT+ et la visibilité de la population locale jouent un rôle central. Ainsi, la notion de destination LGBT+ se construit non seulement à travers un positionnement dans le marché, mais aussi par les interactions et les réseaux de relations qui s'y tissent.

En fin de compte, que ce soit dans les loisirs quotidiens ou dans le cadre du voyage, les pratiques LGBT+ en temps de recréation oscillent entre des espaces consacrés aux LGBT+ et d'autres ordinaires, qui font objet d'une démarche d'appropriation. Si certains recherchent des lieux exclusivement LGBT+ pour se sentir pleinement dans une ambiance de confort, d'autres privilégient une intégration plus fluide dans des environnements mixtes. Dans les deux cas, ces pratiques façonnent les territorialités LGBT+ et redéfinissent la manière dont l'identité LGBT+ se construit et s'exprime.

6 La socialisation entre résidents et touristes, élément incontournable de l'acceptabilité

« M'Hamed, qui sentait que l'homme était bien ce qu'il pensait, continua : « Vous avez de la chance, aujourd'hui c'est le souk hebdomadaire, les ruelles sont envahies par les Rifaines et leurs marchandises. Allez-y, vous ne regretterez pas, vous y trouverez de tout, même du kif. » Et il les quitta. Il était sûr qu'il allait les revoir, il savait très bien où et quand. Tanger est tellement petit »

Abdellah Taïa, *Terminus des anges*, dans *Le Rouge du tarbouche*,
Séguier, 2004, Biarritz, p. 116

Dans les chapitres précédents de cette Partie II, nous avons observé comment un entourage LGBT+ crée une zone de confort où l'orientation sexuelle n'a pas à être dissimulée, favorisant la socialisation, les rencontres et l'expression de genre, ainsi qu'une sérénité préservée des craintes suscitées par d'autres milieux non LGBT+ (Clift & Forrest, 1999). Cette sensation s'étend non seulement aux espaces de loisirs LGBT+ du quotidien, mais aussi au tourisme, lorsque le type de voyage ou la destination comporte une dimension LGBT+. Toutefois, nous avons également observé que les principales références en matière de loisirs et de tourisme LGBT+ ont tendance à correspondre à des lieux communs amplifiés par le marketing, alors que les expériences vécues sont bien plus variées.

L'atmosphère que procurent ces environnements dépend largement des personnes présentes (Ivy, 2001), rendant la transposition spatiale parfois peu évidente. En effet, un lieu reconnu comme LGBT+, mais non fréquenté par des personnes LGBT+ ou occupé par des groupes non LGBT+, peut ne pas induire ce sentiment de confort. Il est vrai également, que la présence de personnes LGBT+ en un même endroit n'implique pas nécessairement une interaction entre elles.

Dans ce chapitre, nous nous penchons sur les relations qui se tissent entre les personnes LGBT+ - résidents et touristes – dans une destination touristique telle que Barcelone.

À la différence des méthodes développées au cours des dernières décennies du XXe siècle, citées dans le chapitre 1, qui reposent sur l'antagonisme entre les résidents et les touristes – ou plutôt sur une opposition des résidents envers le tourisme en tant que secteur – et qui présentent un plan très linéaire (Carmichael, 2000) (Monterrubio Cordero, 2007), l'approche que nous privilégions dans ce chapitre repose sur une perspective dénuée de tout apriorisme, fondée sur l'expérience vécue (Woosnam et al., 2018) (Monterrubio Cordero, 2010).

Dans cette perspective, nous avons placé les enquêtés dans une situation relationnelle entre personnes LGBT+ et avons tenté de reléguer au second plan d'autres facteurs influençant l'expérience touristique ou la vie quotidienne. Il s'agit, par exemple, d'éviter de se focaliser sur les la manière dont les touristes

ont perçu la qualité des services touristiques, la criminalité à leur égard ou la météo durant leur séjour, ou encore de la façon dont les résidents gèrent au quotidien les bus urbains bondés de touristes, la gentrification commerciale autour des principaux sites d'attraction ou le fait que de plus en plus de bars à Barcelone savent préparer des smoothies d'excellente qualité mais servent des cafés-noisette de piètre facture. Ces facteurs, ainsi que d'autres que nous n'avons pas mentionnés, sont parfaitement pertinents pour une évaluation plus globale, mais ce n'était pas notre objectif ici.

Nous commencerons par analyser les stratégies adoptées par les résidents pour interagir – ou non – avec les visiteurs. Ensuite, nous examinerons les motivations des touristes à établir des liens avec les habitants, mais aussi leur souhait de nouer des contacts avec d'autres voyageurs LGBT+ présents sur place. Puis, nous nous intéresserons aux technologies, outils omniprésents dans les dynamiques de socialisation actuelles. Enfin, nous proposerons quelques réflexions sur la manière dont résidents et touristes se perçoivent mutuellement à travers ces interactions en mobilisant la notion d'acceptabilité.

6.1 Résidents et touristes en résonance

Méthodologiquement, nous nous sommes intéressés aux résidents et aux touristes sans chercher à leur assigner un rôle spécifique, ni dans le cadre du tourisme ni au sein de la population locale. Ainsi, le profil de nos enquêtés est extrêmement varié. Si certains ont ou ont eu des liens professionnels avec le secteur touristique, la majorité n'en a pas. De même, bien que certains aient exercé ou exercent des activités liées aux thématiques LGBT+, ils ne constituent pas non plus la majorité. Certains résidents ont mené ou mènent des actions les rapprochant des touristes, comme les accueillir chez eux, mais là encore, ils restent minoritaires. Les touristes interrogés viennent d'horizons proches ou lointains, certains découvrant Barcelone pour la première fois, tandis que d'autres y ont séjourné plus de vingt fois.

C'est à partir de cette diversité stimulante que nous allons désormais analyser les relations entre résidents et touristes, en explorant les intérêts que chacun porte à l'autre, les stratégies mises en œuvre, les limites rencontrées, les aspirations et les attentes, mais aussi les réticences et les craintes.

Cette fois-ci, les notions de résident et de touriste seront largement mobilisées, car le point d'intérêt réside dans l'opposition entre la temporalité du visiteur et la permanence du résident (Simon, 2017) (Delaplace, 2017). Toutefois, nous avons déjà constaté que ces deux réalités restent relatives et s'inscrivent dans une vaste zone de nuances intermédiaires, lesquelles s'avèrent également révélatrices.

a Stratégies de relation des résidents envers les touristes

Les pratiques sociales qui émergent des rencontres entre résidents LGBT+ de Barcelone et touristes LGBT+ s'inscrivent dans le cadre des récréations dans les temps de loisirs, où les interactions se construisent selon des stratégies variées. Loin d'être homogènes, ces relations révèlent une diversité d'attitudes façonnées par les modes de vie et les usages des espaces urbains.

L'analyse des entretiens menés auprès des résidents montre que ces relations peuvent être regroupées en quatre grandes approches : interagir, par opportunisme ou par une quête intentionnelle; éviter, en se tenant à distance des espaces fréquentés par les touristes ; coexister, en partageant les lieux sans réelle volonté d'échange ; et enfin l'indifférence, une invisibilisation mutuelle où chacun évolue sans se préoccuper de l'autre.

Cette diversité de postures met en lumière les tensions et complémentarités entre des populations partageant parfois les mêmes espaces, révélant des formes spécifiques de négociation de leur place dans un contexte où le tourisme LGBT+ prend une importance croissante.

Interagir : L'attrait pour la diversité culturelle

Parmi les stratégies adoptées par les résidents LGBT+ de Barcelone vis-à-vis des touristes, l'interaction constitue une approche active, motivée par deux types d'intérêts distincts : principalement, la recherche du cosmopolitisme et, plutôt accessoirement, l'intérêt économique.

L'idée de poursuivre l'altérité et l'exotisme à travers le contact avec les touristes a été largement étudiée dans la littérature sur le tourisme, comme a été mentionné dans le chapitre 1 (Ceriani et al., 2005) (Staszak, 2008b). Pour certains résidents, ce rapprochement constitue une opportunité d'ouverture culturelle, un exercice intellectuel qui fait réfléchir ou, tout simplement, il peut apporter des expériences remarquables :

> *« Ce sont des gens [les touristes] très ouverts, gays ou hétéros, avec lesquels on peut parler et sortir. Certains sont un peu choqués si je porte une expression de genre plus colorée ce jour-là, mais en général, ils sont respectueux et s'en remettent rapidement »* [107] (Marc, 29 ans)

Pour Marc, se mêler aux touristes apparaît aussi comme un moyen d'échapper aux dynamiques routinières du quotidien, offrant une bouffée d'air frais où l'échange et la découverte occupent une place centrale. Pol (28) admet que sa soif de découverte des autres et de leur lieu d'origine peut le rendre un peu envahissant auprès des touristes, mais c'est l'une de ses activités préférées. Il raconte qu'il rentre souvent chez lui sans avoir parlé catalan ou espagnol de la soirée.

Cette proximité avec l'autre peut prendre une tournure particulière lorsque celui-ci cherche de l'aide pour éviter de retourner dans son pays. Pour citer deux exemples, Pere (71) s'est retrouvé à aider un jeune Russe à obtenir le statut de réfugié, et Jaume (66) explique les démarches qu'il a suivies pour soutenir un Syrien menacé par sa famille dans son pays.

Revenant sur l'aspect récréatif, Felipe, un résident latino-américain ayant rencontré un franc succès auprès des visiteurs du nord de l'Europe, décrit ainsi son approche des touristes :

> *« Bien sûr, j'allais toujours au Gaixample, les touristes étaient ma cible »* [108] (Felipe, 35 ans)

Felipe explique que ses relations avec les touristes se sont parfois traduites par des interactions intimes et immersives qui s'étendaient sur plusieurs jours et incluaient des sorties dans des bars ou discothèques, des repas partagés, diverses activités, des visites touristiques et des relations sexuelles. Il s'agissait d'une forme de *boyfriend experience* dépourvue de toute transaction économique, contrairement à la façon dont cette pratique est généralement conçue entre un·e touriste et un·e résident exerçant une activité professionnelle liée au sexe (Gravari-Barbas et al., 2017). Il admet néanmoins qu'il était toujours entièrement invité dans ces circonstances, mais dans ce cas, on pourrait plutôt parler d'un accompagnant local dans le cadre d'un voyage romantique entrepris par un touriste solitaire (Li et al., 2021).

Il n'est pas le seul à évoquer des relations qui dépassent le simple cadre circonstanciel. Enzo (56), marié, mentionne par exemple un compagnon temporaire qui ne l'est que lors de ses séjours touristiques à Barcelone. De son côté, Miquel (53) raconte qu'à une époque où il souhaitait perfectionner son anglais, il a entretenu plusieurs relations simultanées dans une forme de polyamour à temps partiel : chaque fois que l'un d'eux visitait Barcelone, ils adoptaient pleinement le rôle d'un couple, mais uniquement pour la durée du séjour du partenaire alors de passage.

Une autre façon de vivre l'expérience touristique dans l'interaction est d'accueillir des voyageurs chez soi. Le couchsurfing ou certaines plateformes de location entre particuliers dédiées à la communauté LGBT+, comme MisterB&B, ont été mentionnés par plusieurs enquêtés qui jugent l'expérience à la fois très enrichissante et agréable, mais également très chronophage. Si la philosophie du couchsurfing repose sur l'échange sans transaction économique, des plateformes comme MisterB&B ou Gay Séjour fonctionnent en tant que services touristiques payants.

Bien que l'aspect économique soit moins déterminant, certains résidents considèrent tout de même le tourisme LGBT+ comme une opportunité financière. Pour Sergi (53), Aleix (39), Nico (28) et Théo (22), les touristes LGBT+ représentent un segment de marché au sein de leurs activités professionnelles : les deux premiers s'adressent spécifiquement au public LGBT+ local, tandis que les deux derniers exercent ponctuellement, respectivement dans la gestion de meublés touristiques et dans les services sexuels. Pol illustre cette posture mercantile en exprimant son anticipation quant aux retombées économiques futures, notamment à travers le retour des touristes après la crise du Covid-19 :

> *« Je n'ai pas encore eu l'occasion d'avoir affaire à eux professionnellement, mais j'ai hâte de le faire »* [109] (Pol, 28 ans)

Il a d'autant plus de raison d'attendre avec impatience leur retour qu'il offre des services sexuels professionnels qui peuvent répondre à l'attitude ouvertement sexuelle de certains touristes, pressés de satisfaire leurs attentes une fois sur place (Gravari-Barbas et al., 2017).

Ces différentes dimensions de l'interaction montrent que les résidents ne perçoivent pas les touristes de manière uniforme ; certains y voient une richesse sociale et culturelle, tandis que d'autres les considèrent comme un levier ponctuel pour des opportunités économiques.

Éviter les touristes : rejet du modèle dominant et non-maîtrise des codes

Une partie des résidents LGBT+ de Barcelone adopte une stratégie d'évitement face aux touristes, évitant les lieux qu'ils fréquentent et les événements qui leur sont dédiés. Cette posture repose sur plusieurs motivations, notamment la critique du modèle de loisirs dominant, et l'inadéquation des codes entre locaux et visiteurs.

L'un des reproches les plus récurrents formulés par les résidents concerne le modèle de consommation du tourisme LGBT+, qui tend à refléter des standards normatifs et homogénéisés. Ferran exprime ainsi son rejet des festivités emblématiques comme le Circuit Festival, un événement majeur du mois d'août attirant près de 80 000 visiteurs :

> *« Ceux qui vont au Circuit, en particulier, pour moi, ce sont des extraterrestres »* [110] (Ferran, 54 ans)

Cette critique renvoie au stéréotype de l'homme gay, blanc et aisé, dont l'image façonne les espaces festifs de la ville, au détriment d'une diversité de profils et de pratiques. L'arrivée massive de touristes LGBT+ lors de moments clés peut donner l'impression que certains espaces, notamment le Gaixample, deviennent temporairement accaparés par la population visitant au détriment des locaux. Ari illustre cette impression d'appropriation par les visiteurs en l'enchainant à son propre sentiment d'exclusion :

> *« Je vois les touristes, surtout pendant la Pride, quand une masse de touristes vient et que ça crée une sorte de gentrification rose. Mais bon, ils viennent parce qu'il y a une fête cool. En fait, je ne me suis jamais sentie identifiée, je me suis sentie exclue, que ça ne s'adresse pas à moi »* [111] (Ari, 22 ans)

Ainsi, l'évitement des espaces touristiques lors de l'événementiel ou en haute saison se présente comme une réponse à cette transformation temporaire du paysage LGBT+ et est vécue comme une forme de dépossession des lieux pour certains résidents (Hughes, 2002b).

Au rejet des modèles de consommation, du profil touristique et de la présence temporaire de masse s'ajoute le facteur d'une certaine incompréhension. En effet, une autre raison expliquant cette stratégie d'évitement repose sur l'idée que les touristes ne maîtrisent pas ou ne respectent pas les codes locaux de socialisation. Esther présente ce décalage comme insurmontable par une attitude de prévention qu'elle a en général :

> *« Avec les gens d'ici, tout se passe bien, car les codes sont partagés. Avec les étrangers, on ne sait jamais comment… Peut-être que si nous avions plus de temps… »* [112] (Esther, 39 ans)

Dans certains cas, cette non-maîtrise des codes peut générer des incompréhensions, voire des situations à risque, comme le souligne Joel, à propos de la participation de touristes dans des sessions de chemsex, où la maitrise des codes et une bonne communication sont essentielles pour assurer la sécurité de tous les participants :

> *« Bien sûr, il [le touriste] peut être une très belle personne, mais un inconscient »* [113] (Joel, 27 ans)

L'évitement des touristes peut ainsi être perçu comme une précaution face à une éventuelle inexpérience ou inadaptation aux spécificités locales, comme la maitrise de la langue. Un élément qui rend le commentaire de Joel intéressant est que, étant très critique à l'égard du modèle touristique, il ne s'en prend pas au touriste en particulier.

Peut-être par pudeur, aucun interlocuteur n'a fait référence à l'évitement pour des raisons racistes ou xénophobes, tendances pourtant détectées dans certaines études (Kock et al., 2019).

Coexister : une coprésence sans réel échange

Contrairement à ces résidents qui cherchent à contourner les lieux touristiques ou à se protéger d'une influence perçue comme négative, d'autres adoptent une posture de coexistence. Ici, il ne s'agit ni d'une volonté d'éviter ni d'un désir d'interaction, mais plutôt d'une coprésence dictée par le partage naturel des espaces urbains sans attitude active ni de rapprochement ni d'évitement.

La coexistence entre résidents et touristes LGBT+ à Barcelone traduit une forme de partage des espaces urbains sans interaction marquée, sans que de véritables échanges soient entamés. Cette posture repose moins sur un rejet actif que sur une distance naturelle liée à des limitations factuelles : différences culturelles, temporalité des séjours et absence de lien social durable.

Sergi (53) dit qu'il faut être pragmatique et que cela ne vaut pas la peine de perdre son temps avec des gens qui sont juste de passage, ce qui le met en concordance avec Sygmunt Bauman (propos reccuillis

par Franklin, 2003) lorsqu'il dit que s'engager avec les touristes est une perte de temps parce qu'ils sont concentrés sur la consommation hâtive de sensations et que les relations qu'ils établissent sont très fragiles. La démarche d'Olga (51), quant à elle, est dictée par la prudence, car elle considère qu'il est trop intrusif d'aborder quelqu'un que l'on ne connaît pas.

Si certains considèrent la communauté LGBT+ comme un groupe avec de connexions naturelles entre individus, Adrià nuance cette idée, soulignant que l'identité sexuelle ou de genre ne suffit pas à créer des affinités profondes :

> *« Ce n'est pas parce que nous sommes gays que nous avons des choses en commun [...] Quand on a des relations avec des gays d'ici, il n'y a pas de surprise parce que nous sommes plus semblables »* [114] (Adrià, 26 ans)

Ainsi, bien que les touristes soient présents et visibles dans les espaces LGBT+ de Barcelone, les interactions restent souvent superficielles, limitées à des rencontres ponctuelles qui ne donnent pas lieu à des relations prolongées. L'un des éléments clés expliquant cette distance réside dans la nature éphémère du séjour touristique, qui rend difficile l'établissement de relations significatives. Pere illustre cette idée en assumant la temporalité du tourisme et le sens de sécurité qui s'est installé autour du tourisme LGBT+, ce qui rend possible une coexistence sans frictions majeures :

> *« Le Circuit est un profil qui ne génère pas de conflits, tout au plus dans les toilettes la nuit [...] En général, les touristes LGBT+ qui viennent toute l'année ne sont pas conflictuels »* [115] (Pere, 71* ans)

Une autre dimension de cette stratégie concerne la structuration même des espaces et des événements LGBT+, qui favorisent une présence temporaire des touristes sans permettre une continuité dans les interactions. Cristina met en lumière cette réalité à travers son propre vécu :

> *« Avec des touristes ? Uf... oui, une fois, à la Fúria, j'ai parlé à une fille très sympa, très jeune… Je crois qu'elle était canadienne »* [116] (Cristina, 55 ans)

Ce témoignage révèle deux éléments cruciaux : d'une part, l'existence d'événements occasionnels dans des lieux qui ne sont pas spécifiquement LGBT+, ce qui empêche la construction de liens solides entre résidents et visiteurs ; d'autre part, l'adéquation générationnelle, l'offre LGBT+ étant souvent pensée pour un public plus jeune, réduisant ainsi les opportunités d'interaction pour des catégories d'âge plus avancées. En général, le profil des touristes dans la ville est relativement jeune, puisque 57,2 % de ceux ayant visité Barcelone en 2023 avaient entre 18 et 34 ans (Observatori del turisme a Barcelona, 2024).

En somme, la coexistence entre résidents et touristes LGBT+ à Barcelone repose sur l'inertie de la coprésence, sur une coïncidence conviviale plutôt que sur une véritable dynamique de partage. La temporalité des séjours et la structuration de l'offre LGBT+ contribuent à entretenir cette distance relative.

L'indifférence : une exclusion inconsciente

Si certains résidents se contentent de partager les espaces LGBT+ sans chercher à interagir avec les touristes, d'autres vont encore plus loin dans la distance en adoptant une posture d'indifférence. Dans

cette approche, les visiteurs ne sont tout simplement pas perçus comme des interlocuteurs potentiels, faute de partage d'intérêts ou de rencontres fortuites.

La frontière entre évitement et indifférence est subtile mais essentielle : alors que les résidents qui évitent les touristes cherchent activement à préserver leur espace et leur mode de vie, ceux qui adoptent une posture d'indifférence ne ressentent même pas la nécessité de se positionner vis-à-vis des visiteurs.

Si certaines stratégies des résidents LGBT+ de Barcelone vis-à-vis des touristes reposent sur des attitudes intentionnelles d'interaction et d'évitement ou d'une acceptation de la coexistence, l'indifférence se distingue par son caractère passif. Elle traduit une forme d'exclusion inconsciente de l'autre, souvent liée à une absence de croisements dans les espaces fréquentés ou à un manque d'intérêt mutuel.

Parmi les dynamiques d'indifférence relevées dans les témoignages, la particularité de l'offre de loisirs pour les lesbiennes apparaît comme une réalité marquante. Olga illustre ce constat à travers son propre vécu :

> *« Honnêtement, si je voulais aller dans un bar où vont les touristes lesbiennes, je ne saurais même pas où aller maintenant […] Peut-être que c'est ma faute pour ne pas avoir cherché un peu plus »* [117] (Olga, 51 ans)

Cette difficulté à identifier des lieux spécifiquement dédiés aux femmes lesbiennes, exprimée aussi par les plus jeunes comme Cecília (25) ou Mayo (24), témoigne d'une absence de visibilité dans l'offre touristique LGBT+, mais aussi dans le quotidien des résidents eux-mêmes.

L'indifférence peut aussi être perçue comme une absence d'interaction due à des logiques de socialisation distinctes, comme deux mondes parallèles où chacun fait sa vie. Salvador (38 ans) exprime clairement cette séparation implicite entre touristes et résidents :

> *« Oui, oui... il y a des touristes... tu peux en rencontrer un dans un bar et lui demander d'où il vient, mais ça ne va pas plus loin que ça »* [118] (Salvador, 38 ans)

Le rapport à l'autre se limite alors à des échanges anecdotiques, sans véritable engagement ou volonté de tisser des liens.

Enfin, l'absence de partage des espaces LGBT+ entre résidents et touristes peut résulter d'une méconnaissance de ces lieux, même parmi les locaux. Clara (21 ans) témoigne ainsi de son ignorance concernant le Gaixample, quartier emblématique du tourisme LGBT+ barcelonais :

> *« Oui... le Gaixample doit être par ici (en montrant la carte), mais je n'y suis jamais allée »* [119] (Clara, 21 ans)

Le fait qu'une résidente LGBT+ puisse ne jamais avoir fréquenté ce quartier, pourtant largement promu dans la commercialisation touristique comme un incontournable, démontre que certains espaces restent hors du parcours de vie de certains locaux.

En somme, l'indifférence entre résidents et touristes LGBT+ ne relève pas nécessairement d'une volonté explicite d'exclusion, mais plutôt d'une absence de connexions favorisées par la structure même de la ville ou du panorama des loisirs, ou peut-être elle est dû à l'invisibilité de certaines communautés au sein du paysage LGBT+ barcelonais.

Les stratégies adoptées par les résidents LGBT+ vis-à-vis des touristes ne sont pas uniquement révélatrices d'attitudes individuelles, elles contribuent aussi à façonner des territorialités communes, où résidents et visiteurs co-construisent des espaces avec des degrés d'interaction variables. D'autant plus, qu'une même personne peut adopter les différentes stratégies décrites – les éviter un jour, les rechercher le lendemain – selon leurs intérêts de chaque moment.

Résidents et touristes peuvent se chercher, essayer de s'éviter, partager des espaces ou s'ignorer, mais leur présence influence les parcours et les pratiques des uns et des autres. L'approfondissement de cette réflexion nécessite une interrogation plus large sur la perception que les touristes eux-mêmes ont des résidents et de l'importance qu'ils accordent aux interactions avec les personnes LGBT+ présentes dans la destination.

b Des touristes en quête de résidents, ou plutôt à la recherche d'autres touristes ?

Jouer à être touriste, c'est endosser un rôle différent de celui du quotidien. Pour beaucoup, ce rôle permet de faire des choses que l'on ne fait normalement pas – ou moins – dans la vie de tous les jours, y compris en termes de socialisation :

> *« Le fait d'être touriste te donne une permission non écrite de parler à qui tu veux, à celui qui te sert au bar, de demander des recommandations… Tu te sens plus libre de parler avec tout le monde »* [120] (Arnau, 30 ans)

Une socialisation, celle des touristes, qui, dans le cadre de la communauté LGBT+, peut aussi bien concerner la population locale que d'autres voyageurs.

Des touristes en quête de résidents

Pour une majorité de touristes enquêtés (74 %), le fait qu'une ville soit identifiée comme une destination LGBT+ joue un rôle positif dans leur décision de s'y rendre. Cette caractéristique leur laisse entrevoir une plus grande probabilité de rencontres et d'échanges avec d'autres membres de la communauté. Ils sont 89 % à estimer que ces destinations offrent plus d'opportunités d'interaction avec des personnes LGBT+.

Mais ce qui est plus révélateur, c'est la place qu'ils accordent aux résidents LGBT+, puisque 87 % pensent que les résidents LGBT+ y sont plus visibles que dans d'autres destinations touristiques. En effet, dans les espaces LGBT+ qu'ils ont fréquentés, les touristes perçoivent une forte présence de locaux : selon eux, 65 % des personnes qu'ils ont croisées étaient des résidents, et plus de 80 % étaient des personnes LGBT+. Ces chiffres suggèrent une intégration des touristes dans des lieux majoritairement fréquentés par la communauté LGBT+ locale.

Fig. 6.1 Socialisation des touristes LGBT+ : nombre de personnes LGBT+ rencontrées lors de leurs séjours à Barcelone (en pourcentage)

Le 21 % n'ayant eu aucune relation directe avec des locaux, signalent comme raisons principales le fait de voyager en couple (39 %), la timidité (18 %) ou des barrières linguistiques (14 %).

Les 36 % qui n'ont rencontré aucun autre touriste LGBT+ avancent des arguments similaires, mais il convient d'ajouter que 14 % disent ne pas aimer socialiser avec d'autres touristes.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Fig. 6.2 Ce que les touristes ont partagé avec des résidents et d'autres touristes LGBT+ rencontrés lors de leurs différents séjours à Barcelone (en pourcentage)

Dans le graphique, les réponses « beaucoup », « assez » et « un peu » sont regroupées.

Par exemple, 39 % déclarent avoir « beaucoup » échangé avec des résidents LGBT+.

À l'inverse, 3 % affirment ne pas avoir échangé avec eux, limitant leurs interactions uniquement à des rapports sexuels.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Cette coprésence affirmée par les touristes interroge sur les modalités d'interactions entre eux et les résidents. Il s'avère que si les relations entre touristes et résidents ne sont pas systématiques, elles sont néanmoins fréquentes : 79 % des visiteurs ont rencontré au moins un résident LGBT+ durant leur séjour. Toutefois, cette socialisation prend des formes très différentes et soulève de nouvelles questions sur le

nombre de relations, leur degré de signification et ce que chacun entend par une relation significative comme le montre les tableaux ci-dessous :

Lorsqu'une certaine socialisation a eu lieu, les échanges se sont articulés autour de diverses activités (fig. 6.2). 54 % affirment que la rencontre avec les résidents leur a permis de visiter des lieux peu touristiques, ce qui témoigne d'une immersion plus profonde dans le quotidien local et un plus en termes de découverte de la ville et de ses espaces.

Au-delà du séjour, 69 % des visiteurs ont gardé un contact direct avec au moins une personne rencontrée à Barcelone, les réseaux sociaux étant largement utilisés (67 %) à cette fin. Cette prolongation des interactions renforce l'idée que pour nombre de touristes, la découverte d'une ville passe aussi par la connexion avec ses habitants, même après la visite in situ. Ces comportements renvoient à la notion de motilité (Kaufmann, 2002) qui intègre dans la mobilité tout ce qui s'effectue avant pour préparer le déplacement par exemple, pendant et après tout ce qui prolonge le lien avec les lieux visités.

Un aspect fondamental de cette socialisation est le choix des touristes quant aux personnes avec lesquelles ils ont noué des relations plus étroites. 54 % affirment avoir eu des interactions plus significatives avec des résidents LGBT+ qu'avec des résidents non-LGBT+ (17 %), ce qui se complète avec les 29 % de touristes qui ont socialisé indifféremment avec les deux catégories de populations.

Cette tendance confirme l'idée que, dans une destination LGBT+, les visiteurs privilégient de s'orienter vers des résidents partageant une identité de genre ou sexuelle similaire à la leur, ce qui nous permet de penser à l'existence de territorialités partagées entre les uns et les autres au sein de la ville.

L'entre-soi des touristes

Au-delà de leurs interactions avec les résidents, les touristes LGBT+ qui visitent Barcelone établissent aussi des liens avec d'autres touristes, mais ces dynamiques de socialisation varient en intensité et en motivation. Pour certains, cela s'explique simplement par le fait que c'est l'option la plus simple, tandis que pour d'autres, c'est un choix conscient. Hélder (41), par exemple, explique comment il a formé un petit groupe avec des touristes espagnols en Corée et il ajoute qu'il est facile de nouer des relations avec des personnes qui parlent l'une des langues que l'on parle ou qui viennent de contextes culturels proches. Mercè (53), quant à elle, explique que lorsqu'elle participe à un voyage organisé pour lesbiennes, son objectif est de socialiser avec elles plutôt que d'interagir avec la population locale.

Les relations entre touristes LGBT+ sont globalement fréquentes, mais légèrement moins que celles établies avec les résidents. 65 % des visiteurs déclarent avoir rencontré au moins un autre touriste LGBT+ durant leur séjour. Cependant, la distribution des interactions entre touristes montre un niveau d'engagement plus faible qu'avec les résidents (fig. 6.1). Ce contraste suggère que les stratégies de socialisation entre touristes ne reposent pas sur les mêmes logiques et opportunités que celles avec les résidents. D'autant plus que 14 % des touristes déclarent qu'ils n'aiment pas interagir avec d'autres visiteurs. À cela s'ajoutent des facteurs déjà observés dans la socialisation avec les résidents, tels que le voyage en couple (27 %) et la timidité (22 %), qui jouent un rôle dans la limitation des interactions.

L'un des aspects notables est la différence dans le maintien des relations après le séjour. Si 69 % des touristes ont gardé un contact direct avec un résident rencontré à Barcelone, seuls 56 % ont maintenu un lien avec un autre touriste. Ce phénomène témoigne d'une plus grande continuité dans les relations

nouées avec les résidents, qui s'inscrivent parfois dans une forme d'attachement à la ville et à la possibilité d'y retourner lors d'un prochain voyage.

Les touristes LGBT+ enquêtés montrent une forte tendance à bien profiter de la caractéristique LGBT+ de Barcelone puisqu'ils privilégient de nouer des relations avec d'autres touristes LGBT+ (62 %) qu'avec des touristes non-LGBT+ (8 %). Les 30 % restant ne font pas de différence entre les uns et les autres. Ce constat souligne le rôle des destinations LGBT+ comme espaces d'affirmation communautaire lors des mobilités touristiques, et montre que dans ces villes les échanges sont souvent motivés par le partage d'une identité commune et des pratiques de récréation ou culturelles spécifiques.

Enfin, les résultats montrent une préférence marquée des touristes pour la socialisation avec les résidents LGBT+ plutôt qu'avec les autres visiteurs. Cette orientation traduit une recherche d'intégration dans des espaces de la communauté LGBT+, où les interactions avec les locaux sont privilégiées. La fréquence des rencontres et la prolongation des contacts après le séjour confirment cette tendance. En effet, les touristes ne se limitent pas à une consommation des lieux visités, mais établissent des liens durables qui dépassent le temps du voyage. À l'inverse, bien que très présente, la socialisation entre touristes LGBT+ semble moins systématique et moins durable. Certains visiteurs expriment même un rejet de ces interactions, préférant éviter des relations qu'ils jugent superficielles ou détachées de l'expérience locale.

6.2 Médiations numériques au service de l'acceptabilité

Dans cette section, nous nous interrogeons sur la manière dont la socialisation évoquée précédemment influe sur l'acceptabilité de l'autre. Principalement celle des résidents envers les touristes, mais aussi celle des touristes envers les résidents et les autres touristes.

Certains éléments clés pour comprendre cette acceptabilité ont déjà été abordés dans les chapitres précédents, tels que le sentiment de partage d'une identité LGBT+, les trajectoires de vie ou la perception de la sécurité. D'autres, comme la coprésence dans un même espace, ont été évoqués comme une condition nécessaire et seront étudiés plus en profondeur dans les chapitres suivants pour analyser leur concrétisation réelle. Cependant, un aspect en particulier – l'utilisation des applications de rencontres et des réseaux sociaux – joue également un rôle déterminant dans l'acceptabilité, puisqu'il influe sur la manière dont ces relations prennent forme et à quel moment elles se développent. En effet, ces applications interviennent à différents moments des mobilités touristiques, en amont, pendant et après le déplacement lui-même. Elles contribuent ainsi à préparer la rencontre avec la destination choisie et avec sa population, à la confronter lorsque le visiteur est sur place et à la prolonger. Déjà mentionnés brièvement dans les chapitres précédents, ils méritent néanmoins une analyse plus approfondie.

Dans cette section, nous examinerons d'abord le rôle de ces technologies dans les relations sociales, avant d'aborder, une fois tous les éléments réunis, la question de l'acceptabilité.

a Le numérique, prélude au face-à-face et outil pour maintenir le contact ultérieurement

En règle générale, le touriste prépare toujours son voyage, il ne se lance jamais dans l'inconnu :

> *« Un voyage, c'est trois voyages, trois étapes de la pensée, et trois temps : avant, pendant, après. D'abord ce qu'on a désiré, pressenti et, souvent inconsciemment, appelé. Ce sont sur place les choses vues, et, après le retour, les souvenirs »* (Boyer, 2011), p. 210.

À chaque époque de l'histoire du tourisme, les voyageurs ont toujours mobilisé les ressources à leur disposition pour saisir à la fois les choses à faire et à voir ainsi que les conventions sociales présentes dans les lieux dans lesquels ils se rendent. Aujourd'hui, les ressources traditionnelles telles que les guides de voyage, la communication avec les proches et l'explication du voyage à ceux qui ne l'ont pas vécu perdurent, bien que sous de nouveaux formats, comme les ressources en ligne, les messages WhatsApp ou les publications Instagram.

Dans le contexte du tourisme LGBT+, certains éléments jouent un rôle clé avant, pendant et après le voyage : les applications de rencontre, les réseaux sociaux et les applications de messagerie. Ce sont des outils numériques largement utilisés par la plupart des personnes enquêtées, avec diverses

fonctionnalités. En termes de socialisation, ces outils permettent de reconfigurer la notion même de voyage en facilitant l'accès à l'autre.

Un tiers des touristes affirme avoir contacté, avant le déplacement, des résidents de Barcelone via des applications de rencontre. Parmi eux, 97,6 % sont des hommes. Une fois de plus, on observe une nette différence entre les hommes et les femmes. Ce n'est pas que les femmes n'utilisent pas ces outils, mais elles le font avec moins d'intensité et d'immédiateté que les hommes, ce qui rend leur usage dans le cadre du tourisme moins répandu. Pour Clara (21), par exemple, le processus est inversé : elle souhaiterait un jour voyager pour rencontrer des amies qu'elle s'est faites en ligne, notamment dans des pays comme Singapour. Il s'agit de relations qui se sont construites progressivement et qui, peut-être un jour, mèneront à un voyage. Les hommes choisissent d'abord une destination et contactent des personnes LGBT+ dans les lieux choisis pour différentes raisons allant de la volonté de rencontrer des personnes sur place pour des balades, pour avoir des relations sexuelles, pour trouver un logement ou pour le plaisir de se confronter à l'altérité. Les femmes semblent avoir une approche différente du croisement entre l'usage des réseaux sociaux et les mobilités touristiques : elles souhaiteraient choisir leur destination en fonction des personnes avec lesquelles elles ont des échanges sur les réseaux sociaux.

Au-delà de cette différente, l'enquête montre que de nombreux résidents de Barcelone déclarent utiliser les réseaux sociaux et les applications pour entrer en contact avec les habitants des lieux qu'ils visitent ou envisagent de visiter. Pour certains, comme Adrià (26), il s'agit avant tout de curiosité : observer comment les gays se présentent sur les applications, quelle est l'esthétique dominante ou encore s'ils affichent leur visage, ce qu'il considère comme très révélateur. Borja (31), quant à lui, contacte des gays locaux afin d'obtenir des informations sur la destination, notamment les bars fréquentés par les résidents. Pour d'autres, établir un contact avant le voyage permet d'organiser une rencontre en personne.

Dans ce contexte, et en lien avec le rôle du sexe parmi les gays, l'enquête révèle que 90,5 % des touristes masculins ayant contacté des résidents via des applications de rencontre déclarent avoir eu des relations sexuelles avec eux pendant leur séjour à Barcelone. Le fait que Grindr soit l'application la plus utilisée (Fig. 6.3) constitue déjà un indicateur, car la majorité des résidents la décrivent comme leur principal outil lorsqu'ils recherchent explicitement des rencontres sexuelles. Toutefois, 81 % des touristes affirment également avoir partagé d'autres activités ou visites dans la ville avec les résidents qu'ils ont contactés.

Parmi les résidents, Grindr demeure l'application la plus utilisée (Fig. 6.4). Pol (28) y trouve un espace sécurisé, régi par des codes connus et partagés, lui permettant d'éviter, lors de ces voyages, la pression et les situations inconfortables des interactions en face à face. Il illustre ce point à travers une expérience vécue lors d'un voyage à Tel Aviv, où il a jugé la manière dont les Israéliens tentaient de le séduire dans les bars gays comme quelque peu intrusive. Arnau pousse la réflexion encore plus loin et explique qu'il utilise Grindr pour évaluer la convivialité de l'environnement où il se trouve :

> *« Lorsque j'arrive quelque part, j'ouvre Grindr, non pas tant pour chercher à rencontrer quelqu'un, mais plutôt... disons, par souci de sécurité, pour mieux appréhender mon entourage, savoir ce qui est présent et ce qui ne l'est pas... Si je constate une faible présence de gays autour de moi, cela signifie que la zone où je me trouve n'est pas particulièrement accueillante »* [121]
> (Arnau, 30 ans)

Fig. 6.3 Applications de rencontre utilisées par les touristes ayant contacté des résidents de Barcelone

Seuls 2,4 % des contacts ont été établis par des femmes, tandis que 4,7 % concernent des hommes pansexuels et 92,9 % des gays.

Bien que les applications offrent des fonctionnalités similaires, chacune s'adresse à un profil d'utilisateurs spécifique.

Note : Sous l'étiquette « Autres* » Recon, Growlr, MachoBB, Romeo, Hornet, Badoo et Bearwww sont inclus.
Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Fig. 6.4 Applications et réseaux utilisés par les résidents

En rouge bordeaux, sont affichées les applications de contact les plus utilisées par les résidents. En vert, les autres outils permettant de maintenir le contact à distance. Leur taille est proportionnelle à leur utilisation.

La plupart des Barcelonais interrogés qui restent en contact avec des personnes qu'ils connaissent lorsqu'elles voyagent utilisent les outils affichés en vert.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.
Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Hugues Pecout.

Cependant, Grindr suscite également de nombreuses critiques. Iván (42), par exemple, la juge trop obsessionnelle-compulsive ; Joel (27), quant à lui, la décrit de manière désobligeante comme un simple catalogue de corps ; Abdó (47) la juge froide et impersonnelle ; tandis que Dave (40) déplore que les conversations ne dépassent jamais la simple organisation d'une rencontre sexuelle. La réflexion de Gustavo semble offrir la meilleure synthèse de cette perception générale :

> *« J'utilise Grindr pour le sexe occasionnel, comme tout le monde (...) mais ça m'ennuie »* [122] (Gustavo, 42 ans)

Bien que 92,9 % des touristes ayant utilisé des applications de rencontres pour contacter des touristes aient utilisé Grindr, 57,1 % d'entre eux combinent également son utilisation avec d'autres applications plus spécifiques aux communautés, aux intérêts ou aux codes de comportement (Fig. 6.3). Cette tendance se retrouve aussi chez les résidents (Fig. 6.4). Sergi (53), par exemple, privilégie Recon, qui

correspond mieux à ses préférences fétichistes. Ferran (54), quant à lui, préfère Jack'd, non seulement parce qu'elle est fréquemment utilisée par des Asiatiques, qu'il apprécie, mais aussi parce que l'approche de l'autre y est plus progressive.

Parmi les femmes interrogées, Tinder est l'application la plus utilisée, bien que les avis à son sujet soient contrastés. Esther, par exemple, apprécie la possibilité de nouer des relations avec un certain calme, tandis qu'Ares (30), au contraire, la trouve trop directe et préfère utiliser OkCupid, qui lui offre, en outre, plus d'options de genre.

L'accès gratuit à la plupart de ces applications contribue à reproduire des modèles de comportement non seulement addictifs, mais aussi inspirés de l'industrie pornographique et, par conséquent, favorisant des relations inégalitaires façonnées par des intérêts commerciaux (Pailler, 2019). Aleix, résident à Barcelone, illustre cette idée en évoquant son expérience lors d'un voyage en Thaïlande :

> *« Si tu voyages avec un groupe d'amis, que tu es limité et que tu ne sais pas où tu seras demain, (contacter des gens) a encore moins de sens. J'ai des amis qui sont toujours collés à Grindr et (je leur dis) mais qu'est-ce que tu fais là ? On est sur le point de visiter un temple… tu sais bien que tu ne vas pas rencontrer ce mec ! »* [123] (Aleix, 39 ans)

Ainsi, certains utilisent les applications dans une logique d'immédiateté, tandis que d'autres, soit par esprit critique, soit par désintérêt pour le type de sexualité qu'elles encouragent, parviennent à dépasser cette perspective et à les aborder avec une vision plus ouverte, permettant d'autres formes d'interaction. Ces usages peuvent mener à des relations plus profondes, que ce soit avec des résidents ou d'autres touristes, offrant une approche plus enrichissante du lieu et de ses habitants :

> *« Si je reste un ou deux mois, je cherche à rencontrer des gens, à nouer des relations affectives, érotiques, à découvrir la ville. Alors oui, j'utilise les applications »* [124] (Iván, 42 ans)

C'est dans cette volonté de mieux connaître les lieux et les personnes que prend toute son importance l'idée de contacter les habitants de la destination, non seulement pendant le séjour. Bien que la majorité des touristes entrant en contact avec des résidents à Barcelone le fassent à une seule des trois étapes – principalement pendant le voyage, sur place –, une part significative de 26,2 % les a contactés avant et pendant le séjour, tandis que 14,3 % l'ont fait aux trois moments : avant, pendant et après (Fig. 6.5).

Si les applications de rencontre sont les plus citées pour établir un premier contact, les réseaux sociaux et les applications de messagerie jouent un rôle plus déterminant dans la prolongation et le maintien des relations nouées sur place. Instagram, Facebook et Twitter figurent ainsi parmi les plateformes mentionnées par les personnes interrogées pour rester en contact avec des connaissances rencontrées en voyage ou des touristes visitant Barcelone. Certains leur accordent toutefois une importance relative :

> *« On a encore un petit lien. C'est une relation d'aujourd'hui, à base d'Instagram, de likes et c'est tout. Ça fait huit ans qu'on ne se parle pas, je sais ce qu'il fait, il sait ce que je fais, et voilà tout »* [125] (Borja, 31 ans)

La plupart des témoignages convergent dans ce sens, comme Sergi (53), qui estime que la distance tend à estomper les relations. Pourtant, un groupe de personnes parvient à transformer ces liens numériques en nouvelles opportunités de voyage :

> *« Il est venu ici. Moi, je suis retourné aux Pays-Bas. On a aussi voyagé ensemble. L'année dernière, on a fait la Belgique, l'Allemagne et la France en voiture »* [126] (Gustavo, 42 ans)

Fig. 6.5 Moments où les touristes ont contacté les résidents (en pourcentage)

Le « contact en deux temps » désigne les touristes ayant interagi avec des résidents avant et pendant leur voyage, ou pendant et après leur séjour à Barcelone.

Parmi les 59,5 % des touristes ayant contacté des résidents à une seule des trois étapes, « contact unique », 92,9 % l'ont fait sur place, durant leur séjour dans la ville.

Source : Enquête réalisée en ligne (2022-2023) auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone

Dans la démarche de tisser des liens plus solides, certains relativisent le rôle de la technologie. Aleix (39), par exemple, estime que, contrairement aux rencontres via Grindr, qui sont éphémères, celles nouées dans un bar gay ont davantage de chances de durer, car elles commencent sous une dynamique différente.

Lorsque la relation s'approfondit, les applications de messagerie telles que WhatsApp ou Telegram prennent progressivement le relais. Elles sont également mentionnées dans le cadre de réseaux d'affinité ou de soutien mutuel à distance. Cette dynamique est particulièrement répandue parmi les personnes qui s'identifient comme trans ou non binaires, comme Ares (30), Sinae (29) ou Nico (28), qui affirment avoir tissé des liens à distance, faute de pouvoir rencontrer, dans leur environnement proche, des personnes correspondant à leurs attentes.

En définitive, l'espace numérique joue un rôle croissant dans les relations entre personnes LGBT+ dans une destination touristique, dans la mesure où il sert de prélude à une rencontre réelle et de plateforme pour maintenir les relations par la suite. Il agit comme un facilitateur et un vecteur de relations qui, en cas de retrouvailles, joue également un rôle d'organisation pour de nouvelles rencontres en personne. Ce phénomène n'est pas anodin du point de vue touristique, car ces rencontres en présentiel ont toujours lieu dans un contexte de voyage, que ce soit pour l'un, l'autre ou les deux, lorsque la rencontre se déroule dans une destination tierce.

b L'acceptabilité en contexte touristique LGBT+ à Barcelone

Dans l'analyse du tourisme LGBT+, la notion d'acceptabilité renvoie généralement à l'attitude des résidents d'une destination envers la présence de touristes LGBT+ et, plus largement, envers le développement de projets liés à ce segment touristique (Sharpley, 2014) (Hadinejad et al., 2019). Toutefois, au-delà des aspects économiques et institutionnels, l'acceptabilité revêt une dimension profondément sociale, qui se manifeste dans les interactions entre résidents et touristes (H. Hughes et al., 2010).

C'est dans cette perspective que nous l'aborderons ici : non plus à travers l'acceptation du tourisme en tant qu'activité économique ou secteur, mais plutôt à travers les relations humaines qui se nouent entre résidents et touristes. De plus, cette acceptabilité ne s'exprime pas uniquement dans un sens unidirectionnel, de la part des résidents envers les touristes. Elle s'inscrit dans un échange réciproque, où les touristes eux-mêmes développent une perception à partir de leurs expériences et une attitude vis-à-vis des résidents.

Ainsi, nous analyserons les attitudes vis-à-vis du tourisme LGBT+ et nous explorerons la manière dont Barcelone est perçue en tant que destination touristique LGBT+ dans un sens large, en incluant toutes les considérations que les enquêtés ont jugé pertinentes, qu'elles soient sociales, territoriales ou temporelles. Cela nous permet d'entrevoir, ne serait-ce qu'à titre d'esquisse, l'image que nos acteurs, résidents et touristes, construisent de « l'autre de l'Autre », c'est-à-dire d'eux-mêmes (Loisy, 2019). En effet, Marine Loisy s'intéresse aux résidents dans une démarche active de relation avec le fait touristique, de sorte que les résidents puissent comprendre comment ils sont perçus par les touristes, et inversement. Ce miroir où nos acteurs se font face lorsqu'on les interroge sur des questions relationnelles auxquelles ils n'avaient pas nécessairement réfléchi permet de suggérer la racine d'une approche plus complexe de la durabilité sociale du tourisme. En effet, comprendre l'autre et saisir la manière dont il nous perçoit constitue déjà une avancée vers une meilleure compréhension mutuelle. Par conséquent, cela permet d'esquisser un progrès en matière de durabilité sociale du tourisme.

Le tourisme LGBT+ à Barcelone est perçu par certains résidents comme une opportunité d'ouverture et de rencontres enrichissantes. Marc exprime une vision très positive de l'échange entre membres de la communauté LGBT+ venus d'horizons divers :

> *« C'est une valeur ajoutée pour Barcelone, on voit des gens qui vivent dans un contexte socioculturel différent du sien »* [127] (Marc, 29 ans)

Cette idée d'un enrichissement mutuel pourrait s'appliquer à tout type de tourisme. Mais le tourisme LGBT+ est un tourisme de niche, communautaire qui permet de dévoiler sa propre identité et la destination touristique devient ainsi une un espace de liberté et de transgression. Jaume, par exemple, y voit une façon pour certains de réaliser qu'il est possible d'exister librement :

> *« Le tourisme LGBT+ peut apporter qu'ils sachent que se projeter de manière positive est possible »* [128] (Jaume, 66 ans)

Cette dimension d'évasion et de renforcement identitaire est particulièrement ressentie par les personnes qui ont souffert de discriminations, que ce soit sous forme de pression sociale, de harcèlement scolaire ou de répression politique.

L'acceptabilité n'est pas seulement une question de touristes et de résidents, mais aussi de contexte. En effet, elle peut être facilitée par les stratégies mises en place par les villes notamment comme à Barcelone, avec son modèle de développement touristique LGBT+. Mais de manière contre-intuitive ce modèle suscite des réactions variées parmi les résidents. Si certains expriment une fierté citoyenne face aux initiatives qui renforcent la visibilité de la communauté, d'autres critiquent l'approche consumériste dominante. Pere illustre cette fierté en évoquant l'un des événements LGBT+ majeurs de la ville :

> *« Je suis fier d'être citoyen d'une ville qui accueille un événement comme le Circuit »* [129] (Pere, 71* ans)

Bien qu'il ne participe pas lui-même à ces festivités, il reconnaît la légitimité des attentes de la jeune génération et l'importance d'un alignement entre les souhaits individuels et les projets collectifs. À l'inverse, Joel porte un regard sévère sur le tourisme LGBT+, qu'il considère comme un reflet des normes dominantes du monde hétérosexuel, où certains groupes restent invisibilisés :

> *« Nous sommes comme l'image du monde hétérosexuel, tout est G, lesbis, trans et le reste sont invisibles [...] là dehors il y a un monstre avec un homme stéréotypé »* [130] (Joel, 27 ans)

Ce modèle, basé sur la surconsommation et la standardisation des identités, limite selon lui la visibilité de la diversité réelle de la communauté LGBT+. Une vision plus nuancée est apportée par Aleix, qui reconnaît l'omniprésence de certains modèles mais insiste sur leur évolution et l'émergence de nouvelles alternatives :

> *« C'est dommage que le message soit celui-ci [le corps gay stéréotypé], mais les choses sont en train de changer. C'est comme le Gaixample, c'est aussi un concept dépassé, mais de nouvelles choses apparaissent »* [131] (Aleix, 39 ans)

Cette perspective met en lumière l'idée que, malgré les cadres établis, de nouvelles formes de socialisation et de visibilité prennent place, enrichissant progressivement l'expérience LGBT+ à Barcelone et l'interaction entre les résidents et les touristes.

D'une manière générale, si certains résidents perçoivent le tourisme LGBT+ comme une opportunité pour la ville, d'autres nuancent cette vision en pointant ses limites. Atalanta, qui vit à Barcelone mais a expérimenté diverses mobilités résidentielles à l'international, exprime ainsi une réserve sur le caractère réellement cosmopolite de la ville et du tourisme qu'elle reçoit. Selon elle, l'ouverture existe, mais reste largement confinée à une dynamique européenne où chacun évolue dans son cercle culturel sans réel échange avec les autres :

> *« Il me manque ce petit truc, cette curiosité réelle des gens, d'avoir voyagé à l'étranger au-delà d'un pays situé à quelques kilomètres ou à une heure de vol. D'avoir été dans un endroit vraiment différent. Les Français ou les Italiens, par exemple, n'apportent pas grand-chose, parce que finalement ils se mélangent avec d'autres Français et d'autres Italiens »* [132] (Atalanta, 32 ans)

Cette observation fait écho aux critiques formulées par Aleix (39) sur le modèle dominant du tourisme LGBT+, qui tend à reproduire des stéréotypes figés et à valoriser une image homogène de la

communauté. Si Barcelone attire une grande diversité de visiteurs, la ville peine parfois à générer une véritable interaction entre ces différentes identités et cultures.

L'acceptabilité du tourisme LGBT+ se traduit également par des interactions qui dépassent le cadre strict du voyage. On retrouve ici la notion de motilité qui souligne que les mobilités ne se réduisent pas au seul déplacement effectué mais intègrent un ensemble d'interactions avec les lieux visités. Selon l'enquête réalisée, 36 % des touristes LGBT+ ayant visité Barcelone ont revu des personnes rencontrées lors d'un séjour antérieur. Parmi eux, 80,5 % des touristes sont revenus à Barcelone pour retrouver des connaissances rencontrées lors de séjours précédents, 47,2 % ont accueilli des Barcelonais chez eux à l'étranger et 33 % ont voyagé ensemble dans une autre destination.

Bien que nous devions rester prudents en raison des limitations de l'échantillon, ces données démontrent que les mobilités touristiques engendrent de nouvelles mobilités touristiques, et ce, sur la base des relations sociales, sans qu'aucun agent touristique ne les stimule directement. D'autant plus que ces dynamiques sont également confirmées par les résidents, qui témoignent de la continuité de ces échanges. Pour citer quelques exemples, au-delà de ceux déjà présentés, Arnau (30) évoque des allers-retours avec un ami de Málaga, tandis que Nico (28) parle d'un touriste israélien avec qui il partage une passion pour la mode et qu'il retrouve à chaque passage à Barcelone.

Enfin, certains prolongent ces rencontres en intégrant les visiteurs à leurs cercles intimes. Sandro, qui hébergeait des touristes via Couchsurfing, explique :

> *« Mes amis savaient déjà que, de temps en temps, je débarquerais chez eux avec mon Couchsurfer de la semaine, tu vois ? Et ça les amusait beaucoup »* [133] (Sandro, 45 ans)

Ce phénomène montre que l'acceptabilité du tourisme LGBT+ ne se limite pas à une tolérance passive, mais peut se traduire par des interactions intenses, parfois marquantes.

Les données recueillies auprès des touristes LGBT+ montrent une acceptabilité majoritairement positive de la part des résidents de Barcelone, même si elle varie selon le groupe observé. En effet, interrogés, à partir de leur expérience personnelle, sur ce qu'ils pensent que les résidents éprouvent face à l'arrivée des touristes LGBT+, 60 % des touristes estiment que les résidents LGBT+ sont *très favorables* ou *favorables* à leur venue et seuls 2 % les perçoivent comme *réticents*. En revanche, cette acceptabilité diminue lorsqu'il s'agit des résidents non LGBT+, où 34 % des touristes pensent qu'ils sont favorables, et 10 % estiment qu'ils sont réticents.

Cette acceptabilité se retrouve aussi dans les témoignages de certains résidents. Hélder (41) souligne que l'orientation sexuelle commune facilite la socialisation, même s'il insiste sur le fait que ce n'est pas un critère limitant. De son côté, Adrià nuance cette idée en expliquant :

> *« Oui, il y a comme cette fiction que tu auras plus de choses en commun avec une personne gay qu'avec quelqu'un d'hétéro. Après, tu peux découvrir que ce n'est pas le cas. Mais ça te donne déjà une raison de t'en approcher, tu vois ? »* [134] (Adrià, 26 ans)

Ainsi, Barcelone est perçue comme une destination où le tourisme LGBT+ bénéficie d'une acceptabilité relativement élevée. Bien sûr ce constat doit être en partie nuancé selon les contextes et les différents groupes. Quoiqu'il en soit le tourisme gay est bien plus accepté par les résidents gays de Barcelone que ne l'est l'acceptabilité du tourisme ordinaire par les résidents de Barcelone.

Fig. 6.6 Ce que les touristes pensent être l'avis des résidents sur l'arrivée de touristes LGBT+

Source : Enquête réalisée en ligne (2022-2023) auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone

Enfin, et pour utiliser l'un des indicateurs les plus couramment employés dans les études touristiques, les touristes interrogés sur leur niveau de satisfaction concernant leur socialisation avec d'autres personnes LGBT+ déclarent se sentir nettement plus satisfaits de leurs relations avec les résidents (74 %) qu'avec d'autres touristes (59 %).

Ce résultat nous donne des indices pour comprendre que le touriste recherche et privilégie l'interaction avec un résident plutôt qu'avec un autre touriste LGBT+. Il nous manque encore des éléments pour appréhender précisément ce qui se cache derrière ce taux de satisfaction. Toutefois, cette préférence pour le résident, combinée à celle du résident LGBT+ par rapport au non-LGBT+, place au cœur de la compréhension le binôme formé par le touriste LGBT+ avec le résident LGBT+.

Conclusions chapitre 6

Il serait bien sûr naïf de penser que les facteurs entourant le phénomène touristique – tels que la représentation que les résidents se font des projets de développement touristique dans leur ville, même lorsqu'ils les connaissent de première main, ou l'influence du marketing touristique sur l'imaginaire que les touristes se construisent de la destination avant d'y aller – n'affectent pas la pratique relationnelle entre les uns et les autres. Toutefois, ce qui a été mis en valeur dans ce chapitre, c'est l'expérience relationnelle qui a effectivement eu lieu – ou non –.

L'angle d'analyse adopté repose donc sur la reconnaissance de l'énorme diversité interne existant au sein des deux grands ensembles, ce qui constitue un point de départ nous permettant de progresser dans la compréhension des relations entre résidents et touristes sous au moins trois perspectives.

La première est que l'approche choisie rompt avec la dualité résident-touriste et met en lumière une large palette de nuances qui permet de situer tous les individus sur un pied d'égalité. Il ne s'agit pas d'opposer des groupes, mais bien de comprendre que nous avons affaire à un collectif hétérogène où les relations établies en son sein sont multiples. Cette perspective nous conduit à identifier que, parfois, « l'autre » n'est pas le touriste, mais notre voisin.

Une autre considération pertinente apportée par cette approche est la non-linéarité. En effet, alors que les modèles tels qu'Irridex et d'autres cadres théoriques envisagent l'attitude du résident comme une évolution suivant une certaine logique, il apparaît ici non seulement que des trajectoires variées existent – comme l'ont déjà souligné certains auteurs (Sharpley, 2014) (Suchet & Stebbins, 2015) –, mais aussi qu'un même individu peut adopter différentes stratégies selon ses envies, ses intérêts ou les opportunités qui se présentent à chaque instant.

Le troisième élément est que cette perspective, débarrassée de contraintes strictement économiques, permet d'offrir une vision du tourisme qui dépasse non seulement la logique des coûts et des bénéfices entrepreneuriaux, mais aussi les effets environnementaux. Ainsi, valoriser en soi les relations sociales induites par la pratique du tourisme et les effets qu'elles ont sur la satisfaction de l'expérience touristique, la qualité de vie des résidents ou les nouvelles dynamiques de mobilité qu'elles peuvent engendrer, permet de souligner que la dimension sociale du tourisme a bel et bien un rôle essentiel à jouer dans la durabilité d'un système de plus en plus sous tension, qui tend à progresser en suivant d'anciennes logiques sans prêter suffisamment attention aux signaux d'alerte émergents, y compris sur le plan social.

Bien que ces conclusions soient tirées d'un cas très spécifique – un lieu et un échantillon restreint de personnes –, les fondements de l'expérience sont suffisamment généraux pour envisager leur validité dans d'autres formes de tourisme et d'autres lieux. Toutefois, concernant précisément le cas étudié, celui des relations entre résidents et touristes LGBT+ à Barcelone, certaines considérations spécifiques méritent d'être soulignées.

Nous avons observé que les résidents interagissent avec les touristes selon des stratégies très variées, allant de la proactivité – pour chercher ou éviter ces interactions – à une indifférence passive envers l'autre, en passant par différents degrés de relations découlant de la simple coïncidence spatiale. Bien que l'objectif de cet axe d'étude soit d'examiner les relations sociales, la dimension spatiale s'est révélée omniprésente. En effet, si la dimension numérique joue un rôle spécifique dans les dynamiques relationnelles, la grande majorité des interactions mentionnées par les enquêtés ont eu lieu en personne, par la coprésence physique dans un même espace. Et c'est précisément de ces interactions directes que découlent diverses territorialités.

De l'enquête menée auprès des touristes, trois idées principales peuvent être dégagées, toutes en lien avec l'autre acteur de la dynamique, à savoir le résident LGBT+. La première est que les répondants perçoivent une destination LGBT+ comme un lieu où les résidents LGBT+ sont plus visibles que dans d'autres destinations. Ainsi, la liberté d'action que les touristes LGBT+ peuvent ressentir est précédée ou, à tout le moins, accompagnée par celle dont disposent les résidents LGBT+. Autrement dit, pour qu'une destination puisse être qualifiée de LGBT+, il est essentiel que ses résidents puissent eux-mêmes jouir de cette même liberté et se rendre visibles.

La deuxième idée est la volonté d'interagir de manière privilégiée avec les résidents LGBT+, sans pour autant minimiser l'importance des interactions avec d'autres touristes ; bien au contraire, celles-ci s'avèrent essentielles et renforcent un sentiment de communauté partagée entre résidents et visiteurs venus d'horizons variés.

La troisième idée est que cette dynamique se traduit territorialement par une fréquentation accrue des espaces également fréquentés par les résidents. Dans le cas de Barcelone, il semble que ces derniers restent majoritaires dans les espaces de loisirs, ce qui permet d'envisager que les résidents LGBT+ n'ont pas été dépossédés de leurs lieux de sociabilité par les touristes. Toutefois, certains signaux d'alerte apparaissent, notamment lors des périodes de forte affluence.

L'acceptabilité du tourisme LGBT+ et l'acceptabilité mutuelle entre résidents et touristes s'inscrivent, bien évidemment, dans des dynamiques sociales complexes, oscillant entre enthousiasme, critique et indifférence. Pour certains, la présence de touristes dans la ville – ou le fait de s'y rendre en tant que touriste – constitue une opportunité d'échange et de découverte à plusieurs niveaux : intellectuel, linguistique, identitaire, sensuel, sexuel, etc. Dans cette perspective, la perception est globalement positive et les conséquences découlant de cette expérience le sont également.

Cependant, cette acceptabilité mérite d'être nuancée. Si, pour certains résidents, accueillir des événements et un public LGBT+ venu d'ailleurs est une source de fierté, d'autres soulignent les limites du modèle dominant, largement influencé par des codes empreints de consumérisme, par une standardisation des identités et par le renforcement de certains stéréotypes autour d'un profil spécifique d'homme gay, au détriment d'autres segments au sein du spectre LGBT+.

Dans cette perspective, deux nuances méritent d'être soulignées quant à l'acceptabilité. La première est que le degré d'acceptabilité du touriste LGBT+ exprimé par les résidents enquêtés ne s'accompagne pas nécessairement d'une adhésion au modèle dominant du tourisme LGBT+, qui poursuit ses propres dynamiques sans toujours prendre en compte la diversité interne du collectif au-delà des profils traditionnellement mis en avant. La seconde est que les touristes LGBT+ interrogés ont perçu une

meilleure disposition à leur égard de la part des résidents LGBT+ que des résidents non LGBT+, à qui ils attribuent un plus grand degré d'indifférence.

Ces deux idées viennent renforcer, d'une part, la distinction entre ce que représente le tourisme LGBT+ en tant qu'activité – étroitement liée, selon les enquêtés, à l'industrie qui le soutient – et les individus qui le pratiquent ; et, d'autre part, l'importance des liens tissés spécifiquement entre les résidents et les visiteurs LGBT+.

D'une certaine manière, ce qui unit les personnes LGBT+, c'est le désir, plus ou moins explicite, de se détacher de l'imposition d'un modèle hétéronormatif. Ainsi, contestation et transgression font intrinsèquement partie de leur dynamique, bien que chacun les exprime à sa manière. S'il est vrai que la complexité du collectif est indéniable, il est également vrai que nous avons affaire à une communauté de personnes unies par certains éléments qui en font un sujet collectif, qu'il y a un espace social partagé, ce qui donne du sens à toute cette réflexion.

Dans les dynamiques relationnelles et l'acceptabilité qui en découle, les technologies de communication jouent un rôle essentiel, mais à titre utilitaire plutôt que finaliste. En effet, l'usage généralisé de Grindr et d'autres applications de rencontre, en particulier parmi les hommes gays, durant mais aussi avant le voyage, constitue dans la plupart des cas le prélude à un contact réel. De même, l'usage des réseaux sociaux tels qu'Instagram ou Facebook permet de prolonger ces relations après le séjour et, éventuellement, d'organiser de nouvelles rencontres.

Ces outils servent donc à initier, concrétiser et maintenir les liens sociaux, qui, dans certains cas, engendrent de nouvelles formes de mobilité touristique. Cela renforce l'idée que le tourisme LGBT+ ne se limite pas à une expérience ponctuelle dans le temps, mais peut, sous certains aspects, se poursuivre dans une dynamique sociale plus large.

Partie III · Des territoires aux territorialités : Une analyse de la Barcelone LGBT+

Cette troisième partie restitue les développements des chapitres précédents de manière située dans la ville de Barcelone. Elle recense la diversité des identités et des parcours évoqués dans le chapitre 4, les formes de loisirs et de voyage LGBT+ analysées dans le chapitre 5 et les formes de socialisation abordées dans le chapitre 6, pour expliciter comment se configurent les territorialités LGBT+ à Barcelone au regard de ces trois caractéristiques.

Elle est structurée en deux chapitres :

- **Chapitre 7 · Les territoires LGBT+ de Barcelone : De la visibilité du commercial à l'invisibilité de certaines pratiques**
- **Chapitre 8 · Produire la ville LGBT+ par des pratiques récréatives**

Il convient de souligner à ce stade, à titre de récapitulation, que l'analyse repose sur une acception singulière de la notion de « communauté », caractérisée par sa grande diversité interne et porosité avec le reste de la société. En effet, notre version de « communauté » repose davantage sur le fonctionnel que sur l'identitaire. L'intérêt de ce concept réside dans son utilité pour l'analyse des pratiques d'un groupe de personnes partageant un lien commun, le fait d'être des personnes LGBT+, bien que pour certaines d'entre elles, ce lien soit le centre de leur vie, tandis que pour d'autres, leur identification à cette communauté soit secondaire, anecdotique voire ponctuelle. Par ailleurs, cette communauté inclut à la fois le résident le plus sédentaire et le touriste le plus mobile.

Nous mobiliserons donc une acception du terme qui ne correspond pas entièrement à ses usages plus habituels, lesquels sont par ailleurs divers, et qu'il peut être pertinent de contraster. En effet, cette acception est souvent questionnée en France, en raison de son inadéquation avec certaines valeurs républicaines comme l'universalisme ou la notion de citoyenneté. Elle ne correspond pas non plus à l'idée que l'on trouve dans les pays anglo-saxons, où le terme revêt un sens fondamental de la vie sociale et quasi fondateur de l'organisation sociale. Et elle ne correspond pas davantage à l'acception liée à l'identité culturelle et à l'autonomie des populations rurales et indigènes, largement utilisée en Amérique latine et ayant donné lieu à des concepts tels que le « tourisme communautaire ». Mon approche sera donc fonctionnelle, car cette acception de communauté permet d'inclure toutes les personnes que nous appelons personnes LGBT+ en raison de leur propre identification ou de certaines de leurs pratiques, et de les placer sous cette notion parapluie que nous appelons « communauté ».

Pour conclure cette introduction, rappelons le matériau sur lequel se base ces réflexions et la manière dont nous allons nous y référer :

« Les résidents » : Lorsque nous parlerons des « résidents », nous nous référerons aux 49 résidents LGBT+ qui ont été enquêtés lors du travail de terrain

« Les touristes » : Avec ce terme, nous nous référerons aux 135 touristes LGBT+ qui ont répondu au questionnaire en ligne et qui ont déclaré avoir visité Barcelone à un moment donné depuis 2017

7 Les territoires LGBT+ de Barcelone : De la visibilité du commercial à l'invisibilité de certaines pratiques

« Anem a voltar per la Rambla / et compraré un ramet de flors.
Anem a voltar per la Rambla / beurem xaropets de colors.
Anem a voltar per la Rambla / vestits amb gorros de paper
ens pintem de rosa la cara / i parlarem en estranger »[xxxix]

Quimi Portet, *La Rambla*, dans « Hoquei sobre pedres »
Perro Records, Barcelona, 1997, piste 4 du disque

À Barcelone, il existe une zone dans le district de l'Eixample, extension urbaine planifié par Ildefons Cerdà au XIXe siècle, où se concentre la majorité des établissements de loisirs LGBT+ de la ville. Elle est populairement connue sous le nom de Gaixample (mot-valise catalan de Gai + Eixample) et cette dénomination est largement utilisée dans la promotion des loisirs et du tourisme LGBT+. C'est la zone la plus visible, probablement la plus fréquentée par les personnes LGBT+, mais ce n'est pas la seule. Par conséquent, il semble pertinent de s'interroger sur la place qu'occupe l'offre commerciale de loisirs LGBT+ et les espaces où se situent les pratiques de loisirs.

Dans ce chapitre, nous analyserons comment se configurent et se vivent les territoires LGBT+ de Barcelone, à la fois du point de vue commercial et touristique, ainsi que de l'expérience quotidienne des résidents. Nous le ferons à partir de trois visions pour définir ce que sont les espaces LGBT+ à Barcelone.

- Dans la première vision, nous nous intéressons aux lieux LGBT+ qui sont publiés dans des brochures et certaines sites internet, ce qui représente une véritable carte de visite de la ville LGBT+ pour ceux qui ne la connaissent pas, et nous nous intéresserons également à leur répartition territoriale. Cette première approche nous amène à parler, presque exclusivement, de l'offre commerciale de loisirs LGBT+. Nous nous intéresserons aussi aux types d'offres qui sont promus. Il s'agit ici de saisir la Barcelone LGBT+ telle qu'elle est publicisée.
- La deuxième vision s'intéresse aux lieux fréquentés par les personnes LGBT+ résidant à Barcelone, pas seulement ceux qui ont un caractère commercial, mais tous. Comme dans le point précédent, nous prêterons une attention particulière aux zones où ils se situent et aux catégories de lieux mentionnés. C'est la Barcelone plus personnelle, la Barcelone vécue par ses résidents qu'on souhaite faire émerger.
- La troisième cherche à identifier deux représentations de la ville. La première sera celle que se font les résidents de la ville LGBT+, qu'ils la pratiquent ou non. La seconde, celle de la ville du tourisme LGBT+. Pour cette seconde, nous disposons de la représentation que se font les résidents des lieux

[xxxix] Traduction du catalan : *« Allons flâner sur la Rambla / je t'achèterai un petit bouquet de fleurs / Allons flâner sur la Rambla / on boira des sirops colorés / Allons flâner sur la Rambla / coiffés de chapeaux en papier / nous nous peindrons le visage en rose / et nous parlerons en langue étrangère »* (T.A.)

fréquentés par les touristes LGBT+ et, en contrepoint, de la mémoire exprimée par les touristes dans l'enquête réalisée. Ce sont ici des Barcelone LGBT+ telles qu'elles sont imaginées et perçues par les loisirs et le tourisme qui sont ici mises en scène.

Il s'agit de prendre en compte les configurations territoriales dans toute leur complexité, en plaçant les personnes qui les fréquentent et leurs pratiques au centre, une vision qui s'inscrit dans certaines tendances de la géographie contemporaine :

> *« les géographes ont abandonné la vision organique des territoires du politique ou de l'action publique pour poser davantage leur regard sur les usages, l'espace vécu et les manières dont les habitants font avec les territoires qu'ils se plaisent à parcourir, sillonner, visiter, pratiquer, aimer, éviter ou contourner. Il n'existe pas un mais des territoires diversement construits par les représentations que se font les acteurs de leurs espaces de vie »* (Cupri & Le Gall, 2023)

7.1 L'offre commerciale comme carte de visite ou la Barcelone publicisée

En termes économiques, il est courant d'entendre parler de l' « industrie des loisirs » et de l' « industrie du tourisme », y compris lorsque le public cible est la population LGBT+, parce que depuis quelque temps, on s'est rendu compte qu'il s'agissait d'un segment de marché non négligeable. Cette industrie joue un rôle central dans l'image induite que bon nombre de touristes potentiels reçoivent avant de se rendre à la destination choisie, surtout lorsque les acteurs professionnels sont bien coordonnés entre eux et suffisamment positionnés pour transmettre le message (Camprubí Subirana, 2009).

Concernant les loisirs et le tourisme LGBT+, cela est particulièrement vrai lorsque l'environnement est favorable, c'est-à-dire lorsque la législation le permet et lorsque cela est socialement acceptable. Nous parlons d'une offre commerciale de loisirs et de tourisme qui est généralement la face la plus visible parce qu'elle fait l'objet d'une publicité et qu'elle est généralement visible depuis l'espace public.

Dans cette section, nous traiterons de l'identification de cette offre, des éléments qui la composent et de son emplacement. Une première approche du territoire LGBT+ de Barcelone qui, souvent, en raison de l'histoire propre du mouvement LGBT+ et des dynamiques de marché elles-mêmes, se concentre dans des zones très spécifiques de la ville.

Dans un premier temps, nous aborderons la dimension spatiale et, dans un second temps, nous analyserons les catégories qui composent cette offre, avec leurs caractéristiques et leurs biais.

a Une scène LGBT+ centrée sur le Gaixample

Les établissements de loisirs destinés à un public gay sont souvent la face la plus visible de la scène LGBT+, là où ils sont autorisés. En effet, il est relativement facile de trouver des informations, publiées sur papier ou numériquement, via la publicité des établissements eux-mêmes pour le public local ou touristique. Dans de nombreuses villes, des cartes ou des brochures gratuites sont offertes et, s'il y a une certaine concentration, elles présentent souvent la « scène gaie », « LGBTIAQ+ scene » en anglais, en la situant géographiquement (tableau 7.1).

Cela facilite non seulement la communication avec le client potentiel, mais lui offre également un espace de référence et, éventuellement, de refuge en termes LGBT+. Il est courant de trouver ce type de géolocalisation sur toutes sortes de portails de services LGBT+ avec des messages à la fois incitatifs par l'intensité de ce qui peut y être vécu et rassurants en ce qu'il s'agit d'espaces de sécurité, souvent indiqués comme répondant aux standards que l'on attend en prenant pour référence des quartiers comme le renommé Castro de San Francisco.

Tableau 7.1 Identification des quartiers LGBT+ dans des guides et des moteurs de recherche de services

Ville et source	Références aux zones LGBT+
Le Cap (Afrique du Sud) Selon le portail de ressources touristiques Travelgay	*« Le Cap est la ville la plus cosmopolite d'Afrique et sa capitale gay incontestée (...) Le cœur de la vie LGBTQ+ du Cap est centré dans le quartier De Waterkant, souvent comparé au quartier Castro de San Francisco »*
Sydney (Australie) Selon la plateforme de réservation d'hébergement MisterB&B	*« La ville compte un certain nombre de quartiers gay-friendly, notamment le quartier de Darlinghurst, qui abrite un certain nombre d'entreprises appartenant à des LGBTQ et est connu pour être le centre de la scène gay de Sydney »*
Taipei (Taïwan) Selon le portail de ressources touristiques Gaytravel4u	*« La scène gay de Taipei est sauvage et dynamique, une oasis urbaine qui ne cesse de surprendre. En son cœur se trouve l'emblématique Quartier de la Maison Rouge, l'épicentre de la scène gay de Taipei »*
Rio de Janeiro (Brésil) Selon le Guide Gay International Spartacus	*« Les sites gays sont principalement concentrés dans les quartiers de Copacabana et d'Ipanema, ce qui rend la ville très facile à maîtriser » (T.A.)*
Barcelone (Espagne) Selon le portail de ressources touristiques GayTravel	*« Barcelone possède une scène gay très large, active et vivante. Le quartier gay de Barcelone est situé dans la zone de l'Eixample. Les habitants l'ont affectueusement surnommé Gaixample » (T.A.)*

Source : fr.travelgay.com ; www.misterbandb.com/fr ; www.gaytravel4u.fr ; spartacus.gayguide.travel ; www.gaytravel.com (Sites web consultés le 15.12.2024)

Il existe certaines tendances récurrentes dans la présentation de l'offre de loisirs LGBT+ des villes ou des destinations touristiques : la prépondérance de l'offre commerciale, une forte concentration zonale et un déséquilibre en faveur des gays. Barcelone n'est pas une exception et on y retrouve les trois.

Nous parlerons du troisième biais dans la section suivante, mais sur la carte 7.1, on peut voir d'emblée que l'offre publicitaire est majoritairement commerciale et que, bien qu'il y ait d'autres quartiers avec des offres, la concentration dans le quartier du Gaixample est très significative.

Pour l'élaboration de la carte 7.1, plusieurs publications en papier et digitales ont été utilisées, puisqu'il n'y a pas toujours les mêmes informations. Après tout, il s'agit de publicité payante et cela représente un coût pour les entreprises annonceuses, de sorte que chacun fait sa sélection selon ses possibilités et selon le public auquel l'établissement est destiné.

Ainsi, certaines entreprises figurent dans toutes les brochures, tandis que d'autres n'apparaissent dans aucune. En effet, certaines stratégies commerciales consistent à ne pas apparaître dans certaines guides ou, dans certains cas, au souhait exprès de ne pas y figurer parce qu'elles ne veulent pas que leur produit soit associé à ceux qui y figurent. Une personne travaillant dans l'un de ces établissements l'exprimait ainsi :

Carte 7.1 Barcelone LGBT+ selon l'industrie des loisirs 2020-2023

Note : La carte montre tous les points qui, au cours de la période pendant laquelle le travail de terrain a été effectué, ont été identifiés comme des sites LGBT+ dans l'un des brochures éditées en papier et des sites web mentionnés dans la source.

Source : Cambra LGTBIQ+[xl] ; *LGBTI Barcelona, The oficial gay map*[xli] ; MisterB&B[xlii] ; *Navigaytor. Barcelona gay map*[xliii] ; *Pases Point Gay magazine & map 2019-2020*; Urbanloop[xliv].

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

[xl] www.cambralgtbiq.org données du 09.07.2021 et du 14.11.2023.

[xli] Brochure en papier éditée par Visit Gay Barcelona, Acegal association catalane d'entreprises LGBTI, et Barcelona Turisme.

[xlii] www.misterbandb.com données du 15.11.2022 excluant les meublés de tourisme.

[xliii] Éditions 2021 et 2022 des brochures en papier.

[xliv] Brochure en papier *Barcelona Gay Map*, nº 40 spring-summer 2021 et nº 42 spring-summer 2023, et l'application mobile consultée le 13.11.2023 uniquement pour les établissements spécifiquement LGBT+ et excluant les meublés de tourisme.

Fig. 7.1 Répartition de l'offre LGBT+ annoncée

Gaixample : comprend environ 25 pâtés de maisons sur les 120 que compte l'Eixample.

Première couronne : le reste des districts de l'Eixample et Ciutat Vella (centre historique).

Deuxième couronne : les huit autres districts de la ville.

Source : Élaboration propre à partir des données de Cambra LGTBIQ+, Barcelona Turisme, MisterB&B, Navigaytor, Urbanloop LGBT+ publiées entre 2020 et 2023 (op. cit.).

> *« Ici, on fonctionne beaucoup par le bouche-à-oreille. Des ami·e·s parlent de nous et d'autres nous découvrent. Et si un·e touriste distrait·e débarque, eh bien, iel est le·la bienvenu·e ! »* [135] (Vero, 30* ans Obs.)[xlv]

On peut observer sur la carte 7.1 une forte concentration dans le Gaixample, à cheval entre les quartiers de L'Antiga Esquerra de l'Eixample et Sant Antoni, qui accueille 57,6 % des emplacements sur la carte (Fig. 7.1). Dans une première couronne autour, dans le reste des districts de l'Eixample et de Ciutat Vella, on trouve 26,5 % des localisations et les 15,8 % restants sont dispersés dans le reste de la ville.

Cette zone s'est développée au cours des trois dernières décennies. On cite souvent l'ouverture du bar Punto en 1992 comme l'origine de ce que nous connaissons aujourd'hui sous le nom de Gaixample. Mais l'histoire des lieux de loisirs LGBT+ de Barcelone est bien plus riche et si dans les années 1970-1980 la zone des bars pour lesbiennes et gays se situait plutôt dans le quartier de Gràcia, auparavant elle se situait dans la partie basse du Raval et du Gòtic pendant la longue période de répression franquiste, dans un mélange de marginalités, notamment dans ce qui était connu sous le nom de *barri xino* – littéralement quartier chinois, même si ce n'est pas en rapport avec la population asiatique – et encore avant, au début du XXe siècle, autour de l'avenue Paral·lel, au sud du Raval (MUHBA Museu d'Història de Barcelona, 2011) (Morales & Pollina, 2018).

Actuellement, en raison de sa concentration, de son intensité et de sa centralité géographique, le Gaixample apparaît comme une zone de référence, le quartier incontournable lorsqu'on parle de l'offre de loisirs LGBT+ à Barcelone. Voyons, ci-dessous, en quoi consiste cette offre.

[xlv] Vero s'exprime à l'oral en langage inclusif, qui est nettement plus fluide en espagnol que la version française à l'écrit. La version originale est disponible dans les annexes.

b Les gays, la nuit, le pécuniaire

97,8 % des lieux mentionnés sur la carte 7.1 sont des prestations commerciales destinées au public LGBT+ (Fig. 7.2), ce qui préfigure, dès le départ, une carte avec une dominante totalement commerciale, reléguant les autres aspects à leur minimum. Les 2,2 % restants comprennent deux plages de Barcelone, le BCN checkpoint, le Centre LGTBI de Barcelone, l'association d'entreprises LGBT+ et une association d'accueil pour migrants et réfugiés LGBT+. Cette succincte sélection d'éléments non commerciaux met en valeur une attraction touristique de premier ordre de la ville, la plage, en sélectionnant notamment la Mar Bella, la plage nudiste avec la plus grande affluence de public gay. Le BCN checkpoint est un centre de référence pour la détection du VIH et d'autres maladies sexuellement transmissibles destiné aux hommes gays et bisexuels et aux femmes transsexuelles. Le Centre LGTBI de Barcelone est un équipement municipal qui, depuis 2019, accueille plusieurs associations et propose des services et activités spécialisés en diversité sexuelle et de genre.

Fig. 7.2 L'offre LGBT+ annoncée, regroupée par catégories

Toutes les catégories ne répondent pas aux mêmes critères de localisation. Tandis que les bars, les restaurants et les commerces sont majoritairement situés dans le Gaixample, d'autres catégories, telles que les hôtels, les discothèques ou les services – type beauté, thérapeutiques ou organisateurs d'activités – présentent une dispersion notable dans d'autres zones de la ville.

Source : Élaboration propre à partir des données de Cambra LGTBIQ+, Barcelona Turisme, MisterB&B, Navigaytor, Urbanloop LGBT+ publiées entre 2020 et 2023 (op. cit.).

Le groupe majoritaire est composé de bars et de restaurants, en plus d'être la catégorie la plus centralisée dans le Gaixample, puisque 69,6 % d'entre eux se trouvent dans cette zone. La classification découle des sources elles-mêmes, bien que l'on ait inclus certains bars qui ressemblent davantage à des pubs de nuit et d'autres qui disposent d'une backroom, de sorte que certains d'entre eux pourraient bien être classés dans d'autres catégories comme celle des discothèques ou celle des lieux où pratiquer du sexe.

En termes de segmentation, bien que beaucoup arborent le drapeau arc-en-ciel sur la façade (Img. 7.1) ou se présentent comme des établissements LGBT+, les visites successives d'observation et d'observation participante ont révélé que la majorité du public présent dans les bars de la zone du Gaixample est masculine. Lors de l'une de mes visites sur le terrain, je suis entré dans soixante-quatre établissements pour demander l'autorisation de suspendre ou de laisser des flyers publicitaires pour le questionnaire destiné aux touristes LGBT+ et, au-delà de l'omniprésence des hommes, j'ai également

constaté que l'offre est diversifiée et que certains bars s'adressent spécifiquement aux ours ou aux personnes queer, certains sont spécialisés dans les spectacles de drag, d'autres dans le monde du cuir et d'autres encore sont plus lambda, pour ne citer que quelques segments de marché. Seulement 3,3 % s'adressent explicitement aux femmes, bien que certaines discothèques et salles de fêtes organisent, de temps en temps, des soirées à thème pour elles. Il convient également de noter que, très majoritairement, ils sont ouverts le soir mais fermés le matin.

La catégorie des discothèques comprend certaines salles de fête qui ne sont pas exclusivement LGBT+, mais qui accueillent régulièrement des événements destinés à ce segment et ont choisi de se présenter comme telles. Il est pertinent de mentionner que cela est optionnel, car toutes n'ont pas fait ce choix et certaines ne figurent pas sur la carte même si elles organisent et collaborent à des événements nettement LGBT+.

En ce qui concerne les saunas et les clubs de sexe, ils sont tous destinés aux hommes gays, bisexuels ou ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes. Seuls six sex-shops, représentant 20,6 % des établissements de cette catégorie, se présentent comme mixtes.

Le groupe des commerces et services est également très diversifié puisqu'il inclut toutes sortes de boutiques, à l'exception des sex-shops, et tous types de services aux personnes. Les magasins de vêtements, tailleurs et accessoires, y compris pour animaux de compagnie, sont l'un des groupes les plus importants, notamment dans le Gaixample. Un autre grand groupe est celui des services de beauté, de bien-être et de santé, comprenant les salons d'esthétique et de tatouage, les barbiers et coiffeurs, les cliniques esthétiques et thérapeutes, les masseurs, les magasins de protéines, les pharmacies ou les opticiens. De plus, il y a un long etcetera composé d'agences de voyage, d'organisateurs d'événements, d'avocats, de galeristes d'art, de communicateurs, de fleuristes et de quelques agences immobilières, entre autres. Encore une fois, certaines de ces entreprises ne sont pas exclusivement destinées au public LGBT+ mais se présentent comme telles devant ce collectif dans le but d'attirer ce segment de marché.

La diversité des commerces va de pair avec la diversité des styles et des esthétiques, mais quelques éléments du Gaixample rendent visible un élément de publicité en faveur d'une certaine conception du gai qui est difficilement perceptible dans d'autres quartiers. Il s'agit de vitrines, mais aussi d'affiches d'événements accrochées aux portes ou de flyers publicitaires, présentant majoritairement des jeunes hommes, aux corps soignés et légèrement vêtus (Img. 7.2) avec lesquels se transmet la sexualisation des gays à travers un canon dont certains enquêtés nous ont parlé au chapitre 4. Il s'agit d'une érotisation de la zone par le biais de la publicité, destinée à la fois au public local et aux visiteurs, ce qui renforce un imaginaire sexualisé qui stimule les pratiques érotiques des touristes (Gravari-Barbas et al., 2017). Cette image est récurrente dans la publicité commerciale de l'offre de loisirs LGBT+ et est signalée comme un biais que le *Compromis national pour un tourisme responsable* recommande de corriger pour rendre l'offre LGBT+ plus inclusive (Generalitat de Catalunya, 2023).

Toutes les catégories que nous avons vues jusqu'à présent sont constituées d'établissements plutôt visibles de l'extérieur, bien qu'il y ait certains clubs de sexe, par exemple, qui n'ont aucune trace visible lorsqu'ils sont fermés et sont à peine visibles lorsqu'ils sont ouverts. Cependant, il convient de noter que la carte 7.1 montre uniquement la version la plus visible et nettement LGBT+ de l'offre.

Img. 7.1 Visualisation des établissements LGBT+ à l'aide du drapeau arc-en-ciel

Bar dans le Gaixample.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra.

Img. 7.2 Utilisation de l'image de l'homme jeune et musclé comme attrait commercial

Magasin de vêtements dans le Gaixample.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra.

Ce double critère a un impact significatif en ce qui concerne l'hébergement, dont seulement 21 établissements sont montrés, parmi lesquels seuls 28,6 % se trouvent dans le Gaixample. En priorisant les éléments visibles depuis l'espace public, la cartographie a omis l'offre des meublés touristiques. À titre d'exemple, MisterB&B, une plateforme de location de vacances spécialisée dans les *« chambres chez des hôtes LGBTQ+, appartements et hôtels gay-friendly »* offre plus de trois cents options de meublés touristiques à Barcelone, avec une forte concentration dans le Gaixample et les quartiers adjacents de Sant Antoni et Raval, mais qui sont largement réparties dans toute la ville. En raison du second critère, seuls les hébergements figurant dans des guides papier spécifiquement destinés au public LGBT+ ont été retenus. Par conséquent, nous avons exclu à la fois les établissements qui, étant ordinaires, sont présentés sur certains sites web de ressources LGBT+ comme accueillants pour les LGBT+ mais qui s'abstiennent de s'afficher dans les brochures imprimées plus explicites, et ceux dont le caractère LGBT+friendly n'est pas mis en évidence sur leur site web respectif.

Il est important de souligner ici que la réduction des coûts des ressources numériques et une plus grande prédisposition à être identifié comme un site fréquenté par des personnes LGBT+ ont conduit de nombreux établissements ordinaires, notamment des hôtels et des logements à usage touristique, à se présenter sur certains sites web comme LGBT+friendly, ce qui a considérablement augmenté l'offre. En effet, depuis l'ouverture de l'Hôtel Axel en 2003, à l'angle des rues Aribau et Consell de Cent, en plein Gaixample, se présentant comme le premier hôtel héterofriendly d'Espagne, l'offre d'hébergement spécifiquement destinée au public LGBT+ ou LGBT+friendly a considérablement augmenté.

Lors de l'inauguration de l'Axel, il y avait déjà de nombreux hébergements dans la ville qui s'annonçaient comme gays dans des guides spécialisés, mais il s'agissait d'auberges et de pensions. L'ouverture de l'Axel a représenté un saut qualitatif par le profil du client auquel il s'adressait : gay, à fort pouvoir d'achat et touriste. Dans la 32e édition du guide Spartacus, l'Hôtel Axel se présentait en anglais comme *« Idéal pour le voyageur cosmopolite et pour l'homme d'affaires gay »*, tandis que l'Hostal Baires, situé dans le Gòtic, le faisait en espagnol comme *« La plus grande pension GAY de Barcelone »* (*Spartacus International Gay Guide 2003-2004*, 2004). Alors que la publicité du premier marquait un tournant vers le tourisme qui allait se développer dans les décennies suivantes, le message du second évoquait ce que pour beaucoup était jusqu'alors le mode de vie gay, avec ses escapades plus ou moins furtives dans la ville.

Nous avons constaté, dans cette section, que l'offre LGBT+ annoncée est essentiellement commerciale et située principalement dans la zone du Gaixample. Bien qu'il y ait, dans le groupe commerce et services, certains établissements qui ne peuvent être considérés comme des loisirs, la plupart des 233 lieux de la carte 7.1 y sont liés. Dans ceux-ci, l'idée de sortir faire la fête, surtout la nuit et surtout si l'on est gay, revêt un poids notable. Dans cette idée de « gay », sous-tend l'importance d'avoir un corps soigné et la prédisposition à la sexualité joue un rôle important.

C'est l'image qui est communiquée et qui, effectivement, est soutenue par une offre réelle existante dans la ville. Le paragraphe suivant aborde une autre réalité dans laquelle cette Barcelone LGBT+ du marketing de l'industrie des loisirs est également présente, bien que notablement relativisée.

7.2 Panorama élargi d'une ville LGBT+ plus personnelle

Dans cette section, je m'intéresse à la définition d'une ville plus personnelle selon les pratiques et représentations des personnes LGBT+. La question « Quels sont tes sites LGBT+, tes sites personnels ? » a provoqué des réactions diverses parmi les résidents interviewés. Elle était formulée après environ quarante minutes de conversation et après avoir déjà discuté de leur identité, de leur relation avec Barcelone et de leurs voyages en tant que personnes LGBT+. La nouveauté, au-delà de la question, était qu'ils avaient maintenant devant eux une carte de Barcelone et un stylo à la main, et qu'on leur demandait de les indiquer sur la carte.

Cet exercice, avec la préparation initiale, s'est révélé très parlant dans le sens où les enquêtés ont pu faire une synthèse plus ordonnée de tout ce qui avait été dit jusqu'alors, en introduisant des nuances et des détails, mais aussi en ajoutant de nouveaux sites parce que le fait d'avoir une carte devant eux et de penser expressément à cela leur évoquait de nouveaux souvenirs. D'autant plus que pour l'immense majorité, l'interview a eu lieu pendant la période particulière des confinements dus au Covid-19, ce qui, comme nous l'avons dit au chapitre 3, d'une part leur permettait de prendre du recul et de donner des réponses plus réfléchies, mais aussi les obligeait à se reconnecter à certaines activités, comme sortir le soir, qui étaient comme hivernées dans un coin de leur esprit.

Les réactions n'ont pas été univoques. Certains ont rapidement commencé à indiquer des lieux ici et là dans Barcelone en revivant des expériences vécues. Mais il y avait aussi ceux qui doutaient de ce qu'était un lieu LGBT+. Lorsqu'on leur a demandé quels étaient leurs lieux personnels, chacun a donné ses réponses selon sa propre interprétation et son évaluation. Et à partir de là, chacun a décidé si ce lieu devait être inclut dans leur carte ou non.

Dans cette section, nous analyserons le résultat de cette approche de la Barcelone LGBT+. Une Barcelone personnelle cartographiée grâce à des morceaux de vie de 49 personnes LGBT+ résidant dans la ville ou ayant de forts liens en y vivant autour.

281 lieux de tous les districts et quelques municipalités voisines sont évoqués. Parmi ceux-ci, seuls 52 sont des établissements commerciaux figurant sur la carte 7.1, que nous avons vue dans la section précédente. Voyons donc maintenant quels sont ces 230 nouveaux lieux mentionnés et leur signification.

a Il y a une vie LGBT+ au-delà du Gaixample

Les résidents ont situé des lieux LGBT+ dans les dix arrondissements de la ville (carte 7.2) et dans 48 des 73 quartiers. Le premier point à retenir, par rapport à la carte 7.1, est que la dispersion est beaucoup plus grande sur la carte personnelle des résidents que sur celle des brochures officielles et touristiques. En effet, sur la carte de l'offre qui fait l'objet de publicité, presque entièrement commerciale, il y a des

lieux LGBT+ présents dans seulement 25 quartiers et trois arrondissements sont complètement vides. En revanche, les résidents nous parlent de lieux LGBT+ beaucoup plus dispersés et plus diversifiés, et cette diversité est le second point important à retenir.

Il est important de noter que, bien que les noms des districts soient assez connus, presque personne ne s'y réfère lorsqu'ils parlent de leurs expériences personnelles, mais se réfèrent plutôt à une entité plus proche comme le quartier. Les deux seuls districts qui ont été mentionnés sont Ciutat Vella et, dans une bien moindre mesure, l'Eixample.

Mais le quartier est l'unité de référence naturelle pour la plupart des interlocuteurs qui, lorsqu'ils veulent être encore plus précis, parlent de zones spécifiques à l'intérieur d'un quartier. Le Raval Nord, la zone de l'Arc de Triomf ou le Gaixample sont des exemples de cette nomenclature spécifique pour des espaces avec un caractère propre à l'intérieur d'un quartier ou chevauchant deux quartiers. Les références au Gaixample, par exemple, sont faites en tant que zone de loisirs et certains remettent ouvertement en question la notion de quartier pour cette zone, car elle manque des attributs qui définissent un quartier :

> *« Je n'aime pas cette idée de Gaixample, de le voir et de le concevoir comme un quartier (...) La question est que faire un quartier sur la seule base d'une identité ne me convainc pas, sans doute parce que je ne suis pas trop d'accord avec toute cette histoire des identités »* [136] (Jaume, 66 ans)

La mention de quartiers ou de zones spécifiques est l'une des deux façons de se référer à des lieux LGBT+. La deuxième est la mention explicite d'un établissement particulier, d'une ressource ou d'un élément de caractère symbolique. Avec cette forme de référence aux lieux LGBT+, l'espace public prend une dimension beaucoup plus importante que dans la carte 7.1, où les seules références à des espaces publics sont les plages et la zone du Gaixample.

En ce qui concerne la représentation des lieux d'un point de vue personnel (carte 7.2), le Gaixample est toujours un référent principal dans la ville. Que ce soit parce que c'est un endroit que les personnes LGBT+ fréquentent lorsqu'ils sortent, ou parce qu'à un moment de leur vie, il a eu une signification importante et qu'ils le considèrent toujours comme un lieu LGBT+ personnel.

En effet, dans la conceptualisation de ce qu'est un lieu personnel, tous les enquêtés parlent de leurs lieux actuels, mais certains continuent de considérer comme personnels certains espaces qu'ils ont fréquentés dans le passé. Tout cela, peu importe si cette fréquentation est ou était régulière ou ponctuelle, car ce qui importe, c'est leur pertinence, la place qu'ils occupent dans leur vie ou dans leur mémoire.

Les références au Gaixample sont directes avec ce nom ou indirectes en se référant à un établissement commercial de la zone, puisque la grande majorité des références là-bas sont commerciales. Arena, par exemple – de manière générique ou avec un sous-titre, tel que Arena VIP, Classic, Aire ou La Madre, qui sont certains des établissements du Groupe Arena que la ville a connus –, est la référence commerciale la plus répandue parmi les résidents puisqu'elle a été mentionnée par un résident sur cinq. Certains de ces établissements ont déjà fermé ou changé d'emplacement, et les résidents s'y réfèrent comme une référence actuelle ou passée si, à un moment donné de leur vie, ces lieux ont signifié quelque chose pour eux.

Carte 7.2 Barcelone LGBT+ selon les lieux fréquentés par les résidents

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2021) auprès de 49 résidents LGBT+.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

Fig. 7.3 Répartition des lieux fréquentés par les résidents

Gaixample : Bien qu'il accueille 58 % de l'offre commerciale, il ne comprend que 21 % des lieux mentionnés par les répondants.

Première couronne : Ciutat Vella gagne en importance (avec une augmentation de 20 % par rapport à la carte de l'offre commerciale) et des quartiers comme Sant Antoni.

Deuxième couronne : Les huit autres quartiers de la ville sont tous mentionnés.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2021) auprès de 49 résidents LGBT+.

Sur la carte 7.1, on percevait clairement une première couronne autour du Gaixample et une seconde pour le reste de la ville, mais ici, elle est entre déplacée et estompée (fig. 7.3). Déplacée car le nombre de lieux de Ciutat Vella et d'autres quartiers de l'Eixample dessinent un grand centre bien moins restreint que celui dessiné par l'offre commerciale du Gaixample. Et estompée car, bien qu'on détecte ce centre, on ne peut pas ignorer que d'autres quartiers comme le Poble Sec, Gràcia ou Sants ont aussi leur importance relative.

Si dans la carte des lieux officiels et touristiques (carte 7.1) la deuxième couronne était composée de quelques lieux éparpillés ici et là, dans la carte plus personnelle des lieux (carte 7.2) elle représente 41 % des emplacements, qui sont répartis sur beaucoup plus de quartiers. Il y a encore 25 quartiers sans aucune référence, soit 34,2 %, mais ils sont beaucoup moins nombreux que dans la carte de l'offre commerciale (7.1) où les quartiers vides étaient 43, soit 58,9 %.

Si nous croisons ces données avec le revenu disponible par habitant (RDLpc), défini comme le *« volume de ressources disponibles dans les foyers pour la consommation ou l'épargne »* (Ajuntament de Barcelona. Oficina Municipal de Dades, 2024), nous constatons que, dans les sept quartiers qui en 2021 avaient un RDLpc supérieur à 30 % de la moyenne de Barcelone, les résidents situent 12 emplacements en termes LGBT+, dont la moitié à Sant Gervasi - Galvany. Si nous regardons les treize quartiers avec un RDLpc inférieur à 30 % de la moyenne de Barcelone, nous constatons que douze d'entre eux n'ont aucune référence et que seul le Raval, l'un des principaux points référencés par les résidents, compte 31 emplacements.

Tableau 7.2 Localisation des lieux LGBT+ dans les quartiers selon les revenus disponibles des foyers

Quartiers	RDLpc	Lieux commerciaux annoncés (carte 7.1)	Lieux fréquentés par les résidents (Carte 7.2)
7 quartiers ayant un RDLpc supérieur de 30 % à la moyenne	Entre 28.608 € et 37.800 €	7	12
Barcelone	21.642 €	234	281
13 quartiers ayant un RDLpc inférieur de 30 % à la moyenne	Entre 10.929 € et 14.751 €	8 (tous dans le Raval)	31 (tous dans le Raval)
Quartiers les plus cités par les résidents			
L'Antiga Esquerra de l'Eixample	26.448 €	105	32
El Raval	12.512 €	8	31

Source : Ajuntament de Barcelona ; enquête réalisée à Barcelone (2020-2021) auprès de 49 résidents LGBT+ ; et données provenant de Cambra LGTBIQ+, Barcelona Turisme, MisterB&B, Navigaytor, Urbanloop LGBT+ publiées entre 2020 et 2023.

Il s'agit d'une corrélation à prendre en compte car deux des quartiers les plus mentionnés se trouvent dans des situations opposées en termes de RDLpc, ce qui préfigure des établissements et des pratiques de socialisation différenciées. En effet, la majeure partie du Gaixample est située dans le quartier de l'Antiga Esquerra de l'Eixample, qui ne fait pas partie des sept quartiers les plus riches actuellement mentionnés, mais qui occupe une honorable onzième place avec une RDLpc de 26 448 €. Le Raval, quant à lui, se classe quatrième en partant de la fin avec une RDLpc de 12 512 €. La grande différence entre le Raval et les douze autres quartiers les plus pauvres est que le Raval est situé dans le centre historique de la ville, qui coïncide en outre avec l'une des zones de plus haute pression touristique, tandis que les autres sont des quartiers construits de manière hâtive pour accueillir l'immigration d'autres régions d'Espagne durant les années 1950-1970 et se trouvent en périphérie urbaine.

Ainsi, la carte des lieux effectivement fréquentés par les résidents interrogés nous montre que leur ville LGBT+ est beaucoup plus dispersée que celle configurée par l'offre commerciale. Dans cette vision, le Gaixample reste un lieu de référence, mais des quartiers comme le Raval, ainsi que Sant Antoni, Poble Sec ou Gràcia, gagnent en importance. Dans la section suivante, nous apporterons quelques réponses qui expliquent les raisons de cette répartition, en analysant les types de lieux référencés et leurs significations.

b Serait-ce que l'argent ne fait pas tout ?

Si, dans la carte personnelle 7.2, nous avons observé que les lieux LGBT+ sont beaucoup plus dispersés dans la ville que les établissements publicisés (carte 7.1) et que le poids des espaces commerciaux est beaucoup plus faible, alors, dans la carte des lieux fréquentés (carte 7.3), nous pouvons voir combien de fois les 281 références de la ville ont été mentionnées par les résidents.

Ainsi, nous voyons que certaines catégories émergent avec leur propre entité, comme les espaces publics ; que l'offre commerciale demeure un cadre de référence incontournable ; que les établissements culturels et de quartier, ainsi que les locaux associatifs jouent un rôle non négligeable ; et que d'autres catégories, jusqu'à présent non mentionnées, apparaissent, comme les lieux de drague ou les domiciles privés.

Dans de nombreux cas, il ne s'agit pas d'endroits spécifiquement LGBT+, mais ce sont les dynamiques d'appropriation ou les événements éphémères qui expliquent pourquoi ils sont considérés comme des espaces LGBT+. Ensuite, nous allons détailler chacune d'elles (Fig. 7.4).

Le rôle remarquable des espaces publics

Bien que certaines références à l'espace public renvoient à son symbolisme en tant qu'espace d'autrefois, du fait de son poids dans l'histoire LGBT+ de la ville, la grande majorité de ce que montre la carte 7.3 est la Barcelone actuelle. De la Barcelone qui n'existe plus, le principal référent est la Rambla.

En effet, cette artère, qui sépare les quartiers du Raval et du Gòtic jusqu'à la mer, promenade citoyenne par excellence et l'un des principaux lieux de la vie LGBT+ pendant des décennies, est mentionnée et indiquée sur certaines cartes personnelles par plusieurs résidents comme un lieu LGBT+ qu'ils ressentent comme étant le leur pour ce qu'elle a été, dans une sorte de paysage invisible, intangible par sa propre nature (Nogué Font, 2007), parce que ce qui le définit n'est pas tant l'aspect physique, la morphologie, mais plutôt ce qui s'y est passé, ce qui a été vécu.

Certains épisodes historiques concrets sont mentionnés explicitement. Jaume (66), par exemple, se souvient de la première manifestation de la fierté en Espagne qui a eu lieu sur cette avenue quelques jours seulement après les premières élections démocratiques après la fin de la dictature franquiste. Mais il y a aussi des références à des personnages concrets, comme Ocaña, symbole de la contre-culture gay des années 1970 et du début des années 1980 mentionné par Nico (28), qui fréquente le bar qui porte son nom. Certains, comme Adrià (26), qui connaît bien l'histoire LGBT+ de la ville, remontent jusqu'à la marche des Carolinas de 1933, cortège de travestis dont Jean Genet rend compte dans son *Journal du voleur* (Genet, [1949] 1982).

Mais cela appartient au passé, un lieu vécu et rappelé avec nostalgie par certains, mais que plus personne ne considère comme une référence actuelle. La Rambla s'est totalement transformée avec l'avènement du tourisme, tant pour ceux qui ne connaissent pas personnellement ce qu'elles étaient, comme Iker qui vit dans la ville depuis quatre ans et parle de La Rambla comme un résident ordinaire, que pour ceux dont le lien émotionnel avec le passé est évident, comme Jaume, qui n'a vécu qu'occasionnellement en dehors de la ville et qui se réfère à cette avenue à la première personne et en termes LGBT+ :

> *« La Rambla est un endroit à éviter. Il faut esquiver des milliers de personnes (...) Le front de mer, mais surtout la Rambla, sont des zones envahies par le tourisme. Je pense que c'est une rue qui, à l'heure actuelle, est perdue pour les citoyens. Elle est totalement touristique et il est impossible de s'y promener... c'est impossible »* [137] (Iker, 34 ans)

> *« Ma référence première était La Rambla. J'aimais me promener le long de La Rambla et maintenant je ne le fais plus à cause du tourisme, bien évidemment. Cela me gêne. C'est aussi clair que ça, ça me gêne, je ne me sens pas à l'aise. Je ne me sens pas à l'aise et j'ai un sentiment d'insécurité »* [138] (Jaume, 66 ans)

12,7 millions de touristes ont déambulé sur cette avenue longue de 1,2 km en 2023, et 81,4 % des touristes disent l'avoir visitée (Observatori del turisme a Barcelona, 2024). Par extension, d'autres parties du district de Ciutat Vella ont connu une destinée similaire, notamment le quartier du Gòtic, qui occupe la cinquième place parmi les sites les plus visités après La Rambla, le Passeig de Gràcia, le front maritime et la basilique de la Sagrada Família.

En juin 2020, lors de ma première visite de la ville après les premiers confinements dus à la Covid-19, ce quartier présentait un aspect désolant avec des panneaux de transfert et de location sur une grande partie des locaux commerciaux au rez-de-chaussée.

Dans le passage de la Pau, j'ai rencontré deux filles se tenant par la main, regardant vers l'un des appartements en riant. Je leur ai demandé si elles cherchaient des touristes et elles m'ont expliqué qu'elles avaient vécu dans cette rue mais qu'elles ont dû partir parce que :

Carte 7.3 Lieux LGBT+ fréquentés par les résidents

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

Fig. 7.4 Lieux LGBT+ fréquentés par les résidents, regroupés par catégories

Parmi les 115 établissements commerciaux cités par les résidents (carte 7.3), 42 (soit 36,5 %) ne figurent pas sur la carte 7.1 de l'offre commerciale LGBT+. En outre, 16 (soit 13,9 %) étaient déjà définitivement fermés avant le début de l'enquête.

Ainsi, seuls 49,6 % des établissements commerciaux cités comme lieux LGBT+ par les résidents se promeuvent en tant que tels par les canaux traditionnels.

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2021) auprès de 49 résidents LGBT+.

> *« Ici, c'était guirilàndia (un endroit rempli de touristes), et le propriétaire s'est complètement emballé sur le prix »*[139] (Tània, 30* Obs.)

L'autre fille complète l'explication en se reconnaissant victime de la gentrification touristique et, en se référant à la tranquillité qui règne en l'absence de touristes, ajoute :

> *« Je suis désolé pour ta thèse, mais ça, c'est la vraie vie, pas comme avant »*[140] (Zulema, 38* Obs.)

Tània et Zulema ont profité de l'occasion pour se promener à nouveau dans ce qu'elles considéraient comme leur quartier, dont elles ont été expulsées en raison de l'augmentation du prix du loyer et du changement d'usage, ce qui est la conjonction habituelle de variables dans des processus comme celui-ci (Casado Buesa, 2017).

Les dynamiques d'appropriation d'espaces et d'événements non LGBT+

L'appropriation en termes LGBT+ du quartier dans lequel on vit est l'une des grandes différences entre la carte de l'offre commerciale et la carte personnelle, car dans de nombreux cas, il ne s'agit pas simplement de vivre sa vie ordinaire, mais d'une appropriation en termes LGBT+ avec son partenaire, pour retrouver des amis LGBT+, ou pour rencontrer quelqu'un pour donner suite à des contacts numériques. Dans certains cas, certaines personnes expriment des réserves en disant que les démonstrations publiques d'affection ne sont peut-être pas aussi évidentes que celles faites dans des quartiers comme le Gaixample. Cependant, en général, la plupart des résidents parlent de leurs quartiers respectifs non seulement comme des lieux sûrs, mais l'affirment en tant que personnes LGBT+.

Évoquer son propre quartier renvoie généralement à y mener une vie, comme le font les autres voisins, mais avec la nuance de le faire en tant que personne LGBT+, plus ou moins ouvertement. Au-delà de la notion de quartier, les espaces publics sont évoqués sous forme de parcs, de promenades ou de rues particulières comme des endroits où l'on peut se promener ou être avec son partenaire ou ses amis LGBT+ en se sentant à l'aise. Certains de ces espaces sont proches de l'endroit où l'on vit, ou où vit le partenaire, ou où vivent les amis, ou encore où il y a une offre spécifique, pas forcément LGBT+, comme certaines librairies.

Il a déjà été mentionné que, dans les entretiens, en nous référant aux habitudes quotidiennes, nous ne parlons pas seulement du moment présent, mais nous incluons également ce qu'ils faisaient jusqu'à juste avant la pandémie, en comprenant que la situation actuelle n'est qu'une période parmi d'autres. Dans ce sens, ce qui peut paraître plus déformé, c'est l'offre commerciale, très volatile à ce moment-là, avec quelques fermetures définitives notables comme celles des discothèques Metro et Sala Tango (L'Esquerra de l'Eixample). Cependant, les témoignages des résidents nous permettent de tracer deux grands groupes de lieux commerciaux, ceux spécifiquement LGBT+ et ceux qui ne le sont pas, mais qui sont considérés comme gayfriendly. Parmi ces derniers, on distingue la salle Razzmatazz (El Parc i la Llacuna del Poblenou) ou le Moog (Raval), cités par plusieurs résidents comme des espaces LGBT+ bien qu'ils ne se promeuvent pas spécifiquement comme tels, évoquant surtout leur ambiance accueillante pour les membres de la communauté LGBT+.

En ce qui concerne d'autres lieux moins connotés comme des lieux de fête, il convient de noter que l'appropriation du quartier comme lieu LGBT+ implique souvent l'appropriation de certains établissements commerciaux qu'ils considèrent comme des lieux LGBT+, non pas parce que l'établissement se positionne ainsi, mais en raison de leurs propres pratiques et celles de leurs partenaires ou amis. Il s'agit généralement de lieux tels que des bars ou des cafés où ils sont bienvenus en tant que personnes LGBT+ et qu'ils indiquent, dans certains cas, comme tels sur leurs cartes personnelles.

Cette dualité entre ce qui est strictement LGBT+ et ce qui est approprié et réinterprété comme un lieu accueillant pour les personnes LGBT+ se transpose également aux centres civiques et culturels, aux maisons de quartier et à d'autres établissements publics. Naturellement, cette section inclut le Centre LGBTI, à Sant Antoni, les sièges de certaines associations LGBT+ de la ville et jusqu'à quatre centres de santé spécialisés dans les soins aux personnes LGBT+. Mais il existe en outre un vaste réseau d'équipements publics ou d'accès public qui, pour une raison quelconque, ont été placés sur les cartes personnelles comme des espaces LGBT+ bien que leurs publics soient beaucoup plus larges. On mentionne, par exemple, des athénées et des centres culturels pour les activités qu'ils organisent ou accueillent, des bibliothèques pour leur fonds thématique LGBT+ notable, ou des gymnases et des piscines où les politiques d'inclusivité sont manifestes. Certains font référence à certaines facultés universitaires car leur passage par-là représentait – ou représente actuellement – un lieu de découverte avec un environnement favorable à l'exploration sexuelle et de genre, ou parce qu'une association étudiante soutient les personnes qui fréquentent ces espaces. Les beaux-arts et la philologie sont les plus mentionnés, mais d'autres disciplines telles que l'architecture, les sciences, la psychologie et l'économie sont également évoquées.

Les arguments relatifs aux centres culturels sont de diverses natures, mais ceux avancés pour les inclure comme lieux LGBT+ peuvent être regroupés en deux catégories. D'une part, la sensation que les institutions et le public accueillent sans conflit les personnes LGBT+, et d'autre part, que l'affluence de personnes LGBT+ est plus importante dans ces lieux.

Des micro-géographies disséminées dans la ville

Enfin, il y a deux catégories inédites sur la carte de l'offre publicitaire qui apparaissent dans la cartographie personnelle des résidents. L'une d'elles est celle du cruising, non seulement celui qui a lieu en plein air, mais aussi celui pratiqué dans les toilettes des centres commerciaux ou des gares. L'autre est celle des domiciles privés.

Nous avons inclus dans la catégorie des domiciles privés uniquement les références ayant un sens collectif. Ainsi, toutes les références individuelles à sa propre maison, comme le fait 35 % des résidents, ou à celle du partenaire, mentionnée par 43 %, qui sont citées comme des espaces de confort et, par conséquent, comme des lieux LGBT+, ont été écartées. Les inclure nous amènerait à considérer que tous les domiciles où il y a une personne LGBT+ sont potentiellement des lieux LGBT+ et cela, bien que ce soit une idée très suggestive, rendrait notre cartographie hors de propos. Cependant, nous avons inclus les références à des domiciles privés en tant qu'espaces sociaux, qu'ils soient des lieux de rencontre entre des groupes d'amis LGBT+, des lieux où se tiennent des fêtes et des lieux où se pratique le sexe en groupe, presque toujours évoqué en relation avec la pratique du chemsex.

Les résidents configurent donc une cartographie particulière des sites LGBT+ de Barcelone, plus diverse en termes de types de lieux référencés et bien moins centrée sur le Gaixample. Avec l'appropriation d'espaces publics et d'établissements commerciaux qui, d'emblée, ne sont pas considérés comme LGBT+ ni définis comme tels. Cette approche personnelle et vécue de la ville en tant que personnes LGBT+ est complétée par la vision que ces mêmes résidents ont de la ville, une ville perçue qui diffère de la ville qui fait l'objet de la publicité et de la ville vécue que nous avons vues jusqu'à présent.

Mais avant de nous plonger, au point 7.3, dans cette ville perçue comme Barcelone LGBT+ et qui sera complétée par une approche de la ville par les touristes LGBT+, nous consacrons la section suivante à ceux pour qui la notion d'espace LGBT+ est plus que douteuse.

c « Je ne peux marquer aucun endroit » : Quand « LGBT+ » a une dimension spatiale incertaine

Chacun a répondu à la carte selon ses propres pratiques. Les gays, plutôt que de parler d'espaces LGBT+, évoquent des lieux spécifiquement adressés aux gays. Lorsqu'ils parlent d'espaces intimes, ils restent dans une logique gay. Ainsi, ils dépassent rarement cette dimension pour se situer dans le registre LGBT+. En revanche, les témoignages des lesbiennes ne suivent pas un schéma aussi centré sur leur propre identité que les gays et indiquent, chacune selon son ordre de priorités, des lieux personnels, des lieux considérés pour les lesbiennes, ou pour les femmes, ou ouverts et fréquentés par toutes sortes de personnes LGBT+.

Les personnes non binaires utilisent plutôt les étiquettes queer ou non binaire pour désigner leurs lieux. Les résidents bisexuels utilisent davantage l'étiquette LGBT+ que les autres, bien que la corrélation entre femme bisexuelle et espaces pour lesbiennes et celle d'homme bisexuel avec espaces pour gays prédomine.

Mais il y a aussi des personnes qui ne se voient pas elles-mêmes situées dans des espaces LGBT+ propres, soit parce qu'elles ont du mal à appliquer la notion de LGBT+ à un espace, soit parce qu'elles se sentent un peu en marge de la communauté.

Álvaro (29), par exemple, ne se sent pas à l'aise dans les espaces pour gays ou pour personnes LGBT+ en raison de son asexualité, car il les considère trop sexualisés, et donc il ne se les approprie pas. De plus, lorsqu'il se positionne comme personne LGBT+, même en étant bisexuel, il priorise sa condition d'asexualité. Au cours de l'entretien, il débat lui-même sur ce que serait un bar asexuel et, bien que d'un côté il considère que la réflexion a un côté absurde, de l'autre il admet que ce serait peut-être agréable de pouvoir être dans un lieu dépourvu de sexualisation. Il renvoie à des réunions qu'ils faisaient avec un groupe d'amis asexuels dans un bar commun, mais il ne le marque pas sur sa carte comme un espace LGBT+ personnel, puisque même le propriétaire du bar ne savait pas qui ils étaient, ni ce qui les unissait en allant là-bas. Il indique cependant le parc de la Ciutadella parce qu'ils y ont également fait des

rencontres, plus ouvertes, à d'autres personnes asexuelles au-delà de leur cercle habituel. C'est le seul endroit qu'il mentionne comme étant personnel sur sa carte.

Álvaro (29) n'est pas la seule personne à indiquer un seul lieu sur la carte. Kevin est un garçon trans et, parmi son cercle intime d'amis, il y a un autre garçon trans et une fille bisexuelle, ainsi que d'autres personnes qui ne se définissent pas comme LGBT+. Ainsi, même s'il a ses lieux habituels pour sortir, il ne reconnaît aucun d'eux comme étant suffisamment connoté comme tel pour les situer sur la carte, mais cela ne pose pas de problème dans la mesure où il n'en a pas besoin :

> *« Je ne peux t'en signaler aucun. Il n'y en a pas, désolé (...) Je ne sais pas… Qu'est-ce que ça change ? Je n'y avais jamais pensé »* [141] (Kevin, 23 ans)

Kevin est, de plus, le seul à ne reconnaître aucun espace de la ville comme LGBT+ même s'il a fréquenté Arena. La lecture qu'il a faite de cette discothèque était celle d'un lieu très sexualisé pour les gays, il ne l'a donc pas perçue comme un espace LGBT+, car il ne s'y est pas senti comme faisant partie de ce milieu. Finalement, à la fin de la conversation, il a mentionné qu'il avait un espace propre qu'il ressent comme LGBT+ et l'a situé sur la carte. Il s'agit du centre de santé pour personnes trans du quartier de Sants, où il a effectué sa transition.

Hauru, qui vit complètement en dehors du soi-disant loisirs LGBT+, situe un seul lieu LGBT+ de la ville, mais en dehors de Barcelone, la ville voisine de Sitges (Img. 7.3), une identification qui, comme nous le verrons, est plus fréquente chez les touristes que chez les résidents. Pour lui, il est également problématique d'attribuer un qualificatif LGBT+ à un lieu ou à une activité, même s'il le fait avec ses amis LGBT+ :

> *« Je ne vais pas dans ces endroits en pensant... c'est un bon endroit pour les gays, tu vois? Si on y va, c'est parce qu'on sait qu'on peut y trouver de bonnes BD ou des trucs cool »* [142] (Hauru, 21 ans)

Img. 7.3 Hauru (21) : Une vie LGBT+ déconnectée de la ville

Hauru, qui a beaucoup de mal à s'orienter dans la ville et qui ne se déplace pas seul dans des endroits qu'il ne connaît pas, indique en bleu deux espaces qu'il fréquente avec son groupe d'amis, majoritairement composé de personnes LGBT+ : la zone de l'Arc de Triomf, pour les magasins de bandes dessinées et un parc à Glòries.

En rouge, il indique la ville voisine de Sitges (à 50 km) comme le seul espace LGBT+ qu'il identifie à Barcelone.

Source : Carte mentale réalisée par Hauru, 21 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en septembre 2021.

Enfin, le cas de Gabriel (41) présente un point paradoxal car son approche de la ville quotidienne est totalement différente de celle qu'il adopte face à une destination touristique. Ainsi, bien qu'il ne doute pas pour remplir sa carte personnelle et celle de la ville avec des endroits qu'il considère comme LGBT+, ce qui n'a pas de sens pour lui est d'attribuer l'étiquette LGBT+ à un voyage et, par conséquent, à l'espace touristique :

> *« J'ai du mal à comprendre le concept d'un touriste qui se déplace parce qu'il est gay, comme s'il cherchait Barcelone juste parce que c'est gay-friendly. Ça, je ne sais pas si ça arrive. Ça arrive vraiment? Moi, je me sens assez en dehors de ce circuit »* [143] (Gabriel, 41 ans)

Bien que ces visions soient minoritaires, elles remettent en question la notion même d'espace LGBT+. Dans la mesure où il y a des personnes LGBT+ qui ne sont pas capables d'identifier des espaces LGBT+ parce qu'elles ne sont pas en mesure de comprendre le concept ou parce qu'elles ne se sentent identifiées à aucun espace réunissant les caractéristiques nécessaires à cela, nous pouvons nous demander de quoi manquent les espaces que nous appelons LGBT+ ou comment devraient-ils être pour être plus inclusifs envers ces personnes qui restent en marge. Une réflexion similaire peut être faite en relation avec les notions de voyage et de destination touristique LGBT+.

7.3 Des Barcelone LGBT+ : entre perception, représentation et visibilité des zones branchées

Les comportements quotidiens des enquêtés peuvent être plus ou moins pourvus ou dépourvus de la condition d'être une personne LGBT+. Probablement, ce facteur n'aura pas la même intensité lorsqu'un résident est à son travail que lorsqu'il participe à une activité du Centre LGBT+, de la même manière qu'un touriste visitant la Sagrada Família ou la plage nudiste de la Mar Bella. D'une certaine manière, dans notre approche, nous avons tenté de simplifier la perspective multidimensionnelle des personnes et des espaces en nous concentrant sur leur dimension LGBT+. Nous savons que c'est une représentation partielle de la réalité, mais quelle représentation ne l'est pas ?

Dans cette section, nous nous intéressons à deux représentations de la ville. Tout d'abord, à la représentation que les résidents se font de la ville LGBT+, incluant ses espaces, ses attributs et ses significations. Ensuite, à partir de cette première représentation, nous explorerons la ville des touristes LGBT+, quels sont leurs lieux et leurs pratiques. Contrairement à la première, où nous nous basons uniquement sur la vision des résidents, la seconde partie sera abordée selon la vision à la fois des résidents et des touristes.

Ces deux représentations de la ville LGBT+ nous permettront de compléter la cartographie des sites commerciaux et celle des lieux personnels des résidents LGBT+ que nous venons d'explorer. Il s'agit de quatre visions d'une même réalité, ce qui nous permettra de les comparer et de saisir les différences de perceptions de ce que sont les lieux LGBT+ dans l'espace urbain LGBT+ selon l'approche adoptée.

a Aller « là où vont les gens »

Lors de l'enquête, tant dans les entretiens avec les résidents que dans le questionnaire adressé aux touristes, des mesures nécessaires ont été prises pour aborder le sujet en tant que construction de la représentation de la ville LGBT+ à plusieurs niveaux, en mettant les interlocuteurs en situation et en définissant les lignes directrices afin qu'ils comprennent ce que nous recherchons. Dans la section précédente, nous avons vu l'approche plus personnelle de la ville LGBT+ et dans celle-ci, nous nous intéressons à une approche plus sociale. Cela ne signifie pas que les représentations individuelles ne peuvent pas être considérées comme sociales, elles le sont dans la mesure où les personnes qui les expriment sont liées à leur culture et à la société dans laquelle elles vivent (Staszak, 2013b). Mais après avoir recueilli leur approche plus personnelle, nous avons demandé aux résidents quelle était, selon eux, la ville LGBT+, qui pouvait ou non correspondre à la leur.

Carte 7.4 Lieux qui constituent la ville LGBT+ selon les résidents

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

Paradoxalement, cette question s'est révélée plus facile à comprendre que l'approche des lieux personnels. En effet, cette approche de ce que sont les espaces sociaux de la ville LGBT+ partagée donne un résultat (carte 7.4) plus simplifié que les espaces exprimés comme des lieux personnels avec une composante LGBT+ (cartes 7.2 et 7.3). Par exemple, la vie de quartier disparaît presque complètement. Ici, les espaces publics et les quartiers mentionnés pivotent autour d'autres attributs tels que les établissements commerciaux, les parcs ou les plages, les équipements ou les événements qui donnent un sens à l'endroit et le rendent accueillant pour la vie LGBT+, même temporairement.

Les références dans les espaces publics sont variées et bien que certains établissements commerciaux jouent un rôle spécifique dans la scène gay, il existe d'autres éléments à partir desquels se construit cet imaginaire de ville LGBT+. À l'exception de certains lieux comme la salle Razzmatazz, qui apparaît plus isolée et dont l'environnement n'est pas mentionné, la plupart des quartiers et zones où se trouvent les établissements commerciaux cités par les résidents sont également mentionnés comme des espaces LGBT+. Bien que ceux-ci ne soient pas les seules références. Ainsi, on ne peut ignorer le poids spécifique du Centre LGBT+, centre public et associatif, dans le quartier de Sant Antoni, ou du CheckPoint, centre de dépistage du VIH, dans le Gaixample.

Il y a d'autres lieux significatifs qui ne sont pas accompagnés de la mention de leur quartier ou de l'espace public environnant, tels que le centre associatif de Can Batlló, la discothèque Safari ou le cruising de Montjuïc, tous les trois dans le district de Sants-Montjuïc. Sur la carte 7.4, ils apparaissent comme des points isolés, tandis que sur la carte 7.3, il y avait des zones et des quartiers proches de ces points marqués comme accueillants pour la population LGBT+, et pas de manière anecdotique. Dans cette division, l'idée est que bien que les trois éléments concrets soient suffisamment fréquentés pour être situés sur la carte 7.4, les quartiers ou zones dans lesquels ils se trouvent ne sont pas suffisamment grand public pour leur donner le statut de lieux LGBT+ de la ville, ils ne sont pas suffisamment reconnus comme tels. Précisément, le quartier de Sants est éloquent (Img. 7.4).

Img. 7.4 Sara (27) : Le décalage entre les lieux personnels et les lieux LGBT+ de la ville

Sara (27) situe, en bleu, Sants comme sa zone LGBT+ principale : C'est là où elle habite, où elle sort avec ses amies, et où se trouvent les associations auxquelles elle participe, comme Can Batlló, qui joue un rôle prépondérant dans ses loisirs.

Cependant, quand elle prend le stylo rouge pour indiquer les lieux LGBT+ de la ville, il ne lui vient même pas à l'esprit d'indiquer Sants, qui, selon elle, n'est pas un lieu « emblématique » pour les gens.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Sara, 27 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en janvier 2021.

À l'opposé, le quartier de Gràcia apparaît, sans presque aucune référence concrète comme lieu LGBT+, mais il y a un consensus assez généralisé sur le fait que le quartier dans son ensemble est un lieu accueillant pour la population LGBT+ en général et qu'il est largement fréquenté. Différents arguments sont avancés. Selon Sara (27), elle le mentionne car elle croit que la forte présence d'associations et de groupes féministes et LGBT+ imprègne tout le quartier de cette ambiance favorable. D'autres, comme Nico (28), caractérisent un peu plus ces groupes en indiquant qu'ils sont comme une sorte de gauche divine, avec un discours radical de gauche mais d'origine aisée, ce qui se traduirait par une atmosphère de quartier très ouverte et propice à l'épanouissement en tant que personne LGBT+, mais selon lui, un peu trop bobo.

Certaines des zones désignées correspondent à une certaine activité permanente, mais aussi à des événements éphémères qui aident à expliquer pourquoi elles apparaissent sur la carte. En effet, Plaça Universitat, Maria Cristina ou Arc de Triomf ne peuvent être compris sans les célébrations respectives de la journée de la Fierté. Il s'agit d'espaces qui n'ont rien de spécial au quotidien, mais qui se transforment complètement le jour où un événement notable y a lieu (Img. 7.3). Maria Cristina, par exemple, est l'un des principaux accès à la montagne de Montjuïc, mais reste une avenue bordée de

pavillons du parc des expositions. Lorsque les résidents la situent sur la carte comme un lieu LGBT+, ils le font parce que la Pride et son site sont devenus un moment et un lieu incontournables pour la ville. D'autant plus que cela n'a pas toujours été célébré au même endroit et que certains mentionnent également le Moll de la Fusta pour la même raison.

Img. 7.5 Appropriation de l'espace public pour la célébration d'événements LGBT+

Fête de la Pride ! Bcn 2019 sur l'avenue Maria Cristina.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra.

Img. 7.6 Lieu de mémoire LGBT+ dans le parc de la Ciutadella

Kiosque de la transsexuelle Sonia. Le panneau rappelle qu'elle a été assassinée par un groupe de néonazis en raison de son identité de genre.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra.

Globalement, les représentations des lieux fréquentés mentionnent un nombre plus important de lieux la carte qui représente, aux yeux des enquêtés, la ville LGBT+. Il y a toutefois une catégorie de lieux pour laquelle ce constat ne s'applique pas. En effet, les espaces désignés comme lieux de cruising dans la ville, au nombre de vingt, sont beaucoup plus nombreux que ceux fréquentés par les enquêtés (neuf au total). Cela s'explique par au moins deux raisons : premièrement, certains résidents se réfèrent à l'activité du cruising comme quelque chose qu'ils ont pratiqué, mais qu'ils ne pratiquent plus, de sorte qu'ils connaissent ces lieux, mais ne les identifient plus comme les leurs. La deuxième raison, qui mériterait d'être explorée davantage, est la pudeur qu'implique le fait de parler de certaines activités sexuelles pour certains résidents. En effet, si pour certains, parler de la pratique du sexe occasionnel via des applications numériques n'est pas quelque chose que l'on fait spontanément, parler du sexe fortuit dans un espace ordinaire ou furtif dans une zone de cruising l'est encore moins. Dans la plupart des cas,

les enquêtés qui se réfèrent au cruising le font avec la carte en main et surtout dans la dernière partie de l'entretien.

En définitive, de nombreux résidents expliquent leurs habitudes de loisirs en disant qu'ils vont « là où vont les gens », bien que, comme on peut s'y attendre, cette affirmation soit presque toujours accompagnée de nuances. Xevi (45), par exemple, explique qu'il le faisait à ses débuts, lorsqu'il explorait sa sexualité, ou Guido (33) lorsqu'il était nouveau dans la ville et commençait à la découvrir, ou encore Ares (30) qui allait au Gaixample parce que ses amis y allaient. Les trois, et d'autres ayant un parcours similaire, se sont éloignés de ce suivisme de la masse lorsqu'ils ont découvert qu'il y avait des endroits qu'ils préféraient davantage, même s'ils étaient moins centraux ou fréquentés, parce que d'autres personnes y allaient aussi et il s'agissait peut-être de personnes plus proches. Dans le Raval, on trouve ceux que Nico (28), qui apprécie la scène artistique underground, appelle « ses gens », et certains locaux du Gaixample sont fréquentés par ceux que Máxima (22), qui évolue dans les cercles drag, pense avoir les mêmes goûts et préférences qu'elle. Iker (34), qui a ses propres lieux de loisirs dans toute la ville, indique qu'il va au Gaixample principalement pour des rencontres car, bien qu'il drague sur Grindr, il est plus facile d'organiser un rendez-vous avec des inconnus dans un endroit connu et fiable. Pol (28), quant à lui, organise également la plupart de ses rencontres dans l'Eixample car cette zone est le principal point de référence pour ses clients.

Les femmes, en général, ont plus de difficultés à identifier où vont les gens, surtout lorsqu'elles essaient de limiter ces gens aux lesbiennes. Cristina (55), par exemple, mentionne principalement des bars qu'elle fréquentait lorsqu'elle sortait davantage, mais qui n'existent plus, ou Clara (21) admet qu'elle n'en connaît aucun et les points qu'elle indique sur la carte sont généralistes, comme le Gaixample et l'endroit où se déroule la Pride.

Cette notion de « là où vont les gens », bien que vague, est extrêmement utile pour concrétiser et offrir un résultat comme celui que montre la carte 7.4, car bien que chacun compose sa propre explication sur les lieux, les personnes et les raisons, tous partagent certains critères de ce qu'est la ville LGBT+ et qui forment la base commune sur laquelle repose cette notion.

C'est sur cette base que repose la section suivante, car les touristes LGBT+, considérés comme une pièce intégrante du tissu qui compose la communauté LGBT+, sont situés par les résidents uniquement dans une sélection d'espaces de cette ville LGBT+, que nous venons de retracer.

b Où rencontrer des touristes LGBT+

Les touristes LGBT+ restent toujours des touristes et, en tant que tels, sont souvent considérés comme faisant partie de la masse des touristes ordinaires, sans distinction entre les uns et les autres. Cela est particulièrement vrai dans les principaux points touristiques de la ville, comme le Passeig de Gràcia, La Rambla ou la Sagrada Família. En effet, 69 % des touristes interrogés déclarent que leur voyage – ou leurs voyages dans le cas de plusieurs visites – à Barcelone n'avait pas de motivation liée au monde LGBT+. Les touristes LGBT+ sont avant tout des touristes et sont vus comme tels :

> *« Pour moi, être à Barcelone signifie être entouré de touristes. Peut-être que c'est pour ça que je ne les vois pas (les touristes LGBT+), parce qu'ils sont partout. Peut-être qu'à Poblenou, je les voyais plus parce qu'il y en avait moins »* [144] (Gabriel, 41 ans)

Pour Gabriel, il est difficile de distinguer les touristes LGBT+ des touristes ordinaires lorsque le paysage autour de lui est rempli de touristes. C'est ce que María Ángeles Durán appelle *« l'effet d'effacement ou anesthésiant »* lorsque les habitants sont constamment soumis à certains stimuli (Durán, 2007). Face à la masse de touristes, Gabriel ne voit pas ou ne perçoit pas les nuances. Dans le Poblenou, un quartier qu'il fréquente souvent, la présence de touristes LGBT+ attire davantage son attention parce qu'il y a moins de touristes en général. Cependant, il ne désigne pas ce quartier comme un endroit où vont ou où l'on voit des touristes LGBT+. Lui, comme la plupart, les situe dans le Gaixample, que ce soit dans le quartier en général ou dans un établissement en particulier, parmi lesquels se distingue l'Hôtel Axel, véritable symbole du tourisme LGBT+ de la ville. Le deuxième grand lieu est sans aucun doute la plage de la Mar Bella. Dans ces endroits, les touristes LGBT+ deviennent avant tout des personnes LGBT+.

Les lieux sont ce qui permet non seulement la pratique du tourisme mais aussi tout le système d'éléments qui, en interaction, forment le système touristique. Cependant, c'est la mobilité du touriste, et donc leur présence, ainsi que la construction sociale qui créent le lieu touristique (Stock et al., 2017). Les réponses des résidents qui permettent de tracer cette cartographie des lieux touristiques correspondent à leur propre expérience, mais certains auteurs rappellent que la publicité est toujours le reflet des valeurs culturelles dominantes et qu'elle n'influence pas seulement les touristes, mais aussi la perception qu'ont les habitants de leur propre ville en tant que destination touristique (Hughes, 2002b).

La configuration de la carte 7.5 a été réalisée en demandant où vont les touristes LGBT+ lorsqu'ils sont perçus comme des personnes LGBT+. Si la question n'est pas précisée de cette manière, la réponse type est quelque chose comme *« je suppose qu'ils vont partout »*, car la plupart supposent que les touristes LGBT+ font la même chose que tous les touristes. Si la question est personnalisée et précisée avec un *« où les avez-vous vus ? »* ou *« si vous deviez les chercher, où iriez-vous ? »*, cela personnalise également le touriste, le rend reconnaissable parmi la foule et le résident le situe dans l'espace.

À un deuxième niveau, très éloigné du premier, apparaissent les quartiers du Raval et de Gràcia, que nous avons déjà vu qu'ils ont, pour les résidents, une certaine connotation de quartiers LGBT+. Mais La Barceloneta apparaît aussi, un quartier autrefois très populaire qui est devenu l'épicentre du rejet du surtourisme, ayant connu son apogée en 2014 et s'étant concrétisé par des manifestations contre les comportements inciviques des touristes et contre les logements touristiques non autorisés, qui, selon certaines estimations, représentaient 91 % d'une offre pouvant dépasser 800 appartements (Abril Sellarés et al., 2015) (Mansilla López & Hughes, 2021). Par la suite, la mairie de Barcelone a renforcé les contrôles et le Plan Spécial Urbain des Hébergements Touristiques – connu comme PEUAT selon le sigle en catalan –, adopté en 2021, a révélé qu'il y avait 615 logements touristiques dans le quartier.

À ce deuxième niveau, il convient également de mentionner l'avenue Maria Cristina, mais uniquement lors de La Pride, en indiquant que de nombreux touristes y participent, tout en précisant qu'elle reste principalement une manifestation citoyenne.

Enfin, les résidents citent d'autres lieux où la présence de touristes est plus anecdotique, mais qui révèlent au moins deux caractéristiques. La première est qu'il y a également des touristes et qu'ils sont reconnus comme tels, et la deuxième est qu'ils utilisent des espaces non commerciaux, tels que certains centres associatifs, le Checkpoint ou des lieux de drague.

Carte 7.5 La Barcelone des touristes LGBT+ selon les résidents

Source : Enquête réalisée à Barcelone (2020-2023) auprès de 49 résidents LGBT+.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Ludovic Chalonge.

Du côté des touristes LGBT+ interrogés, seulement 31 % déclarent qu'un de leurs voyages à Barcelone avait initialement une motivation principale LGBT+ : 13 % disent qu'ils voulaient connaître le Gaixample, 13 % autres que la motivation principale était des vacances à Sitges et 12 % qu'ils sont venus à Barcelone pour le Circuit ou La Pride. Il y a un autre 11 % qui exprime spontanément une longue liste de motivations de voyage, telles que visiter un membre de la famille LGBT+, participer à une croisière gay, visiter des lieux pour lesbiennes, participer à un championnat de volleyball avec son équipe gay, se rendre en ville pour participer au tournage d'un film pornographique gay, ou rechercher d'autres lieux LGBT+ au-delà de ceux déjà connus lors de précédents voyages. Cette myriade de motivations, simplement citées comme exemples, est en ligne avec la théorie de la « longue traîne » de services et produits touristiques hautement spécialisés qui peuvent avoir peu de demande en quantité mais qui peuvent éventuellement avoir une grande valeur ajoutée, surtout en tenant compte de la géographie de chaque destination touristique qui peut apporter une valeur différentielle à la visite (Lew, 2008).

Fig. 7.5 Lieux LGBT+ fréquentés par les touristes par catégories (en pourcentage)

65 % des touristes interrogés disent avoir visité un site LGBT+ à Barcelone, contre 27 % qui disent que non et 8 % qui disent ne pas le savoir.

Le graphique montre les catégories de sites visités par ceux qui ont répondu affirmativement. Sous « autre », ils se réfèrent à des maisons d'amis et à un commerce.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Fig. 7.6 Lieux LGBT+ que les touristes se souviennent avoir fréquentés

En vert, les établissements commerciaux, principalement des bars, des discothèques ou des salles de concert, et des saunas ou des clubs de sexe, ainsi que des restaurants et des commerces.

En bordeaux, les espaces publics : le Gaixample et la ville voisine de Sitges, la Mar Bella et d'autres plages des environs, des lieux de drague, un centre de dépistage et des lieux d'événements.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Auteur : © Jordi Calabuig Serra. Réalisation : Hugues Pecout.

Bien que seulement 31 % des touristes aient une motivation principale liée à l'identité LGBT+, 65 % ont visité un lieu LGBT+ dans la ville (Fig. 7.5). Cela indique qu'une fois sur place, les touristes ayant d'autres intérêts profitent pour consacrer une partie de leur temps à des activités liées au fait d'être

LGBT+. Ce comportement, comme nous l'avons vu au chapitre 5, est également courant pour la plupart des résidents interrogés lorsqu'ils voyagent dans d'autres villes.

Se souvenir de lieux spécifiques est une tout autre chose. En effet, retenir le nom de certains établissements commerciaux ou la toponymie de la destination touristique n'est pas évident, encore moins au fil du temps. Cependant, 38 % des touristes interrogés sont capables de citer certains des lieux qu'ils ont visités lors de l'un de leurs voyages à Barcelone depuis 2017 (Fig. 7.6). Bien qu'il y ait des imprécisions, en regardant les figures 7.5 et 7.6, il semble évident que les sites centraux des loisirs LGBT+ sont l'objet principal de l'attention des touristes, tant les loisirs commerciaux du Gaixample que les loisirs non commerciaux représentés par la plage de la Mar Bella, et sont en claire concordance avec la représentation faite par les résidents (carte 7.5). D'autre part, cela circonscrit à ces deux sites centraux le risque de perte de contrôle de ces endroits par les habitants et la dépossession de ces derniers face aux touristes et à la puissante industrie qui les y amène (Pritchard et al., 1998) (Hughes, 2002b).

Aucun résident ne doute que Barcelone est une destination touristique. Nous avons vu que certains soutiennent qu'il y a en effet beaucoup de touristes et que la ville serait une destination touristique majeure dans le cadre européen. Cela peut sembler une lapalissade, mais ce n'est pas le cas quand nous découvrons qu'il n'y a pas d'unanimité lorsque la question est de savoir si Barcelone est une destination pour le tourisme LGBT+. Certains disent bien sûr que c'est le cas, qu'elle est dans le top mondial ou du moins européen. D'autres, plus prudents, disent que c'est plutôt le cas, tandis que d'autres doutent ou ne comprennent pas la question.

Par ailleurs, un constat qui apporte plus de questions que de réponses concerne l'attitude des résidents interrogés envers les pratiques et les touristes LGBT+. En effet, les résidents adoptent une attitude beaucoup plus indulgente que celle qu'ils adoptent vis-à-vis du tourisme ordinaire, beaucoup plus critique. Il n'y a naturellement pas de position unanime face au tourisme ordinaire, mais il est également vrai qu'aucun des résidents ne se montre enthousiaste à son égard, pas même ceux qui ont travaillé dans le secteur, comme Marc (29) qui valorise particulièrement les relations humaines avec les clients, Nico (28) pour qui son travail dans le secteur constitue un complément de salaire, ou Aleix (39) dont une partie de ses clients sont des touristes. En effet, les trois considèrent le tourisme dans la ville comme quelque chose de positif, bien qu'ils ne cessent d'être critiques en admettant qu'il génère divers problèmes. Leurs expériences confirment une thèse largement évoquée dans les études touristiques selon laquelle ceux qui sont les plus proches du secteur sont moins critiques envers le tourisme (Krippendorf, 1987) (Sharpley, 2014), mais ils n'adhèrent pas à l'idée qu'ils seraient disposés à accepter plus de touristes, une idée souvent associée à l'acceptabilité du tourisme (Muler Gonzalez et al., 2018), car, selon eux, l'activité est saturée.

C'est différent si la question est posée en termes d'acceptabilité des projets de développement touristique futurs, puisque bien que les trois soient critiques de la situation actuelle, sans être intrinsèquement contre le tourisme, ils pourraient accueillir positivement l'idée d'un développement touristique futur, à condition que les problèmes générés par le tourisme actuel soient pris en compte et résolus. Cette précision est fondamentale car, dans la littérature, on parle souvent en termes de développement futur sans plus, ce qui pourrait laisser entendre que l'on parle de nouvelles croissances. Ainsi, séparer définitivement l'idée de développement et de croissance, semble particulièrement nécessaire à la vue du ressenti des résidents. D'autant plus que les résidents qui ont moins de contacts professionnels avec le tourisme se montrent critiques, voire hostiles.

Mais il convient de souligner que l'attitude des résidents envers le tourisme LGBT+ ou, pour être plus précis, l'attitude envers le touriste LGBT+ est beaucoup plus conciliante. En effet, la notion de touriste LGBT+ est beaucoup plus compréhensible que celle de tourisme LGBT+. Également en termes de pratiques, étant donné que les résidents ont éventuellement des relations avec les touristes LGBT+, pas avec le tourisme LGBT+. Dans ce sens, une approche en termes de communauté LGBT+ entre les locaux et les visiteurs qui partagent quelque chose en commun, apporterait des nuances permettant d'éclairer les pratiques relationnelles entre eux. Ce sujet a d'ailleurs fait l'objet de nombreuses discussions sur la manière de cerner ces points communs entre résidents et touristes (Pizam, 1996) (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016) (Monterrubio, 2021).

L'un des aspects soulignés à cet égard est l'expérience du voyage et la récurrence des voyages au même endroit. En effet, la représentation que les touristes se font de Barcelone en tant que destination touristique LGBT+ varie selon s'ils ont déjà visité la ville auparavant (Fig. 7.7). De plus, la visite effective, le fait de la vivre en direct, modifie pour beaucoup d'entre eux l'idée qu'ils s'en faisaient. En effet, plus ils ont visité la ville, plus ils l'identifient en termes LGBT+ et pour ceux qui la visitent pour la première fois (Fig. 8), il y a un avant et un après évident quant à l'identification de Barcelone comme destination touristique LGBT+.

Fig. 7.7 Identification de Barcelone comme destination LGBT+ pour ceux qui l'avaient visitée avant 2017 (en valeurs absolues)

Il a été établi comme cadre de cette étude, afin que le souvenir du voyage soit plus récent, que les touristes interrogés devaient avoir visité Barcelone à partir de 2017. Mais 65,9 % d'entre eux avaient déjà visité la ville auparavant, de sorte que les souvenirs récents peuvent peut-être se mêler aux précédents.

Parmi eux, il est constaté que plus ils connaissent la ville, plus ils l'identifient comme une destination touristique LGBT+, bien que 25 ne la considèrent pas du tout comme telle.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

En ce qui concerne les activités sur place, l'essentiel est la vie nocturne festive et la plage, deux grandes possibilités de loisirs qui le sont également pour le touriste ordinaire, puisque 43,5 % et 65,3 % des touristes qui ont visité la ville ont déclaré l'avoir fait, en plus de profiter de la gastronomie, de faire des visites culturelles et de faire du shopping, qui sont les cinq principales activités des touristes en général (Ajuntament de Barcelona. Oficina Municipal de Dades, 2024). Dans l'offre LGBT+, on trouve des éléments en matière de gastronomie et de commerce, mais très peu en ce qui concerne l'offre culturelle, qui se limite à quelques activités plutôt destinées au public local et à quelques librairies spécialisées.

Fig. 7.8 Évolution de l'identification de Barcelone comme destination LGBT+ pour ceux qui ont effectué leur première visite après 2017 (en pourcentage)

34,1 % des touristes interrogés ont effectué leur première visite après 2017, de sorte que leur premier souvenir de la ville est plutôt récent.

Parmi eux, 30,4 % ne considéraient pas, avant leur première visite, que Barcelone était une destination touristique LGBT+, pourcentage qui diminue de 17 points après la visite. En revanche, ceux qui l'identifiaient assez ou beaucoup passent de 28,2 % à 58,7 %.

Source : Enquête en ligne réalisée en 2022-2023 auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Il n'y a pas, non plus, à Barcelone de références historiques mises en valeur pour les visiteurs comme l'a fait la ville de New York avec l'établissement Stonewall Inn, ou Berlin en plaçant le monument aux homosexuels persécutés pendant le nazisme à 500 mètres de la Porte de Brandebourg, ou encore l'English Heritage qui a classé le Mur d'Hadrien comme « site historique LGBTQ+ ». Cependant, la ville a sa propre histoire et ses propres références LGBT+. Certains résidents ont situé sur les cartes 7.3 et 7.4 le kiosque dédié à « la transsexuelle Sonia » (Img. 7.4) comme un lieu personnel et de la ville, et elle a été mentionnée comme point de rencontre informelle de groupes de personnes trans et asexuelles. Cependant, bien que la plaque explicative soit en catalan, espagnol et anglais, il y a peu de références pour qu'un visiteur de la ville puisse la localiser et, en fait, aucun résident ne situe le parc où elle se trouve, bien qu'il soit largement fréquenté par les touristes, comme une référence pour le tourisme LGBT+ sur la carte 7.5.

En définitive, nous sommes face à une cartographie des touristes LGBT+ qui présente des parallèles avec la carte de l'offre commerciale dans la mesure où de nombreuses références mentionnées par les touristes sont des établissements commerciaux. Mais il existe également un parallélisme avec la représentation que les résidents se font de la ville LGBT+, dans la mesure où la ville des touristes LGBT+, tant celle évoquée par les résidents que celle évoquée par les touristes, est une simplification de la première. Il convient d'ajouter que cette carte des touristes LGBT+ fait émerger des espaces qui, a priori, n'été pas encore apparus précédemment. Cette apparition de nouveaux espaces et les raisons de leur émergence seront approfondies dans le chapitre suivant à travers les pratiques des personnes LGBT+.

Conclusions du chapitre 7

Dans ce chapitre, nous avons proposé une première approche de la représentation des territoires LGBT+ de Barcelone, ce qui nous permet d'affirmer qu'il ne s'agit pas d'un seul territoire, mais de plusieurs territoires, au pluriel, qui parfois se chevauchent, parfois se complètent et parfois partagent des fonctions spécifiques pour la communauté LGBT+, mais chacun revêt ses propres significations.

Les différentes perspectives d'analyse déployées dans ce chapitre permettent de faire émerger des dimensions symboliques des espaces sociaux qui vont bien au-delà des pratiques de consommation, principal référent dans le discours médiatisé et officiel des loisirs et du tourisme LGBT+ et, par conséquent, des relations sociales entre les personnes LGBT+. En effet, l'étude menée dans ce chapitre montre que les représentations de la ville par ses résidents et ses touristes LGBT+ révèlent au moins trois réalités.

La représentation centrée sur l'offre commerciale LGBT+ est, bien sûr, l'une de ces réalités, la plus évidente parce qu'elle est publicisée et la plus médiatique en raison du volume d'argent qu'elle génère, et qui produit une cartographie (carte 7.1) propre aux logiques territoriales hégémoniques (Nogué Font, 2007). Une réalité concentrée principalement dans la zone du Gaixample, autour de laquelle deux couronnes en progression centre-périphérie se dessinent clairement. Cette vision comporte des biais, parce qu'elle repose sur le principe unique de la consommation, mais aussi parce qu'elle véhicule une certaine image de ce qui signifie être gay principalement axé sur la fête et la vie nocturne. Par ailleurs, en utilisant des éléments symboliques comme le drapeau arc-en-ciel et un certain canon du corps masculin qui est censé représenter ce qui est gay, cette vision renforce inlassablement un même sous-segment de la communauté gay et, oublie ou exclut une grande partie qui ne se reconnait pas dans ses standards ou stéréotypes.

Une deuxième représentation de la Barcelone gay est celle dessinée par les personnes LGBT+ qui résident dans la ville et qui va bien au-delà des loisirs commerciaux qui, bien que significatifs comme référentiels dans la ville, ne sont plus majoritaires. De cette réalité, il ressort qu'il existe des territoires LGBT+ beaucoup moins concentrés et beaucoup plus dispersés. Ainsi, bien que le Gaixample reste visible sur la carte comme centralité de référence, la première couronne gagne en densité et la deuxième en densité et en extension, avec des zones LGBT+ apparaissant dans des endroits où il n'y a pas de présence d'offres commerciales (cartes 7.2 et 7.3). Le rôle joué par l'espace public est important et, conduit souvent à une identification du quartier où l'on vit à un espace LGBT+. Cette vision d'une ville LGBT+ plus diffuse est possible parce qu'elle inclut dans les représentations et les pratiques des personnes LGBT+ l'ensemble des lieux fréquentés comme les es équipements de loisirs publics ou d'accès public tels que des centres sportifs, culturels, civiques, qui deviennent des lieux référents LGBT+ en raison de l'appropriation que les personnes LGBT+ en font.

L'appropriation des espaces non LGBT+ et leur resignification par l'action des personnes LGBT+ est l'idée clé pour comprendre cette extension. Il s'agit d'un phénomène qui a été largement étudié lorsqu'il s'agit de lieux de drague. Dans cette recherche cette ville LGBT+ plus diffuse apparait également dans la cartographie des lieux personnels qui s'étend à toutes les autres catégories de lieux fréquentés comme

l'appropriation des espaces publics, des équipements, des commerces qui n'ont pas nécessairement de lien avec le fait LGBT+.

La troisième vision de la ville LGBT+ est duale dans la mesure où elle a été abordée séparément, mais en réalité, l'une fait partie de l'autre. Il s'agit de la ville LGBT+, non celle qui émane des pratiques personnelles, mais celle issue de la représentation que les personnes LGBT+ résidentes se font de ce commun (carte 7.4). Et d'elle dépend la ville des touristes (carte 7.5) qui, bien qu'ayant ses propres dynamiques et significations, fait partie de l'autre. Dans cette ville LGBT+ qui émane de l'imaginaire des résidents, la vie de quartier, si marquée dans la cartographie de la ville vécue, disparaît. Une invisibilisation qui s'explique par le sentiment que cette vision personnelle n'a pas suffisamment de visibilité à l'échelle globale pour être considéré comme un espace de la ville. Dans cette vision de ce qu'est la Barcelone touristique LGBT+, l'offre commerciale continue d'occuper une place privilégiée, surtout en ce qui concerne les établissements explicitement LGBT+, de sorte que la plupart des autres lieux non identifiés comme tels mais fréquentés par une population LGBT+ disparaissent. Mais par rapport à la carte commerciale très centré sur la Gaixample, d'autres lieux apparaissent ici, liés à certaines équipements et ressources spécifiques et aux espaces du cruising.

Dans ce cadre, la ville des touristes LGBT+ s'intègre dans cette ville LGBT+ reconnue comme telle, non seulement par les résidents, mais aussi par les touristes eux-mêmes. Toutefois, ces derniers soulignent que, bien que les touristes LGBT+ se concentrent dans le Gaixample et sur la plage de la Mar Bella, ils fréquentent également d'autres lieux de la ville où ils ne seraient pas attendus a priori. Cette imbrication, le fait que la ville des touristes ne soit pas étrangère à la ville LGBT+, conduit à penser à une Barcelone où il est effectivement pertinent de parler de communauté LGBT+ au sens large, incluant toute la diversité des personnes LGBT+ qui la composent, résidents et des touristes.

Cela pourrait être différent, parce qu'on peut imaginer des destinations touristiques où les touristes vivent dans leur propre bulle en marge de la population locale (Bocoum, 2022), de la même manière que nous pouvons imaginer des différences socio-spatiales entre les personnes vivant dans une même ville (Donnen, 2024). Dans le cas de Barcelone, les clivages, bien que présents, ne sont pas suffisamment importants pour nous empêcher de travailler sur l'idée de communauté de personnes LGBT+.

En mettant au centre de la recherche les personnes LGBT+, ce chapitre a permis de montrer des espaces beaucoup plus riches et divers que ceux fournis par la simple répartition territoriale des lieux de consommation LGBT+. Si dans ce chapitre nous avons mis l'accent sur les espaces représentés, dans le chapitre suivant, nous nous intéresserons aux pratiques qui ont lieu dans ces espaces, ce qui nous permettra de comprendre plus en profondeur les sens que leur donnent les personnes LGBT+.

8 Produire la ville LGBT+ par des pratiques récréatives

« L'avenir de l'humanité réside peut-être dans la réciprocité, pas dans des continents distincts, des peuples séparés. En tant qu'espèce, nous sommes toujours en train d'évoluer, nos différences se rejoignent »

K. Sello Duiker, *La sourde violence des rêves* (2001)
Éditions Zoé, Genève, 2023, p. 762

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à la manière dont les pratiques récréatives des personnes LGBT+ contribuent à la création de territorialités LGBT+ à Barcelone. Il s'agit d'examiner l'impact de ces dynamiques ainsi que d'autres aspects dans la fabrique de la ville LGBT+. Nous maintenons l'idée d'une communauté de personnes LGBT+, incluant à la fois les résidents et les touristes qui, par leurs pratiques récréatives, participent à la création de ces territoires, les envisageant ainsi comme des constructions sociales.

- Dans un premier temps, une catégorisation des pratiques récréatives selon leurs objectifs est proposée, accompagnée de leur dimension territoriale à Barcelone.

  On y abordera successivement les pratiques pour leurs aspects de sortie nocturne, de socialisation par affinité idéologique et engagement, de la praxis du féminisme, de la composante sexuelle de la récréation chez les gays et, enfin, on fait le constat que les motivations et les options récréatives sont nombreuses, avec une large diversité de choix minoritaires.

- Dans un second temps, nous mettrons en commun les pratiques pour constater que leur catégorisation nous aide à les comprendre et à les spatialiser, mais qu'elles se présentent souvent de manière superposée. Une même personne peut en effet s'engager dans des activités totalement différentes, parfois contradictoires, ce qui nous renvoie à la relation entre les lieux, à des territorialités réticulaires qui fonctionnent avec un certain degré d'indépendance tout en faisant partie d'un ensemble cohérent.

  Pour ce faire, deux thèmes seront abordés- Le premier élément concerne les divers rythmes qui coexistent, non sans tensions, dans un territoire fréquenté par une communauté LGBT+ qui est loin d'être homogène. Cette question, qui inclut la dichotomie entre vacances et quotidienneté, imprègne implicitement l'ensemble des réflexions développées dans les chapitres précédents et influence tant les pratiques récréatives que les processus de territorialisation.

  Le second aspect porte sur l'existence d'un quartier LGBT+ ou sur la possibilité de créer une ville et une destination pleinement inclusives. Il s'agit d'une question de fond qui, à l'instar de la précédente, découle non seulement de la catégorisation abordée dans la section antérieure, mais également de l'accumulation des réflexions développées dans les chapitres précédents.

8.1 « Les espaces LGBT+ se construisent avec les personnes »

Les informations concernant les pratiques des répondants et les lieux où celles-ci se déroulent ont été collectées par le biais d'entretiens avec des résidents, d'un questionnaire destiné aux touristes et d'observations participatives sur le terrain déjà présentés précédemment. Toutes ces données seront exploitées pour aborder cette section, mais il est important de rappeler, à ce stade, que lors des entretiens, il était demandé aux résidents de réaliser une carte mentale représentant les espaces LGBT+ de la ville, en lien avec leurs propres pratiques et celles de la communauté dans son ensemble.

Dans cette section, plusieurs de ces cartes mentales sont présentées, révélant une certaine représentation de l'espace, une relation personnelle impliquant préférences, opinions, jugements, topophilies et topophobies (Staszak, 2013a). Ces éléments nécessitent une analyse et une interprétation en parallèle des propos verbaux des répondants, permettant ainsi d'aller au-delà des visions personnelles pour identifier des visions collectives (Toureille, 2016).

Dans les points qui suivent, ces pratiques sont présentées en cinq sections qui renvoient également chacune à un lien différencié avec les espaces de la ville.

Tout d'abord, on aborde la fête, une pratique très répandue, en particulier chez certaines tranches d'âge, et qui constitue l'un des grands attraits de l'industrie du loisir et du tourisme LGBT+, bien que, comme nous le verrons, elle ne leur soit pas exclusive.

Ensuite, et pour approfondir la diversité observée autour de la fête, on souligne l'importance de l'idéologie dans les modèles de loisir, que ce soit par le biais de groupes d'affinité politique ou des associations.

Les deux sections suivantes sont consacrées à deux réalités très marquantes au sein de la communauté LGBT+ : d'une part, le féminisme qui concerne une grande partie de ses membres ; d'autre part, les différentes façons de vivre la sexualité chez une large partie des hommes.

Enfin, la dernière section traite des micro-géographies qui émergent des pratiques minoritaires. Ces pratiques, parce qu'elles sont nombreuses et revêtent une grande importance pour les personnes impliquées, méritent d'être abordées pour obtenir une vision d'ensemble des géographies LGBT+ de la ville.

Cela nous amènera à nous pencher sur des espaces imbriqués où le Gaixample, jouant un rôle central, apparaît plus hétéroclite que l'image qu'il projette ; des quartiers comme le Raval ou le Poble Sec, ou encore des parcs comme celui de la Ciutadella, qui émergent avec leurs propres rôles ; des réseaux éphémères ou itinérants, imposés par la force des choses en raison de l'absence de référents plus solides ; et, en définitive, un paysage morcelé de repères construits par les pratiques sociales.

a Les multiples territorialités de la fête

Une des principales façons de socialiser en tant que personne LGBT+ est de sortir faire la fête. Nous avons constaté que l'offre de loisir LGBT+ est très orientée vers les loisirs nocturnes dans des espaces de consommation, et s'adresse principalement à un certain profil de public gay. Cependant, faire la fête correspond à une large palette de pratiques. Alix Boirot souligne que cela s'applique même à un lieu aussi marqué par le tourisme de débauche que Lloret de Mar : elle explique que parmi les habitants, il y a certes des victimes de ce phénomène, mais également des personnes qui en tirent profit ou qui y participent, de même elle nuance les comportements irrespectueux des touristes en précisant que cela ne concerne pas tous les touristes (Boirot, 2020). Dans le cas qui nous intéresse, faire la fête et sortir dans une perspective LGBT+ est un élément central pour les personnes interrogées, qu'elles soient résidentes ou touristes, tout comme pour la promotion de Barcelone en tant que destination LGBT+.

20,4 % des résidents interrogés situent leur zone de loisir, exclusivement ou presque, dans le quartier du Gaixample (Img. 8.1). C'est le lieu où se concentre la majorité de l'offre commerciale LGBT+, et également celui où le secteur touristique encourage les touristes LGBT+ à se rendre, ce qu'ils font d'ailleurs en grand nombre. En outre, 40,8 % des résidents identifient le Gaixample comme une des zones majeures où ils sortent. Ainsi, le Gaixample constitue un repère principal pour six résidents sur dix. Cependant, tous n'interprètent pas de la même manière ce que signifie sortir au Gaixample. Par ailleurs, il ne faut pas oublier que 38,8 % des résidents sortent également, mais pas dans cette zone.

En plus, il y a peu de chances que parmi les résidents ayant mentionné le Gaixample plusieurs se retrouvent dans un même établissement. Enzo (56) fréquente avec ses « gros potes » divers lieux dédiés aux ours matures ; Cristina (55) mentionne la présence de quelques établissements pour les lesbiennes ; Marc (29) apprécie un bar *queer* spécifique ; tout comme Cecília (25), qui se réjouit de l'existence d'un lieu extrêmement inclusif proposant des spectacles de drag kings ; tandis que Sergi (53) évoque simplement le restaurant où il retrouve ses amis ; et Iker (34) indique que c'est le point de rendez-vous habituel pour rencontrer en personne les gays qu'il a contactés sur Grindr.

La diversité des raisons invoquées pour mentionner le Gaixample, ou une partie de cette zone, est grande. Cela nous renvoie à un quartier qui partage un dénominateur commun : ses établissements de loisirs et son rôle d'espace où il est facile de rencontrer d'autres personnes LGBT+. Toutefois, c'est également un lieu bien plus diversifié que l'image unifiée et stéréotypée qu'il peut parfois transmettre.

Pour la majorité des interlocuteurs qui disent sortir au Gaixample, cette réponse leur semble la plus logique et la plus spontanée, comme Salvador (38) qui affirme « évidemment » que sa zone de loisirs inclut le Gaixample, bien qu'il ait également d'autres repères dans d'autres quartiers, notamment au sein du même district de l'Eixample. Associer le Gaixample et la fête est également incontournable, comme nous l'avons constaté, pour une grande partie des touristes, mais cela reste à nuancer.

Img. 8.1 Ferran (54) : Le Gaixample en tant qu'espace de loisirs personnel et urbain

Sur la carte des lieux personnels, en bleu, Ferran n'indique que quatre établissements de loisirs situés presque tous dans le Gaixample.

Sa représentation des lieux LGBT+ de la ville, en rouge, se limite au Gaixample, largement promu dans les campagnes de promotion destinées aux touristes LGBT+.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Ferran, 54 ans lors de l'entretien qui a eu lieu en juillet 2021.

Img. 8.2 Ari (22) : Des circuits de loisirs personnels différenciés des sites de loisirs centraux de la ville

Comme de nombreuses personnes LGBT+ qui le fréquentent peu, voire pas du tout, Ari évolue hors du Gaixample et recherche des fêtes qui correspondent mieux à ses intérêts.

Ari privilégie des lieux alternatifs liés à des groupes anticapitalistes et indépendantistes, dans les quartiers de Gràcia, Raval Nord et Fort Pienc, en vert sur la carte.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Ari, 22 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en mai 2021.

Bien que l'offre de loisirs festifs au Gaixample soit vaste, certains recherchent un type de fête qu'ils ne trouvent pas dans ce quartier (Img. 8.2). Par exemple, bon nombre de personnes qui se définissent comme non-binaires évoquent des lieux plus inclusifs que ceux qu'ils peuvent trouver au Gaixample, où ils se sentent moins jugés, et situent ces espaces principalement dans les quartiers du Raval et de Poble Sec.

> *«·J'adore les loopsters, faire mon drag, arriver et voir des gens extravagants, la nuit bizarre. Je n'aime pas trop les soirées où il faut enlever son t-shirt, enfin je les apprécie, je ne dis pas le contraire, mais je suis plutôt dans le délire underground, pas le gay classique, mais genre plus marica »* [145] (Nico, 28 ans)

D'autres personnes, touristes et résidents, participent à des types de fêtes qui sont difficiles à situer en un lieu précis, certaines parce qu'elles sont itinérantes, d'autres parce qu'elles se déroulent dans différents espaces de la ville, comme le Festival Circuit. Celui-ci symbolise pour beaucoup l'apogée d'un certain modèle de loisirs, mais ni dans l'imaginaire des résidents ni dans celui des touristes, il n'est associé à un lieu spécifique. À cela s'ajoute, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, l'appropriation de lieux perçus comme LGBT+friendly, qui dispersent dans d'autres quartiers de la ville la représentation des festivités LGBT+.

Une des alternatives à la nuit classique dans les établissements commerciaux réside dans l'initiative de certains groupes qui créent des espaces LGBT+ différents basés sur les principes de l'autogestion, et donc sans but lucratif, ainsi que sur l'inclusion de tout le spectre LGBT+, en tentant de dépasser le biais gay de l'offre conventionnelle. Adrià (26) participe à l'une de ces associations qui tentent, selon lui, de « créer une communauté marika » à travers leurs activités. Ari, fréquentait régulièrement le Gaixample, mais préfère désormais ces lieux alternatifs et affirme qu'en tant que femme, elle s'y sent davantage intégrée, même lorsque le pourcentage de public gay peut être similaire, car :

> *« Je trouve ça plus varié. Quand tu vas à Arena ou dans n'importe quelle autre boîte connue, en gros, l'affiche, c'est toujours un mec gay torse nu, et 90 % des gens là-bas, c'est ça. En revanche, dans les kafetas, s'il y a plus de mecs gays que de nanas lesbiennes, c'est juste qu'il y a eu plus de gays qui sont venus, et voilà. L'ambiance est très différente »* [146] (Ari, 22 ans)

Il existe plusieurs groupes et associations qui organisent ce type d'activités, souvent appelées « kafetas queer », et qui se déroulent généralement dans des centres culturels de quartier, des maisons occupées ou même en plein air. Leur matérialisation territoriale est donc très dispersée et parfois éphémère.

Cependant, il ne faut pas perdre de vue que le schéma de toutes ces festivités reste similaire. En effet, ces fêtes, qu'elles aient lieu dans des établissements commerciaux ou associatifs, suivent un même modèle basé sur les loisirs nocturnes, avec une omniprésence de la musique, de l'alcool et, souvent, des drogues.

Trouver sa propre place dans la scène festive n'est toujours pas une tâche facile. Felipe (35) s'est toujours senti à contre-courant de l'endroit où il a vécu et explique sa recherche comme un processus long et lent qui a impliqué jusqu'à présent trois types de mobilité différents.

D'abord, l'internationale, qui l'a conduit à quitter le Mexique pour changer de vie et découvrir de nouveaux horizons. Il a choisi de déménager à Barcelone en raison de sa proximité linguistique et culturelle, ainsi que de l'image de la movida, cette scène culturelle, festive et musicale internationalisée par le cinéma almodovarien.

La deuxième lui a pris plus de temps, puisqu'une fois arrivé dans la ville, il a initialement découvert la scène LGBT+ dominante, celle concentrée dans le quartier du Gaixample, de nature purement consumériste et incarnée par un certain « homme cisgenre, blanc et gay ». Il lui a fallu du temps pour réaliser que cela ne le satisfaisait pas non plus et pour découvrir qu'il existait d'autres possibilités, qu'il a trouvées dans le quartier du Raval. Il y a trouvé un monde queer qui lui plaisait davantage, mais qui a fini par le lasser, à cause d'une scène de loisirs trop axée sur la techno et la consommation de drogues.

Grâce à certains établissements du Raval et, surtout, aux personnes qu'il y a rencontrées, les portes se sont ouvertes pour lui à d'autres espaces et d'autres formes de loisirs, moins basés sur la fête et la vie nocturne, dans lesquels il se sent désormais – aussi parce qu'il n'a plus vingt ans – plus à l'aise, non seulement parce que c'est un environnement où il se sent bien, mais aussi parce qu'il le vit comme une extension logique de la vie quotidienne et non comme un lieu et un moment hors du commun, comme une sortie pour faire la fête.

La fête et ses territorialités montrent que le Gaixample reste un lieu de référence pour les touristes et les résidents, comme l'attestent les cartes mentales de Ferran (54) et Ari (22) (images 8.1 et 8.2), qui l'identifient comme un centre de la scène LGBT+ de la ville, bien qu'ils en fassent un usage complètement différent. Les enquêtés qui le fréquentent effectivement avancent de perceptions diverses, arguant que l'offre spécifique est plus diversifiée que ce qui est communément admis ou publicisé.

Cette zone ne constitue cependant pas l'unique lieu identifié pour faire la fête. En effet, d'autres espaces alternatifs existent, comme le Raval ou le Poble Sec, des quartiers offrant un cadre et des loisirs distincts de ceux du Gaixample.

Enfin, il est aussi pertinent de mettre en avant l'idée avancée par certains enquêtés selon laquelle des circuits festifs se construisent autour de lieux éphémères (Cattan & Clerval, 2011).

Si la fête constitue un élément clé de la socialisation – étant pour la plupart des résidents la première référence lorsqu'on évoque les lieux LGBT+ et étant également l'une des principales motivations des touristes pour visiter Barcelone –, ce n'est cependant pas l'unique forme de socialisation, et ce pour deux raisons principales. La première est que la fête concerne principalement les jeunes, comme le soulignent les enquêtés les plus âgés, qui accordent moins d'importance aux sorties nocturnes. La seconde est que, même pour les jeunes, la fête n'est pas leur unique moyen de socialisation.

Les sections suivantes s'attacheront à explorer d'autres formes de socialisation et leurs dimensions territoriales dans la ville, au-delà de la fête. Toutefois, il est important de rappeler que ces différentes formes de socialisation ne sont pas incompatibles et que, en pratique, la plupart des enquêtés les combinent dans leur quotidien.

b Idéaux et politique. Pratiques de loisirs qui défient le mainstream

Derrière chacune des visions de la fête mentionnées dans la section précédente se cache non seulement un modèle de loisirs, mais aussi un modèle de communauté LGBT+ et, en fin de compte, un modèle de société. Le fait que ces différences existent peut, en apparence, s'expliquer simplement par des préférences variées, mais il serait erroné de limiter l'analyse à ce niveau. En effet, chacune de ces visions s'accompagne d'une série de revendications qui, bien souvent, s'opposent ou, à tout le moins, cherchent à trouver leur place et à se positionner dans une scène LGBT+ qui n'est ni neutre ni évidente, mais qui répond à un modèle ou à un agenda spécifique.

On considère souvent comme acquis que le modèle de loisirs dominant est le plus logique et normal, car il répond aux besoins de la demande, qu'il s'agisse de celle locale ou extérieure sous forme de tourisme (Guaracino & Salvato, 2017). Cependant, nous avons constaté que, d'une part, il existe de nombreuses formes de loisirs qui échappent aux propositions commerciales. Nous savons également que le tourisme LGBT+ le plus visible, celui qui occupe la place la plus importante dans l'imaginaire de la communauté, englobant à nouveau résidents et touristes, n'est de loin pas le seul possible.

Pour centrer le discours à Barcelone, le modèle de loisirs du Gaixample est peut-être le plus fréquenté, mais il en existe d'autres. De la même manière, le client de l'Hôtel Axel, qui pour de nombreux résidents représente le prototype du touriste LGBT+ actuel dans la ville, n'est qu'un parmi d'autres. Le Gaixample et le client de l'Axel reflètent un modèle solidement ancré dans l'imaginaire collectif, qui répond idéologiquement à certains schémas capitalistes et libéraux basés sur la consommation et l'hédonisme :

> *« Le touriste LGBT+ arrive à Barcelone avec de l'argent. Que ce soit le sien ou celui de sa carte de crédit qu'il devra rembourser en vingt-quatre mille mensualités. Il vient pour s'amuser, profiter et dépenser »* [147] (Gustavo, 42 ans)

En contrepoint, les kafetas queer et autres initiatives similaires s'inscrivent dans les paramètres anticapitalistes de la gauche radicale, bien que les approches soient variées. Les résidents qui y participent ont utilisé des épithètes tels qu'idéologie libertaire, transféminisme, socialisme, et, dans certains cas, une ou plusieurs de ces visions combinées avec le mouvement indépendantiste catalan. Ces groupes vont au-delà de l'organisation de fêtes, bien qu'ils en organisent aussi, et consacrent une partie de leur temps à des débats et à des actions de protestation. C'est pourquoi il n'est pas surprenant que, lors des entretiens, tant des personnes ayant une formation spécifique que d'autres sans formation particulière évoquent avec aisance des concepts tels que la performativité du genre (Butler, [1990] 2001), en en proposant une analyse critique adaptée au contexte culturel propre à la Catalogne et à l'Espagne (Solá Miriam, 2013). À travers ces rencontres et débats, ils construisent ce qu'ils appellent des politiques queer et viennent confirmer que le développement de certains concepts passe autant, sinon davantage, par le volontarisme associatif que par les contextes académiques (Espineira, 2017).

D'autres groupes, principalement composés d'immigrants, mettent en avant la division coloniale ou néocoloniale. C'est le cas d'Iván (42), qui ne se sent pas du tout à l'aise dans le Gaixample en raison du modèle de société qu'il représente, et qui participe principalement aux activités de collectifs queer composés de personnes migrantes et afrodescendantes. Felipe (35), qui a vécu un temps en situation irrégulière, explique comment cette expérience a marqué une fracture avec le reste des homosexuels,

ceux qui ont des papiers et qui ne sont ni migrants, ni racisés, ni indigènes, ni venus pour poursuivre des études à l'université. En effet, dans certains cas, il existe une préférence pour les relations entre eux, car le fait d'être migrant, surtout lorsqu'ils sont récemment arrivés, joue un rôle prépondérant dans leur identification en tant que résidents. Enfin, Pere (71*), polyglotte et cosmopolite, il aime s'amuser à briser cette ségrégation, passant une grande partie de ses loisirs à établir discrètement des contacts avec des personnes migrantes, surtout dans le quartier du Raval et dans des lieux de socialisation dans l'espace public.

D'après les discours des personnes impliquées dans des collectifs d'immigrés et ceux qui organisent les kafetas, on pourrait en déduire qu'ils ont de nombreux points communs, notamment parce que les uns comme les autres adoptent une vision critique à l'égard de l'industrie dominante des loisirs LGBT+ et des structures hétéronormées, tout en aspirant à constituer une alternative. Cependant, leurs trajectoires, leur enracinement dans le territoire et leurs perspectives sont différentes, ce qui se traduit par des activités et des espaces qui sont rarement partagés :

> *« On essaie d'être ouvertes à tout le monde, mais souvent, on reste toujours les mêmes. On est assez homogènes. On est divers en termes de classe et d'âge, mais on n'atteint pas les collectifs sociaux racisés et non catalanophones. Les femmes trans, noires, pauvres ne viennent pas à nos soirées, elles sont au Pride »* [148] (Adrià, 26 ans)

Le monde LGBT+ n'est, en ce sens, pas unitaire, et les luttes de pouvoir pour s'approprier certains lieux ou symboles se manifestent de manière plus ou moins visible ou plus ou moins fréquente. Pour citer un exemple volontairement ostensible et dans une perspective de genre, Mercè explique comment, après avoir subi un vol de la part d'un homme très menaçant dans une zone de la montagne de Montjuic, elle s'est organisée avec d'autres femmes, notamment lesbiennes comme elle, pour organiser des promenades autour de cette montagne, qui est principalement un parc urbain, afin de se la réapproprier :

> *« Nous voulions leur montrer qu'ils ne peuvent pas s'en sortir sans problème et que cet espace est aussi le nôtre »* [149] (Mercè, 53 ans)

Collectifs queer, associations d'immigrés, groupes de femmes : chacun cherche à créer ses propres espaces qui correspondent à sa notion de confort et de sécurité. Ceux-ci peuvent, à certains moments, s'exprimer sous la forme de festivités, mais ils s'inscrivent avant tout dans une réflexion critique sur la société dans laquelle nous vivons :

> *« Créer un espace bienveillant voudrait dire créer un contexte propice aux discussions et aux interactions sur les rapports de domination et leur intrication dans une forme d'écoute attentive, bienveillante et empathique et avec l'envie de faire comprendre aux autres les oppressions que chacun.e subit »* (Prieur, 2015), p. 391

Les choses ont beaucoup évolué, et ce rapidement, concernant des sujets tels que la visibilité publique des personnes LGBT+ et des femmes, ainsi que leurs droits, en Espagne et en Catalogne. Barcelone ne fait pas exception, bien au contraire. Les changements sont là, bien qu'ils ressemblent parfois à une marée de fond imperceptible qui fait progressivement évoluer la société vers des positions remettant en question des schémas considérés comme solidement établis. Cependant, tout le monde ne suit pas le même rythme.

Certains des enquêtés affirment que Barcelone n'est plus ce qu'elle était, comme Toño (48* Obs.), arrivé dans la ville il y a des décennies depuis la Castille, et qui envisage maintenant de la quitter, la trouvant devenue invivable. Toño est homosexuel assumé et travaille depuis des années dans un établissement gay du Gaixample. Il supporte très mal tout ce qui touche à la parité homme-femme et aux politiques LGBT+, se montrant particulièrement critique envers l'ancienne ministre de l'Égalité, Irene Montero, et la maire Ada Colau, femmes politiques issues de groupes de la gauche radicale. Il les accuse, depuis une position ouvertement machiste et réactionnaire, d'avoir dressé une partie de la population contre les personnes LGBT+ en promouvant des réformes législatives pour lesquelles la société ne serait pas prête.

L'anti-militance LGBT+ peut aussi être une conséquence d'une indifférence assumée, comme l'explique Jorge Enrique, qui déplore que les quelques gays visibles de son entourage, composé de personnes aisées issues d'écoles de commerce, ne s'impliquent absolument pas :

> *« Très rarement, j'ai rencontré des gens qui se mêlent réellement aux cercles gays, pour ainsi dire (...) Ce n'est pas qu'ils soient homophobes, c'est juste qu'ils n'y accordent aucune importance. Pour eux, la valeur réside ailleurs. Ta valeur repose sur d'autres aspects de ton être. Ils accordent de l'importance aux choses que les gens autour d'eux valorisent »* [150] (Jorge Enrique, 24 ans)

Les cercles de socialisation de Jorge Enrique sont composés d'une constellation cosmopolite d'expatriés aisés, communément appelés « expats », des résidents qui communiquent presque exclusivement en anglais. Au sein de ce groupe, une temporalité latente prévaut, rendant l'enracinement particulièrement fragile. Ce même interviewé situe les lieux fréquentés par son cercle d'amitié dans des environnements privilégiés, relativement séparés du reste de la population locale. Pourtant, ces espaces peuvent, à un moment donné, intégrer sans difficulté un touriste partageant un profil socio-économique similaire. Ce clivage socio-économique, combiné à une certaine indifférence envers l'identification collective en tant que personnes LGBT+, s'accompagne également d'un substrat idéologique (Astudillo Lizama, 2015). Toutefois, cette dynamique reste en mouvement : de la même manière que certains partiront, d'autres pourraient finir par s'enraciner davantage, à l'instar d'anciens touristes devenus résidents à Barcelone (Ceriani et al., 2005), comme l'ont vécu plusieurs des enquêtés.

La présence dans la rue, avec des manifestations de masse, ainsi qu'aux lieux de pouvoir de femmes féministes, est une nouveauté marquante, à la fois visible et médiatique. Cependant, toutes les luttes ne sont pas aussi visibles et bruyantes. L'émergence de groupes de personnes non-binaires est beaucoup plus discrète et ne se manifeste que dans certains milieux de la ville où elles ont trouvé – ou créé – leurs propres espaces de sécurité et de confort, des espaces où elles peuvent donner libre cours à leur expression de genre sans crainte d'être jugées. Toutefois, leur impact social n'est pas négligeable et s'étend au-delà de ces espaces, imprégnant progressivement la ville :

> *« Je me suis rendu compte, et ça me fait plaisir, que tout le monde ne se transforme pas, extravagant ou libre dans son expression de genre, juste pour faire la fête. Il y a aussi des gens qui se maquillent, se vernissent les ongles, s'habillent juste pour se sentir bien, pour vivre leur quotidien »* [151] (Felipe, 35 ans)

En effet, la non-binarité est présentée par certains auteurs comme une perspective disruptive dans le cadre de la pensée philosophique contemporaine, puisqu'elle réinvente l'humain et la praxis de la coexistence (Afonso, 2020). La mise en avant du fait d'être non-binaire, surtout pour certains jeunes jusqu'à la trentaine, ouvre un volet distinct de l'homosexualité cisgenre. Une différenciation qui se

traduit non seulement par des cercles d'amitié différenciés, mais aussi par la création d'espaces physiques et numériques d'échange et de socialisation qui permettent d'établir des liens avec d'autres personnes qui ont des besoins similaires en termes de construction de leur identité sexuelle et de genre, et qui ne se sentent pas trop à l'aise dans les espaces LGBT+ traditionnels, majoritairement gays, dans le sens stéréotypé, et donc trop masculins.

Tous les résidents s'identifiant comme non-binaires savent que le Gaixample existe et, dans une certaine mesure, l'ont fréquenté, mais la plupart ne s'y sont pas sentis complètement à l'aise. C'est pourquoi ils ont établi leurs lieux ailleurs. Nico est l'une de ces personnes et désigne comme zones de prédilection le Raval, Sant Antoni et Poble Sec (Img. 8.3), qui coïncident avec les lieux de Marc (29) ou d'Ares (30), bien que chacun évolue dans des circuits de vie très différents. Dans le cas de Nico, le seul point de convergence entre sa carte personnelle et la carte de la ville est la plage de la Mar Bella, mais il souligne qu'il y a deux parties : l'une qu'il associe à tout ce que représente le Gaixample, qu'il dénigre, et l'autre où il s'installe. La plage comme un lieu avec ses propres logiques territoriales et ses zones de convivialité et de rivalité (Urbain, [1994] 2016), y compris celle-ci qui attire un public déjà restreint du fait de sa réputation de plage nudiste et LGBT+.

Ce regard critique envers le Gaixample est fréquent chez de nombreuses personnes qui ne le fréquentent pas, ce qui montre qu'il ne s'agit pas simplement d'une question de goûts en matière d'offres de loisirs. En effet, cette critique a des racines plus profondes, renvoyant non seulement à ce que représente ce modèle de loisirs, mais également au type de communauté LGBT+ qui peut se construire autour de ce dernier.

Img. 8.3 Nico (28) : Ségrégation délibérée des pratiques de loisirs au regard du modèle du Gaixample

Nico sépare délibérément ses pratiques spatiales (en bleu) des lieux qu'il considère comme le terrain des « folles musclées » (en rouge), qu'il qualifie d'hostiles envers les efféminés et incapables de comprendre les personnes non-binaires.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Nico, 28 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en septembre 2021.

Img. 8.4 Joel (27) : Négocier avec le capital pour répondre aux besoins personnels

La carte personnelle de Joel, en bleu, s'articule autour de deux axes principaux : celui des mouvements queer anticapitalistes et celui de ses pratiques sexuelles. Toutefois, il fait quelques concessions avec une sélection soigneuse d'établissements commerciaux.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Joel, 27 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en décembre 2020.

Img. 8.5 Santiago (58) : Pratiquer la ville avec le souci des droits des plus vulnérables

Santiago situe la ville LGBT+ (en rouge), dans le Gaixample, le front maritime et la voisine Sitges, espaces qu'il associe également aux zones touristiques.

En vert, il marque des lieux liés à ses expériences personnelles et à son travail au sein d'associations de défense des personnes LGBT+ vulnérables.

Source : Carte mentale réalisée par Santiago, 58 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en mai 2021.

Joel, qui est également très critique à l'égard du modèle de consommation du Gaixample, reconnaît en faire usage en sélectionnant quelques lieux qui lui conviennent. Cependant, ses loisirs s'étendent également aux kafetas, à des centres autogérés comme Can Batlló et à d'autres lieux éparpillés dans la ville. À travers un processus de micro-appropriations, qui ne lui est pas exclusif, cela rend la présence de personnes LGBT+ agissant en tant que telles plus visible un peu partout. Sur sa carte (Img. 8.4), il localise, par exemple, tout comme Ferran (54) (Img. 8.1), le Turó de la Rovira, qu'il désigne comme les « bunkers », un terme couramment utilisé pour désigner les vestiges de la Guerre civile, car pour eux deux, c'est un point de rencontre régulier avec certains de leurs amis gays.

Enfin, il convient de souligner un autre type de pratique urbaine plus lié à la militance, comprise comme la lutte traditionnelle du mouvement LGBT+. En effet, les personnes ayant le plus d'expérience dans ce domaine possèdent une richesse de références sur la ville, tant qualitatives et, dans certains cas, quantitatives, que d'autres n'ont pas. Jaume (66), par exemple, trace sur sa carte les lieux emblématiques des luttes LGBT+ des dernières décennies dans la ville, y incluant les lieux de loisirs pour leur caractère transgressif à l'époque. Eulàlia (63) indique comme lieux LGBT+ plusieurs communes de la périphérie ouest, car son activisme en tant que femme trans l'a conduite à collaborer avec divers collectifs dans cette zone, en ajoutant le quartier d'Hostafrancs comme un lieu de résidence d'une grande partie de la communauté trans qui se consacre à la prostitution. Santiago (58), quant à lui, déploie une vaste connaissance de la ville en fonction des problématiques des personnes LGBT+ les plus vulnérables, notamment migrantes, combinant dans sa carte ses expériences personnelles avec celles de son activité en tant que membre actif de plusieurs associations (Img. 8.5).

La ville de Barcelone compte de nombreuses associations et groupes LGBT+ très actifs. Comme tous les mouvements de bénévolat, ils connaissent des hauts et des bas : certaines disparaissent tandis que de nouvelles voient le jour. De nombreux résidents ont orienté leur socialisation à travers ces groupes et entités. Certains sont strictement LGBT+, tandis que d'autres sont associés à des groupes et entités culturels, de quartier, féministes, politiques ou syndicaux, chaque affiliation donnant lieu à des pratiques particulières.

Dans ce cadre, le touriste LGBT+ est simplement un acteur parmi d'autres. En effet, il est logique de penser qu'une touriste qui fréquente des lieux féministes et lesbiens dans son pays d'origine fera de même – ou tentera de le faire – lorsqu'elle est en voyage, ou qu'un touriste queer cherchera les espaces de confort de la population queer locale. Bien sûr, il existe des obstacles liés à la méconnaissance du territoire, à la maîtrise de la langue ou des codes, mais dans un monde globalisé où Internet facilite l'accès à l'information, surmonter ces difficultés reste faisable.

Ari (22), par exemple, exprime sa surprise en découvrant, au comptoir d'une kafeta queer du Fort Pienc, un couple de touristes et s'interroge sur la manière dont ils ont pu trouver cet endroit. Des commentaires similaires ont été formulés par Sara (27) concernant la présence de touristes dans des fêtes alternatives du quartier de Sants, par Cecília (25), qui a rencontré des touristes lesbiennes au centre culturel de Can Batlló, dans le quartier de La Bordeta, ainsi que par Esther (39) à propos de la participation de personnes de passage à des activités du centre féministe Ca la Dona.

Les loisirs récréatifs intégrant une dimension militante illustrent la diversification des lieux LGBT+ à Barcelone, liée à l'organisation d'une grande variété d'activités et d'événements. Certaines de ces activités prennent pour référence des lieux commerciaux, notamment dans les quartiers du Raval et de

Poble Sec, tandis que d'autres espaces sont disséminés à travers la ville sous forme de centres culturels ou associatifs, tels que Can Batlló dans le quartier de La Bordeta ou le Centre LGBT+ à Sant Antoni. Cela met en évidence la production d'une ville multipolaire autour de lieux précis, certains de manière permanente, d'autres éphémères.

Jusqu'ici, nous avons constaté à quel point la question du genre est centrale. Nous avons déjà souligné comment la non-binarité émerge avec force, ébranlant des structures qui semblaient jusqu'alors immuables. Cependant, il existe un autre axe, celui du féminisme, qui, par son ampleur et son parcours, mérite une attention particulière.

c *La ville récréative d'un point de vue féminin et lesbien*

Bien que de nombreuses résidentes enquêtées ne trouvent pas facilement une épithète qui définisse leur orientation sexuelle, le fait d'être femme apparaît comme une certitude, voir une fierté. Cela peut se faire de manière explicite, avec des expressions telles que « je suis une femme lesbienne », ou de manière implicite lorsqu'elles parlent de leur travail dans des associations, par exemple, et surtout lorsqu'elles expriment des positions militantes ou politiques. Mercè (53) s'est engagée dans de nombreuses associations tout au long de sa vie, et le féminisme est le fil conducteur de tout son activisme. Et cela ne se limite pas au temps de loisir.

En effet, l'engagement féministe et LGBT+ imprègne également certains métiers, comme celui d'Olga (51) en tant que psychologue ou celui d'Esther (39) au sein d'une cellule de lutte contre les violences sexistes et sexuelles de l'organisation dans laquelle elle travaille. Pour la plupart d'entre elles, le féminisme et le mouvement LGBT+ sont indissociables :

> *« C'est un grand sujet, n'est-ce pas ? Je l'ai vraiment ressenti comme ça, surtout parce que dans le groupe de musique (dont je fais partie), il y a toujours eu cette idée de parler du féminisme, non pas comme un but, mais comme quelque chose qui nous traverse. Et, d'une certaine manière, la communauté LGBT nous touche toutes. Pour moi, ces deux choses sont très difficiles à séparer »* [152] (Sara, 27 ans)

Cette façon de vivre le fait d'être une femme et l'engagement féministe, assumé par de nombreuses enquêtées, conditionne les relations sociales et les pratiques de loisirs, ainsi que les espaces fréquentés et la manière de le faire. À Barcelone, il est difficile de trouver des référents communs parmi les femmes lesbiennes, au-delà d'un bar situé dans le Gaixample, le Carita Bonita, et de la librairie-café La Raposa à Poble Sec, qui sont les plus mentionnés par elles. À partir de là, chacune possède ses propres référents selon des activités qui, parfois, ne sont pas fixes, mais répondent à des propositions éphémères ou itinérantes, ce qui les rend difficiles à géolocaliser. Certaines font référence à des lieux comme Ca la Dona, un espace social d'action féministe, ou le Centre LGBT+, qu'elles considèrent comme leur appartenant, car elles estiment que son activité correspond à toutes les lettres du sigle.

Il y a, néanmoins, deux remarques intéressantes à souligner dans les cartes mentales dessinées par les femmes résidentes.

La première est que les personnes interrogées, à partir de la quarantaine, évoquent comme lieu LGBT+ propre et/ou de la ville une zone à cheval entre les quartiers de Sant Gervasi et Gràcia. Ce n'est pas pour ce qu'elle est aujourd'hui, mais parce qu'elle abritait toute une série de locaux destinés aux lesbiennes – comme le Daniel's, La Rosa ou le Tú sabes – qu'elles accompagnent d'adjectifs tels que « mythique », « emblématique » ou « iconique ». L'empreinte laissée par cette concentration de bars pour femmes, qui a disparu et n'a réapparu nulle part ailleurs, fait qu'elles continuent de considérer cette zone comme un référent. Mercè (53) la situe sur sa carte comme un lieu propre, mais non comme un lieu de la ville, car étant éteint, elle ne voit pas l'intérêt de le faire (Img. 8.6). D'autres, comme Cristina (55), Olga (51) et même Esther (39), qui a seulement eu le temps d'apercevoir cet environnement avant qu'il ne disparaisse, l'identifient également et en parlent avec une certaine nostalgie.

La seconde remarque est également générationnelle, mais concerne les plus jeunes. En effet, tandis que la plupart des plus âgées identifient un établissement spécifique pour les lesbiennes dans le Gaixample actuel, parmi les six femmes de moins de 30 ans, seule Cécilia (25) fait correspondre certains lieux qui lui sont propres avec des espaces de la ville. Les autres, dans leurs cartes mentales, situent leurs loisirs comme étant totalement séparés du courant dominant, comme on peut le voir dans celle de Paula (Img. 8.7).

Ce décalage entre les lieux propres et ceux de la communauté LGBT+ dans la ville s'explique, d'une part, par l'offre limitée qui leur est spécifiquement destinée, mais également par un autre facteur très répandu parmi elles : une certaine manière d'appréhender les loisirs et, surtout, les relations. Alors que les hommes – les gays – ont une attitude plus directe concernant les relations en général et la sexualité en particulier, elles mettent en avant la lenteur comme un aspect important des relations sociales. Ce n'est pas une exclusivité propre à elles, mais il est pertinent de noter que cela est largement partagé parmi elles. La lenteur entendue comme la nécessité d'entamer calmement les relations, de créer d'abord un espace de confiance, d'apprendre à se connaître, de partager des idées, etc. Une vision qui fait de la lenteur une vertu, ce qui cadre mal avec les modèles dominants de loisirs et de tourisme et qui a certainement une traduction particulière dans les pratiques spatiales.

Pour beaucoup d'entre elles, ces paramètres orientent leurs pratiques de loisirs dans la ville et également lors des voyages. En effet, lorsqu'on leur demande à propos de leurs relations avec des touristes LGBT+, la majorité se contente de mentionner l'anecdote d'une rencontre dans un lieu, certaines parlent du partage d'une conversation agréable, et très peu conservent un contact ultérieur. Les résidentes ayant établi des relations un peu plus approfondies ou durables – que ce soit avec des femmes en visite lorsqu'elles étaient elles-mêmes résidentes ou avec des femmes locales lorsqu'elles étaient touristes – l'ont fait dans le cadre d'un type de voyage qui le permettait, un type de voyage comportant des éléments accélérateurs.

Esther (39), par exemple, mentionne les colloques scientifiques – que ce soit lorsqu'ils ont eu lieu à Barcelone ou lorsqu'elle s'est déplacée – car ils représentent un cadre où socialiser et établir des contacts fait partie de l'activité. Cependant, identifier une autre participante comme lesbienne demande des indices, comme le port d'un pin ou d'un badge pour bien le montrer, pour pouvoir sauter certaines étapes. Clara (21), quant à elle, évoque d'autres espaces où il existe une forte affinité avec les autres participants, comme des salons de manga ou des concerts de certains artistes. Selon elle, ces lieux sont marqués par une certaine euphorie collective qui aide à se désinhiber, à parler avec les gens et, même, à le faire dans une perspective lesbienne.

Img. 8.6 Mercè (53) : Une ville de sites réservés aux femmes et de sites mixtes

Lorsque Mercè est invitée à dessiner ses lieux LGBT+ et ceux de la ville, elle indique les espaces réservés aux femmes (D, pour « Dona » en catalan) et les espaces mixtes (M).

Plusieurs hommes gays dessinent une ville LGBT+ limitée à des lieux pour gays, mais aucun d'entre eux ne le précise explicitement.

Note : La carte est orientée vers l'ouest pour en faciliter la lecture.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Mercè, 53 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en octobre 2021.

Img. 8.7 Paula (30) : Des espaces pour les femmes qui ne correspondent pas à la ville LGBT+

Les lieux de Paula ont peu à voir avec la ville LGBT+, à l'exception de quelques établissements situés dans le quartier du Raval.

Parmi les six femmes âgées de moins de 30 ans, une seule associe certains de ses espaces à des zones LGBT+ de la ville

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Paula, 30 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en septembre 2021.

Les touristes (femmes) ayant visité Barcelone ont été interrogées pour savoir si elles s'étaient rendues dans un lieu spécifiquement LGBT+ et également si elles avaient eu des contacts avec des résidentes. Il a été constaté qu'il n'est pas possible d'établir une corrélation stricte entre ces deux données, car une femme sur trois parmi les touristes ayant eu des contacts avec des résidentes n'a pas visité de lieu spécifiquement LGBT+. Si les établissements et événements LGBT+ restent les plus mentionnés (37,5 % d'entre elles), ils sont suivis par les établissements non LGBT+ (25 %). Les comportements des femmes touristes diffèrent grandement de ceux des hommes touristes : les lieux spécifiquement LGBT+ sont moins fréquentés par elles (47,1 %) que par eux (69,0 %) et elles utilisent beaucoup moins les réseaux sociaux pour entrer en contact avec les résidents, 12,5 % contre 47,7 %.

Une situation particulière est celle des voyages d'études, type Erasmus, de manière bidirectionnelle, que ce soit lorsque les femmes étaient elles-mêmes étudiantes ou lorsqu'elles rencontraient une étudiante à Barcelone. Lors des séjours d'études, qui permettent de disposer de plus de temps, l'élément de lenteur joue à nouveau un rôle.

La lenteur, en tant qu'élément nécessaire pour tisser des relations ou profiter davantage du voyage, est évoquée, comme je l'ai mentionné précédemment, par toutes les femmes interrogées et également par certains hommes. La plupart des femmes l'expriment en termes de condition nécessaire, tandis que les hommes la décrivent davantage comme un désir, voire une utopie. Le tourisme lent ou la lenteur dans les voyages est un sujet abordé dans la littérature des études touristiques et constitue une tendance que certains auteurs prévoient de voir croître dans le futur, non seulement en réponse aux besoins imposés par la crise climatique et des ressources (Fletcher et al., 2019), mais aussi parce qu'il commence à devenir une tendance favorisant une meilleure qualité des voyages (Heitmann et al., 2011) (Di Clemente et al., 2011).

Une qualité qui s'étend au-delà de la satisfaction générale pour inclure des aspects tels que l'expérience relationnelle que cette lenteur rend possible, et qui est en lien avec les principes académiques de la durabilité sociale du tourisme.

La ville évoquée par les résidentes LGBT+ renvoie à une représentation d'une Barcelone révolue, emblématique, qui continue de les marquer. Une ville qui perdure à travers des lieux ancrés dans la mémoire et qui, bien que nous ne puissions pas le confirmer, ont peut-être également marqué l'esprit de quelques touristes de l'époque.

Aujourd'hui, les lieux comptent peut-être moins que les activités qui s'y déroulent – fêtes, colloques, concerts, ateliers, etc. – et qui deviennent des espaces de rencontres et de reconnaissance entre semblables. Enfin, il convient de souligner que le temps et les rythmes jouent un rôle majeur dans la structuration de leurs espaces de sociabilité et de loisirs.

d Le sexe, moteur de la diversité des lieux de loisirs gays dans la ville

Le marché des loisirs et du tourisme LGBT+ s'adresse majoritairement à un segment d'hommes gays pour qui l'homosexualité constitue l'élément principal définissant leur identité. Certains auteurs alertent sur le fait qu'il s'agit d'une stratégie très biaisée qui exclut d'autres segments, y compris les gays qui ne s'identifient pas à elle, et dans laquelle le sexe est surévalué (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016). Cependant, il est certain que pour une grande partie des hommes interrogés, qu'ils soient résidents ou touristes, leur sexualité influence fortement leur vie, et le sexe joue un rôle important dans leurs loisirs et leurs voyages (Clift & Forrest, 1999). Cela entraîne une utilisation des espaces dans une perspective spécifiquement sexuelle. Le poids du sexe dans les loisirs est très variable, mais il est indéniable qu'il conduit à des pratiques spécifiques dans des espaces déterminés.

En ce qui concerne les pratiques, les hommes enquêtés ont mentionné des relations sexuelles à deux ou en groupe, pratiquées dans l'intimité ou en société, avec des connaissances ou des inconnus, avec ou sans drogues, et en payant ou non. La variété est donc large et, bien que chacune des options – et leurs combinaisons – puisse conduire les intéressés à rechercher des lieux spécifiques, toutes peuvent les mener vers des établissements commerciaux spécialement aménagés pour avoir des relations sexuelles, des espaces dits de cruising, ainsi que des domiciles privés (tableau 8.1).

Au vu de ces éléments, on pourrait penser qu'il y a des sites à caractère sexuel partout. Nous avons déjà vu que les établissements de loisirs sont très concentrés dans ou autour du Gaixample. Quant aux domiciles privés, ils sont une ressource commune, d'autant plus que l'homosexualité est plus acceptée et que l'utilisation d'applications de contact de type Grindr s'est généralisée (Nicolle, 2024a). Mais si nous nous en tenons aux espaces sociaux, les maisons privées jouent également un rôle dans la mesure où elles deviennent des espaces de socialisation et de pratique sexuelle en groupe, un exercice presque toujours évoqué en conjonction avec l'utilisation de drogues spécifiques et la pratique du chemsex.

En ce qui concerne les lieux de cruising, la montagne de Montjuïc occupe une place centrale, mais la carte 7.4 recense jusqu'à vingt points dispersés dans une grande partie de la ville, sans compter, comme l'affirme Miquel (53), que les plus expérimentés peuvent pratiquer cela à tout moment et en tout lieu (Img. 8.8). La clé réside dans la connaissance des codes :

> *« Dans les années 70, quand j'ai commencé, le langage des regards, c'était très clair. Avec le temps, tu affines ça et... enfin, tu fixes un gars un moment et tu sais tout de suite s'il est du milieu ou pas (...) Je pense que ça reste encore assez comme ça »* [153] (Jaume, 66 ans)

Cette réflexion nous ramène à la discrétion, étant donné que de nombreux lieux où cela se pratique sont empreints d'un certain secret et régis par des codes spécifiques (Langarita Adiego, 2013) qu'il convient de respecter, tant envers les autres usagers qu'envers la société en général, dans la mesure où ces pratiques sont tolérés tant qu'ils n'entravent pas les autres usages que la société leur attribue :

> *« Des paysages invisibles qui sont sans aucun doute le fruit d'une construction sociale et qui, pour cette raison, sont visibles pour certains, car il ne faut pas oublier que l'invisibilité n'est pas indépendante du regard »* (Nogué Font, 2007) p. 13 (T.A.)

Tableau 8.1 Lieux utilisés par les répondants en fonction de leurs pratiques sexuelles

Pratiques	Établissements commerciaux	Lieux de drague / de cruising	Domiciles privés
Sexe à deux	✓ Ressource mentionnée par des hommes jeunes ou mariés qui ne peuvent pas disposer de chez eux	✓ Commun en intérieur. À l'extérieur, il faut souvent gérer avec des tiers pour maintenir la limitation à deux	✓ En couple, avec des habitués ou pour des réunions occasionnelles
Sexe en groupe	✓ Dans les saunas, les clubs de sexe et les backrooms, des espaces sont prévus à cet effet	✓ Commun dans les espaces extérieurs, moins faisable en intérieurs	✓ Proposer sa maison ou aller chez quelqu'un
Dans l'intimité	✓ Les saunas et certains sex-shops disposent de cabines privées. Hôtels et similaires sont aussi une ressource	✓ Á l'intérieur, fermés dans les toilettes. À l'extérieur, un peu plus loin, en dehors des zones les plus fréquentées	✓ La maison de l'un ou l'autre est souvent utilisée. Les hébergements touristiques servent d'adresses temporaires
En société	✓ Dans les saunas, les clubs de sexe et les arrière-salles des bars et des boîtes de nuit, le sexe peut être pratiqué avec ou en vue d'autres personnes	✓ À la fois à l'intérieur et à l'extérieur, il peut s'agir d'une pratique collective ou avec des observateurs	✓ Lorsque la réunion est de groupe et que le sexe est pratiqué avec ou devant les autres
Avec des connaissances	✓ Ressource mentionnée par des hommes jeunes ou mariés qui ne peuvent pas disposer de chez eux	✓ Il y a des gens qui visitent régulièrement les mêmes endroits et finissent par établir des relations régulières	✓ Sa propre maison ou celle de l'autre est la ressource la plus citée lorsque la réunion est avec des connaissances
Avec des inconnus	✓ Les saunas, les clubs de sexe et les bars avec backroom sont spécialement conçus pour cela. Les hôtels ou similaires sont également mentionnés	✓ L'anonymat et la qualité de fortuit sont essentiels pour de nombreux participants et, d'une certaine manière, ce qui donne un sens à l'expérience	✓ Ressource à usage limité pour la prévention, souvent utilisé seulement après un rendez-vous dans un espace public
Avec des drogues	✓ Utilisés individuellement dans les saunas et les clubs de sexe. Aussi en sessions de chemsex dans des meublés touristiques	✓ Utilisé individuellement, particulièrement fréquents en extérieur la nuit	✓ Site principal pour pratiquer des sessions de chemsex
Prostitution	✓ Pratiquée de manière informelle dans certains saunas de la ville	✓ Résiduelle mais signalée aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur	✓ Pratiquée à la fois au domicile du prostitué et au domicile ou logement touristique du client

Source : Enquête réalisée à Barcelone à partir de vingt observations participantes (2020-2023), auprès de 49 résidents LGBT+ (2020-2021) et en ligne auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone (2022-2023).

Les loisirs liés au sexe cités par les enquêtés sont diversifiés à la fois en termes de pratiques, de lieux et de profils de personnes concernées. La typologie et la localisation de ces lieux ne sont pas anodines dans la mesure où ils constituent une cartographie particulière d'une ville, Barcelone, reconnue pour avoir la diversité comme valeur, où la liberté sexuelle est respectée et qui a une offre spécifique pour le tourisme gay, y compris sa facette sexuelle (Lins França, 2015). Nous parlons d'une ville qui nous permet de canaliser la diversité des désirs à bien des égards.

Le tableau 8.1 résume les possibilités d'activité sexuelle énumérées par les enquêtés en fonction des lieux où elles se déroulent et des personnes concernées. La colonne des établissements commerciaux permet de confirmer que, en effet, la ville dispose d'une offre commerciale dans laquelle la pratique du sexe est bien présente. La colonne du cruising reflète une hétérogénéité des cas qui va au-delà des zones de rencontres. De même pour la colonne des domiciles privés qui prend une pertinence déjà intuitive dans les cartes personnelles (cartes 7.2 et 7.3) et celle de représentation de la ville LGBT+ (carte 7.4), et qui prend une dimension remarquable en termes de pratique sexuelle sociale, soit avec des connaissances, soit avec des inconnus, y compris des touristes.

D'emblée, il convient de noter que les pratiques ne sont pas figées, qu'une même personne peut pratiquer plusieurs activités décrites dans le tableau 8.1, et que les pratiques sexuelles relèvent d'une exploration individuelle et relationnelle et, par conséquent, également spatiale. En fait, il y a des gens, comme Gabriel (41) qui a exploré plusieurs établissements commerciaux où les rapports sexuels sont possibles mais, d'un autre côté, il n'a pas le courage de se rendre dans un sauna même s'il ressent une certaine attraction. Un cas différent est celui de Jorge Enrique (24), qui estime que ce qui le retient n'est pas les pratiques sexuelles elles-mêmes, mais le sentiment qu'il a que l'ensemble de l'offre LGBT+ dans la ville a des normes de qualité très faibles, qu'il attribue, en partie, à la promotion excessive qui a été faite de la ville en tant que destination touristique à bas coût, ce qui se traduit par des espaces non sélects et plutôt miteux.

En ce qui concerne le cruising, compris comme une pratique sans transactions financières d'aucune sorte, il existe fondamentalement deux types de lieux. D'une part, les espaces extérieurs, en particulier dans la montagne de Montjuic, bien qu'il y ait aussi des plages, des jardins, des parcs et des friches aux limites de la ville qui ont été mentionnées. D'autre part, les toilettes des centres commerciaux et des gares, situées à la fois dans les espaces privés à usage public et dans les bâtiments publics de libre concurrence.

Dans tous les cas, il s'agit d'espaces conçus pour d'autres usages et partagés avec d'autres personnes qui n'ont rien à voir avec cette pratique. Tout comme l'atmosphère dans les salles de bain des centres commerciaux est toujours la même tout au long de la journée, des espaces tels que la zone de drague de Montjuic sont complètement transformés pendant la nuit lorsqu'ils deviennent des espaces monofonctionnels. Lors d'une des observations, pendant l'une des nuits des fêtes patronales de la ville, un groupe de dizaines d'adolescents s'est soudainement installé avec leurs haut-parleurs et leurs boissons dans les mêmes jardins où se pratique la drague. Les pratiquants du cruising se sont déplacés discrètement vers les zones voisines. Quelques instants plus tard, la police est arrivée et a fait couper la musique, alors tout le groupe est parti et les utilisateurs du cruising ont repris l'espace. Ce ne sont pas des activités compatibles, mais elles se déroulent l'une à côté de l'autre. Les uns, on les voit et on les entend, tandis que les autres, il faut savoir où regarder pour les identifier. La police n'a expulsé que ceux qui faisaient du bruit.

Img. 8.8 Miquel (53) : Une cartographie d'elle-même et de la ville qui pivote autour du sexe gay

Miquel élabore tout son discours en tant que personne LGBT+ autour du sexe gay. Sur la carte, en bleu, il y a des relations de couple, des activités sociales, cruising et où Grindr est plus effectif. Cela inclut également d'autres facettes de sa vie, son travail ou ses activités culturelles, lorsqu'elles ont eu un lien pertinent avec le sexe.

Source : Carte mentale réalisée par Miquel, 53 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en octobre 2021.

Img. 8.9 Pol (28) : Une cartographie influencée par la perspective professionnelle du sexe

Pol marque un grand espace personnel, en bleu, où se trouvent ses origines, ses espaces de loisirs, son centre de santé sexuelle, les maisons de certains amis et, récemment, les quartiers où il trouve ses clients en tant que travailleur du sexe.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Pol, 28 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en janvier 2021.

Le sexe est le dénominateur commun, mais les pratiques sont très diverses. Des études ont été menées qui identifient les utilisateurs de Montjuic comme des personnes de niveau socio-économique moyen-faible et leur activité comme hautement anonyme et furtive (Langarita Adiego, 2013). Mais les utilisateurs ne répondent pas au même profil et le sens qu'ils donnent au site est également variable. Guangwei (36* Obs.), par exemple, un résident chinois de Barcelone, explique qu'il s'y rend parce qu'il a du mal à trouver des gens pour faire ce qu'il aime et que là, il a parfois de la chance. Un cas complètement différent est celui d'un travesti qui se promenait furtivement – j'utilise le terme « furtif » parce qu'il se cachait dès qu'il percevait une présence anormale – et qui a donné cette réponse lorsque je lui ai posé la question de savoir s'il cherchait à rencontrer quelqu'un :

> *« Mais non, je suis comme (Miguel) Bosé (dans Talons aiguilles), mais sans être un artiste ! Ni un juge ! (il rit) »* [154] (Letal, 62* ans Obs.)

Adrià (26), pour sa part, voit le cruising comme un acte révolutionnaire contre le capital et la société de consommation. Miquel (53), qui l'a pratiqué dans de multiples facettes et lieux, est en ligne avec la pensée d'Adrià, tout en admettant qu'il n'y avait jamais pensé dans ce sens. Sa réflexion porte sur les praticiens en affirmant qu'il va maintenant moins à Montjuic parce qu'il est plus difficile d'engager la conversation avec des gens, qui à son avis vont plus à l'idée, et il, d'autre part, conçoit le sexe comme une partie d'une relation plus large. En fait, il explique qu'il a fait de bonnes connaissances à Montjuic, et que certaines d'entre elles ont même conduit à des amitiés, également avec des touristes, et que cela l'a amené à se rendre au Royaume-Uni et aux Pays-Bas pour les rencontrer à nouveau.

Sur la base des témoignages recueillis, le clivage actuel entre les usagers du cruising de Montjuic ne serait pas tant la situation socio-économique dont parle José Antonio Langarita dans sa comparaison avec le cruising à Sitges (Langarita Adiego, 2014) que celle entre ceux qui consomment des drogues pour avoir des rapports sexuels et ceux qui n'en consomment pas. Pour ceux qui n'en consomment pas, le problème réside dans la difficulté à maintenir des relations avec des personnes qui ne sont pas dans le même état qu'eux, parce qu'ils sont trop soucieux de leur consommation ou parce qu'elles font durer l'acte sexuel trop longtemps. Outre le fait que certains ont une vision critique de la consommation :

> *« C'est ahurissant de voir le niveau de phobie intériorisée qui existe envers les drogues. De même qu'il y a l'homophobie, il y a maintenant la drogophobie »* [155] (Joel, 27 ans)

Dans la pratique, il existe une certaine ségrégation entre ceux qui la prennent et ceux qui ne la prennent pas. Alexander (30* Obs.), par exemple, un touriste australien rencontré à Montjuic, ne cherchait à avoir des relations sexuelles qu'avec ceux qui pouvaient lui fournir du poppers.

Cependant, ce n'est pas dans les lieux de drague où l'usage de drogues pour la pratique sexuelle est le plus référencé par les enquêtés, mais dans les sessions de chemsex qui sont organisées dans des maisons privées ou dans des appartements touristiques loués expressément à cet effet. Théo (22) les décrit comme des réunions organisées de manière amateur, parfois en dînant ensemble et parfois même avec des DJ.

Certes, comme il s'agit d'une pratique qui comporte certains risques pour la santé, il y a certains codes à respecter et certains des interviewés disent qu'ils ont tendance à privilégier certaines consignes de sécurité supplémentaires comme le fait de connaître l'hôte de la séance ou d'être l'hôte, ou au moins de connaître l'un des autres participants. Comme arguments favorables, il y a, par exemple, ceux exprimés à partir d'une attitude consciente, comme Joel (27), qui reconnaît le plaisir qu'il éprouve à y participer,

ou, en revanche, des personnes comme Théo, qui le font sur la base de l'insécurité parce que l'usage de drogues désinhibe et permet de faire des choses qu'il ne ferait pas autrement :

> *« Pour moi, il y a toujours un lien entre le sexe et la consommation. J'ai tendance à me sentir plus à l'aise avec les gens qui sont défoncés (...) La personne est désinhibée et son jugement à mon égard ne sera pas aussi fort, tu vois ? Donc, les gens qui ne prennent rien me rendent plus anxieux parce que je me dis... ce mec est éveillé, il me regarde ! Merde, alors ! Tu vois ? »* [156] (Théo, 22 ans)

La réflexion de Théo s'inscrit dans l'idée que les hommes trans continuent à ressentir des craintes face aux violences masculines potentielles, même longtemps après avoir achevé leur transition et, par conséquent, avoir laissé derrière eux leur vécu en tant que femme (Bonté, 2022).

Comme beaucoup d'autres pratiques sexuelles, celle-ci dispose également d'applications mobiles spécifiques, telles que ChillApp, qui permet organiser des sessions ou de les rejoindre, ainsi que de pouvoir explorer ce qui se passe dans d'autres villes et de s'organiser pour les vacances. Joel (27 ans) l'a fait lors de son voyage, tout comme 11 % des touristes qui ont répondu au questionnaire et ont affirmé avoir participé à une session de chemsex lors d'un de leurs voyages à Barcelone.

En ce qui concerne les rencontres dans les toilettes, deux éléments principaux sont à souligner. D'une part, les restrictions d'accès aux équipements publics, comme les gares, font que l'activité se concentre dans les centres commerciaux, qui restent gratuits et accessibles à tous. D'autre part, les publics qui les fréquentent ne sont pas nécessairement les mêmes que ceux qui se rendent dans d'autres espaces où il est possible de pratiquer le sexe. En effet, plusieurs témoignages révèlent que ces lieux sont les seuls qu'ils fréquentent pour leurs pratiques sexuelles récréatives. Par exemple, Jonathan (18* Obs.) qui n'ose pas aller ailleurs, Flavio (22* Obs.) qui perçoit les centres commerciaux comme des espaces de loisirs ordinaires, où passer par les toilettes est une activité parmi d'autres, comme aller au cinéma ou prendre un verre au bar, ou encore Paco (58* Obs.) pour qui ces lieux lui semblent plus discrets, dans la mesure où il peut justifier sa présence.

On pourrait penser que, pour quelqu'un qui ne connaît pas la ville, il est plus facile de trouver un sauna qu'un lieu de cruising, et d'aller dans un club de sexe que de participer à un *chill* chez quelqu'un. Mais l'enjeu n'est pas tant la connaissance de la ville, qui a aussi son importance, que la maîtrise des codes de chaque activité. En fait, le fait que des touristes ayant visité Barcelone affirment avoir participé à des sessions de chemsex dans des domiciles privés et qu'ils aient pratiqué le cruising sur des plages isolées, comme celles de Tchernobyl ou des Philippines, indique une bonne maîtrise des codes permettant de trouver les endroits où ces activités se déroulent.

Néanmoins, la présence de touristes est plus évidente dans les lieux centraux, comme dans un sex club du Gaixample ou dans les toilettes de la plage de la Mar Bella, où le jeu des insinuations corporelles est complété par des commentaires souvent en anglais. Bien que Sandro (45) explique qu'il n'est même pas nécessaire d'aller dans des endroits sordides et que sur la plage elle-même, il a rencontré des touristes « avec qui des choses se sont passées ».

Chaque pratique fait l'objet d'une pluralité de regards, de même que les connotations que chacun attribue aux lieux. Yukio (52 Q) est un Japonais qui a visité Barcelone et d'autres villes européennes à plusieurs reprises et a, dans chacune d'elles, son sauna gay préféré. Pour lui et des résidents comme Jaume (66), ce sont des lieux plus sûrs et plus confortables que des lieux de rencontre.

Miquel (53), quant à lui, il pense qu'aller dans un sauna peut être amusant mais il trouve l'atmosphère plutôt sordide et préfère le cruising en plein air, où il dit se sentir beaucoup plus à l'aise. Jaume ajoute que l'essentiel est de faire ce que l'on veut, mais parce qu'on le veut, et non pas parce qu'on n'a pas d'autre option pour s'épanouir. Il fait référence aux personnes qui vivent dans des environnements hostiles, soit sous des régimes politiques et juridiques répressifs, soit dans des contextes sociaux oppressifs. Narwan (52* Obs.), résidant à Barcelone, pourrait répondre, selon ses propres propos, à ce type de personnes auquel se réfère Jaume, mais il le vit de manière très satisfaisante et, en fait, il consacre une bonne partie de son temps libre au cruising, mais il le fait dans l'anonymat total, en le cachant à sa famille et à son environnement social. Bayaní (40* Obs.), un Philippin vivant à Barcelone et sorti du placard, préfère les bars avec backroom – arrière-salle pour les rencontres sexuelles – du Gaixample car il est plus facile de socialiser car il y a la masse critique et l'infrastructure qui le facilite, que ce soit pour le sexe ou simplement pour discuter.

Enfin, en ce qui concerne la prostitution, les entretiens évoquent trois niveaux. La plus précaire est celle des femmes trans qui, selon Eulàlia (63), fréquentent les alentours du stade du Barça et travaillent à l'extérieur ou dans des véhicules. Théo (22) le pratique de manière sporadique et se rend généralement au domicile du client ou à l'hôtel, s'il s'agit d'un touriste. Pol fait 40 % de ses services à domicile, tandis qu'ailleurs, son principal domaine d'action est le quartier de l'Eixample, à la fois dans le Gaixample et au-delà (Img. 8.9), bien qu'il ait également été appelé de l'extérieur de la ville. Parmi les touristes déclarant avoir fréquenté des lieux LGBT+, 3 % affirment que c'était pour bénéficier de services de prostitution.

Au-delà du dénominateur commun du sexe, dans cette section, nous avons constaté que les pratiques sont très hétérogènes, tout comme les lieux et le sens que les utilisateurs – et ceux qui ne les fréquentent pas – leur donnent. Chaque pratique et chaque lieu est fréquenté par des personnes qui ne répondent pas forcément à un profil unique qui évolue également et varie en fonction du moment. Au moment de l'enquête, avec les limitations de mobilité dues à la pandémie de Covid-19, les répondants ont signalé une plus grande fréquence d'espaces de réunion extérieurs et également de réunions de groupe dans des domiciles privés pendant les heures de couvre-feu.

Mais nous aurions tort d'attribuer cette participation accrue aux séances de groupe uniquement aux conditions particulières de la pandémie. En effet, le phénomène est plus complexe et devra être abordé à l'avenir. Les mêmes répondants ont donné des indices intéressants sur les changements de pratiques, comme Aleix (39) qui alerte de la location d'appartements touristiques expressément pour la pratique de réunions chemsex, ou Guido (33) qui déclare que son comportement sexuel a complètement changé depuis qu'il prend la PrEP. C'est la combinaison de ces facteurs et d'autres décrits ci-dessus qui a bouleversé le panorama des sites de sexe dans la ville, dont les zones de cruising de Montjuic sont un exemple éminent en raison de l'afflux de nouveaux profils d'utilisateurs et de leur re-signification.

Le fait de détourner des lieux publics et privés, comme les toilettes, a été bien étudié dans la littérature (Bell, 1995) (Aldrich, 2004) (Bhairannavar, 2021). Dans cette section, nous avons montré comment ces pratiques perdurent, mais avec des usagers segmentés et des espaces aux fonctions et significations diverses.

Ainsi, dans le panorama des lieux de sexe fréquentés par les gays à Barcelone, le cruising dans la montagne de Montjuïc, en extérieur mais jouant sur l'invisibilité, apparaît toujours comme un lieu

central, même si les motivations pour s'y rendre, les codes en usage et les pratiques évoluent. Concernant les toilettes, l'attention se porte sur les centres commerciaux, reconvertis en espaces de loisirs ordinaires, également en raison des obstacles croissants à l'accès aux toilettes publiques, dont l'utilisation est plus contrôlée ou payante.

Enfin, on remarque la bonne santé des lieux commerciaux fréquentés par des hommes de tous âges et l'importance croissante des domiciles privés, renforcée par l'hébergement de touristes chez l'habitant et l'usage du numérique, même en amont, lors de la phase de préparation du voyage.

e La « longue traîne » des motivations personnelles pour identifier des lieux LGBT+ au-delà des seuls loisirs

De la même manière que les touristes ordinaires visitant Barcelone ont des références de la ville qui apparaissent comme des lieux incontournables à visiter, ils en ont également d'autres qui, bien que plus de niche, peuvent passer inaperçus. Cependant, ces derniers sont pertinents pour la segmentation des marchés, tant du point de vue des prestataires de services que des utilisateurs eux-mêmes (Galí & Donaire, 2015). Ces auteurs constatent, dans leur analyse de plus de trois mille photographies de Barcelone publiées par les touristes, que 31 % se concentrent sur quatre éléments d'Antoni Gaudí et que les dix éléments les plus photographiés représentent 48,1 % des images. C'est ce qu'ils appellent la « tête », les principales attractions, dans la théorie de la longue traîne (Lew, 2008), selon la loi statistique qui situe les quelques lieux les plus fréquentés comme représentant un poids prépondérant dans l'ensemble des ressources de la destination.

Aucune des dix attractions en « tête » n'a de signification LGBT+. Cependant, toujours dans l'étude de Núria Galí et José Antonio Donaire, derrière ces dix éléments, il y en a 187 autres qui constituent la « queue », une large myriade de ressources et d'attractions touristiques moins fréquentées, qui peuvent être interprétées comme complémentaires, mais aussi comme principales pour des publics de niche, à l'instar du touriste LGBT+

La tête de la longue traîne des loisirs et du tourisme LGBT+ se trouve, sans nul doute, dans le Gaixample et dans l'offre commerciale. Nous avons également constaté que la plage et tout ce qui est lié à la sexualité occupent une place importante. De plus, nous avons observé que les femmes lesbiennes, les personnes non binaires ou celles qui souhaitent éviter ce qu'elles appellent le capitalisme rose disposent de leurs propres espaces, peut-être moins visibles, moins fréquentés, moins promus, et qui ne figurent parfois pas dans les brochures généralistes du tourisme LGBT+, mais qui, pour elles, sont essentiels.

Dans le cadre strictement LGBT+, les personnes enquêtées ont exprimé de nombreuses pratiques de loisirs et motivations de voyage qui s'inscrivent dans la longue traîne. Parfois en combinaison avec des éléments plus mainstream, car chacun est libre d'avoir plusieurs préférences en matière de modèles de loisirs, mais pour beaucoup d'entre eux, ces goûts minoritaires sont leurs centres d'intérêt principaux. C'est ainsi que l'on peut observer des touristes dans des lieux qui pourraient sembler sans intérêt (Condevaux et al., 2019), parfois avec des pratiques qui pourraient paraître invraisemblables pour

certaines populations locales et pour d'autres touristes (Le Gallou, 2022). Encore une fois, ce qu'aperçoit celui qui est intéressé est parfois totalement différent de ce qu'observe celui qui regarde avec indifférence :

> *« Bien que nous ne les voyions ni ne les regardions, il est certain que nous nous déplaçons quotidiennement parmi des paysages inconnus et des territoires cachés, entre des géographies invisibles seulement en apparence »* (Nogué Font, 2005), p. 2 (T.A.)

Se concentrer sur ces éléments minoritaires peut faire perdre de vue l'ensemble, mais nous pensons que cela est important pour au moins deux raisons. Premièrement, parce que nous ne pouvons pas ignorer la diversité et la dispersion des points que montre la carte 7.2 et, pour l'interpréter correctement, il est nécessaire de prêter attention au-delà des préférences majoritaires. Deuxièmement, parce que nous avons déjà constaté le biais de l'offre de loisirs mise en avant par la publicité, qui privilégie l'aspect commercial et gay. Ignorer le reste reviendrait à tomber à nouveau dans le piège de croire que ce qui est actuellement le plus rentable économiquement correspond aux besoins et aux pratiques de l'ensemble de la communauté LGBT+.

C'est pourquoi cette section vise à souligner l'importance de ce qui peut sembler minoritaire, en mettant en lumière certains éléments de la longue traîne, qui ne relèvent pas strictement des loisirs et vont au-delà de ce qui a été analysé dans les sections précédentes. Naturellement, nous ne pouvons pas les examiner tous, mais il convient de mentionner trois domaines qui en regroupent une grande partie : le travail et les relations familiales et amicales, et la culture.

Tout au long de ce travail, il a été mentionné que certains des enquêtés occupent des emplois liés au monde LGBT+, et que certains d'entre eux travaillent spécifiquement dans le secteur du tourisme LGBT+. Cependant, il s'agit ici de souligner comment un emploi ordinaire peut également constituer un espace connoté comme LGBT+. Que ce soit parce que l'activité professionnelle y est directement liée ; parce qu'ils occupent un poste leur permettant de travailler sur des questions de diversité et d'inclusion ; ou bien parce que, même si le travail n'a aucun lien, le fait de pouvoir être ouvertement soi-même en tant que personne LGBT+ en fait une zone de confort. C'est le cas de Guido (33) dans le secteur public et d'Atalanta (32) dans le secteur privé, entre autres.

Le domaine culturel a été évoqué par beaucoup de féministes et de lesbiennes comme un loisir qui permet de rencontrer l'autre et de socialiser notamment lors de concert, colloque et expositions. Il est également intéressant ici de noter que d'autres profils le cite également même si cela est le fait d'une minorité, il est pertinent d'intégrer ces lieux événementiels comme des lieux référents pour les personnes LGBT+. Pour illustrer, avec quelques exemples, Mayo (24) explique qu'elle a rencontré sa petite amie actuelle au salon du manga (Img. 8.11) ; Gabriel (41) identifie le Palau de la Música Catalana, salle de concert de musique classique, comme un lieu LGBT+ ; et Abdó (47) a rencontré des touristes gays en visitant la fondation Joan Miró. Ce schéma se répète à la fois dans les événements et les activités qui sont perçus comme LGBT+friendly, même s'il n'est indiqué nulle part qu'ils le sont :

> *« J'ai l'habitude de me rendre dans des lieux fréquentés par des gays. Par exemple, à la Cinémathèque, c'est un endroit intéressant où on peut parfois en rencontrer parce qu'il y en a. Alors, si tu as l'œil, tu les vois »* [157] (Miquel, 53 ans)

Img. 8.10 Salvador (38) : La promenade comme forme d'épanouissement du couple

Se promener avec un partenaire ou des amis, s'asseoir sur un banc ou en terrasse, est une des activités LGBT+ les plus fréquentes dans l'espace public.

Salvador identifie, en bleu, la promenade (*passejar*) et les autres activités qu'il réalise dans chaque zone.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Salvador, 38 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en décembre 2021.

Img. 8.11 Mayo (24) : Une vie LGBT+ autour du manga, des jeux vidéo et des pâtisseries japonaises

La vie LGBT+ de Mayo, en bleu, s'articule autour de l'événementiel, du parc de la Ciutadella et du Triangle friki, regroupant librairies BD/mangas, jeux, produits dérivés et bars à thème.

Interrogée sur les espaces LGBT+ de la ville, en rouge, elle ne cite pas le Gaixample.

Source : Détail de la carte mentale réalisée par Mayo, 24 ans, lors de l'entretien qui a eu lieu en septembre 2021.

Enfin, la visite à des membres de la famille et des amis est une pratique courante chez une grande partie des enquêtés, et elle dépasse le cadre des loisirs puisqu'elle peut également inclure des responsabilités, des soins et des démarches effectuées pendant le temps libre, mais qui ne relèvent pas nécessairement du divertissement.

Bien que cette pratique soit commune, elle ne doit pas être sous-estimée, car, par exemple, en termes de tourisme, il s'agit d'une motivation de voyage de premier ordre. Au chapitre 5.2, par exemple, nous avons vu que les voyages pour rendre visite à la famille et aux amis sont courants, souvent en séjournant chez eux, comme l'ont exprimé 27 % des Français dans un sondage en 2023 (Opinionway, 2023).

Dans notre enquête, la moitié de ceux qui n'ont pas eu de contacts avec des résidents LGBT+ (20,7 %) et un tiers de ceux qui n'en ont pas eu avec d'autres touristes LGBT+ (36,3 %) déclarent que cela est dû au fait qu'ils voyageaient avec leur partenaire ou leur famille. Pour eux, la Barcelone LGBT+ se limite, en termes relationnels, au fait de voyager en couple.

Dans le point précédent, nous avons examiné un aspect remarquable des domiciles privés. Cependant, ils peuvent également revêtir une importance significative dans le contexte LGBT+, indépendamment de la dimension de la sexualité. Ares (30), par exemple, dans une approche similaire à celle d'autres résidents, désigne dans sa carte mentale « la maison Leo » comme un lieu central de ses loisirs et de sa socialisation LGBT+ à Barcelone.

Cette même idée est transposable aux touristes se rendant chez des résidents. 79,3 % des touristes interrogés déclarent avoir interagi avec des résidents, et parmi eux, la moitié affirme avoir été dans des domiciles privés à Barcelone. Les motivations pour s'y rendre sont variées, bien que, encore une fois, le sexe apparaisse comme la principale motivation. Cependant, la moitié indique rendre visite à des proches ou amis, et un remarquable 29,3 % disent avoir été invités à boire un verre, manger ou à une fête (Fig. 8.1).

Fig. 8.1 Ce que les touristes viennent faire chez les habitants (en pourcentage)

Parmi les touristes qui se sont rendus dans des domiciles privés, seuls 1,9 % étaient des femmes.

Ceux qui y ont logé y ont accédé via MisterBnB, des plateformes de couchsurfing ou similaires, ou parce qu'ils se connaissaient déjà.

Source : Enquête réalisée en ligne (2022-2023) auprès de 135 touristes LGBT+ ayant visité Barcelone.

Cette présence de touristes dans des domiciles privés remet en question les logiques centre-périphérie, car les touristes ont plus de facilités pour accéder à des lieux intimes de la ville, comme les domiciles privés. Cela est rendu possible par l'offre d'hébergement chez l'habitant, sachant qu'ils séjournent chez des personnes LGBT+, ou grâce aux pratiques relationnelles via des applications de rencontre, qui permettent de sauter des étapes et d'accéder directement au domicile du résident local.

Ces trois domaines – le travail, la culture et les relations amicales et familiales – ne sont que trois exemples, chacun regorgeant de références à la longue traîne, fondées sur des motivations et des goûts spécifiques, mais avec une base relationnelle évidente. Et de ces pratiques découlent des territorialités LGBT+ particulières, des microgéographies LGBT+ à partir desquelles se construit la cartographie complexe de la ville LGBT+. Une cartographie qui, comme nous l'avons vue dans le chapitre précédent, est composée de fragments éparpillés un peu partout dans la ville, et que nous avons ici corroborée comme étant un *« enchevêtrement de discontinuités »* (Gay, [1995] 2004).

Les pratiques de loisirs des personnes LGBT+ et leurs espaces configurent des réseaux qui, bien qu'ils reposent souvent sur une offre de loisirs spécifiquement LGBT+, inclut également d'autres espaces et ressources que la ville propose ou que les intéressés s'approprient, redéfinissant ainsi des lieux de la ville – et de la destination touristique – qui ne sont pas nécessairement connotés comme LGBT+ et remodelant l'ensemble de la ville :

> *« Depuis que ma librairie préférée agrandit la section LGBT, je me dis… Ah ! Quelque chose change. Ça me plaît bien, ça ! Les centres civiques qui s'engagent davantage, la ville qui évolue… Ce sont les gens qui la transforment. Et ça vient d'en bas (…) Les espaces LGBT+ sont créés davantage par les personnes que par un affichage à l'extérieur. Les lieux se font »* [158] (Mayo, 24 ans)

8.2 Des hybridations au service d'une ville inclusive

Dans le chapitre 7, nous avons vu comment les territorialités LGBT+ débordent complètement du schéma classique du quartier gay comme centre autour duquel gravite toute la vie LGBT+ de la ville. Dans la section précédente, nous avons corroboré que ce sont les différentes pratiques sociales par groupes d'affinité qui génèrent et renforcent ces territorialités.

Le Gaixample reste indubitablement le centre névralgique de la vie LGBT+ en raison de la forte concentration d'offres commerciales dédiées, mais l'analyse des pratiques et des espaces qui existent réellement dans la ville fait émerger une question clé : ce dépassement du Gaixample nous permet-il de considérer Barcelone comme une ville et une destination globalement inclusive et accueillante pour la communauté LGBT+, incluant à la fois les résidents et les touristes ?

Cette approche nous conduit à élargir la perspective pour mieux saisir les hybridations spatiales présentes dans la ville. Cela nous amène à aborder deux questions essentielles.

La première porte sur les temporalités et les rythmes de la communauté LGBT+, en mettant en lumière la manière dont les divers groupes présents en ville se conjuguent, notamment ceux dont les modes de vie diffèrent fortement, comme les résidents et les touristes.

La seconde s'intéresse à l'intégration du touriste LGBT+ dans le schéma général du tourisme à Barcelone. Cette analyse permet de contraster l'hétérogénéité de la population locale LGBT+ avec celle des visiteurs, afin de mieux comprendre les dynamiques d'acceptabilité mutuelles.

a Construire des espaces hybrides en négociant avec des rythmes dissonants

La plupart des destinations touristiques doivent gérer les rythmes et les temporalités différents des pratiques spatiales des résidents et des visiteurs. D'une part, on trouve la population locale avec son propre tempo et pratiques de la vie quotidienne. De l'autre, les touristes qui vivent la destination intensément, à court terme. La présence des touristes, avec leur saisonnalité, leurs propres intérêts et leur dynamique spatiale spécifique affecte les schémas comportementaux et les rythmes des résidents. Lorsqu'on considère spécifiquement les touristes LGBT+, qui, comme nous l'avons vu, sont notamment attirés par l'image de Barcelone en tant que destination festive, cette approche par les temporalités et les rythmes est encore plus nécessaire.

À Barcelone, ce débat sur les rythmes dissonants est particulièrement vif, car la contestation citoyenne contre les effets négatifs du tourisme a rempli les pages des journaux (Quaglieri Domínguez, 2017). Un débat qui se joue dans la rue, mais aussi au sein des institutions. En effet, Barcelone fait l'objet d'un débat entre le modèle économique libéral, sous lequel le tourisme s'est développé et qui repose fondamentalement sur la concurrence. Ce modèle a permis à Barcelone d'atteindre une position solide et reconnue, même si elle ne figure pas parmi l'élite des villes les plus performantes à l'échelle mondiale

(Florida, 2010), et un nouveau municipalisme d'inspiration libertaire, qui vise à repenser ce modèle en privilégiant la coopération entre villes afin de le rendre plus durable, notamment au sein de l'espace européen, mais aussi à une échelle plus large (Gourdon, 2021) (Subirats, 2018).

Dans le cadre strictement local, cette confrontation de modèles se manifeste périodiquement lors de l'organisation de la Pride ! Bcn, une manifestation massive mise en tourisme et dans laquelle la présence et visibilité d'entreprises de loisirs LGBT+ est notable, tandis qu'une autre manifestation, dite unitaire, revendique l'héritage de la marche des fiertés originale et souligne son refus de « se vendre » au capital rose.

S'il y a un aspect qui n'est pas étranger au débat sur le développement du tourisme et de l'industrie des loisirs LGBT+ c'est bien celui des temporalités et des rythmes. Nous avons vu au fil des chapitres précédents comment de nombreux enquêtés évoquent les différences jour/nuit, semaine/week-end, les moments forts de l'événementiel ou les effets de la présence fluctuante de touristes. Les temporalités façonnent la vie urbaine et les rythmes influencent les pratiques relationnelles ainsi que les espaces fréquentés. Ces éléments sont souvent considérés comme allant de soi, mais ils jouent un rôle fondamental dans la qualité des interactions entre résidents et touristes. Ce débat est d'autant plus pertinent dans les interactions entre touristes et résidents LGBT+, puisque celles-ci sont, en général, plus étroites que celles qu'ils entretiennent avec la population ordinaire.

Le tourisme, tel qu'il se développe à Barcelone, accélère les rythmes urbains en modifiant les temporalités de la ville et en intensifiant la pression sur les espaces publics, les services et les infrastructures. Dans le cadre du modèle économique dominant, l'industrie touristique favorise une disponibilité constante des ressources urbaines – extension des horaires commerciaux, accroissement de la mobilité, événements intensifiant l'usage de l'espace, changement d'usage des logements privés – contraignant les populations locales à s'adapter à des rythmes qui ne correspondent pas toujours à leurs besoins et à leur bien-être. D'autant plus que les touristes sont présents toute l'année, et qu'ils se sont aussi progressivement appropriés de nouveaux quartiers de la ville.

En effet, cette accélération engendre des inégalités dans l'accès à la ville et une forme d'aliénation due à la perte de contrôle sur le temps et les espaces quotidiens (Hughes, 2002b), illustrant l'insoutenabilité sociale d'un système qui privilégie la consommation rapide et la productivité au détriment de la qualité de vie et de la diversité rythmique des territoires. De nombreux résidents interrogés ne parviennent pas à trouver leur place dans cette situation et se sentent marginalisés dans une ville façonnée comme destination touristique :

> *« J'ai du mal à me retrouver dans cette ville touristique qui nous ont façonnés. Cela s'est fait en l'espace de dix-quinze ans. Avant, c'était seulement le centre et quelques lieux emblématiques, mais cela s'est étendu comme des tentacules, et maintenant, il y a des flots de touristes dans les rues. Tu te retrouves dans une ville que tu ne reconnais pas (...) L'impact personnel est énorme, parce que tout change »* [159] (Jaume, 66 ans)

En termes de tourisme LGBT+, il existe une idée largement répandue selon laquelle le pic d'affluence se situe en été, une affirmation corroborée par Aleix (39) depuis sa position en première ligne, en raison de son travail dans un établissement LGBT+. Cependant, cela n'empêche ni Iker (34) de parler d'une « invasion » de gays italiens pendant les festivités du Nouvel An, ni Borja (31) d'évoquer vaguement le printemps comme la période où les discothèques LGBT+ se remplissent de Français, les vacances de Pâques ne coïncidant pas dans le temps entre les deux pays.

Cette pression sur la destination touristique s'accentue lors des temps forts événementiels, une tendance de loisirs largement répandue et promue dans les grands circuits internationaux du divertissement (Pearce, 1993), notamment à travers des concerts majeurs ou des événements sportifs. À Barcelone, dans le cadre du tourisme LGBT+, trois moments clés se distinguent : la Pride, organisée en juin ou en juillet, le Circuit Festival en août et, par proximité géographique, le carnaval de Sitges qui, sans être explicitement LGBT+, revêt une forte connotation gay.

Dans le cas des événements ordinaires, nous avons déjà observé comment un processus d'appropriation peut se produire chez les personnes LGBT+, qu'elles soient locales ou en visite, afin de les réinterpréter comme des événements accueillants. Inversement, nous avons également constaté comment les croisiéristes d'un bateau LGBT+ peuvent être assimilés par les résidents LGBT+ à la masse du tourisme ordinaire.

Lorsqu'il y a un mélange de groupes, ces temps forts sont particulièrement significatifs, car ils permettent l'émergence de lieux-moments facilitant la socialisation entre les participants. Chaque groupe, avec ses temporalités et ses rythmes, vit la ville parallèlement aux autres groupes, qui possèdent leurs propres temporalités et rythmes. Cela compose, non sans tensions, un ensemble qui n'est pas la somme de chaque partie, mais le résultat de multiples hybridations.

En effet, chaque groupe développe des « multi-localités » spécifiques sous la forme de territoires vécus au quotidien (Duchêne-Lacroix, 2013).

La mobilité dans la ville et ses appropriations spatiales par les résidents et les touristes LGBT+ s'appuient sur trois aspects majeurs. Tout d'abord, l'adoption de rôles variés en fonction des pratiques et des lieux qu'ils fréquentent à chaque instant. Ensuite, parce que les visiteurs se déplacent à travers la ville et fréquentent des endroits où ils ne sont pas nécessairement attendus, remettant en question les notions classiques de centre et de périphérie touristiques (Condevaux et al., 2019) (Le Gallou, 2022). Enfin, parce que ces mobilités constituent l'un des éléments fondamentaux dans la formation des groupes sociaux et la structuration des territorialités. Ces pratiques couvrant l'ensemble de la ville participent non seulement à son hybridation mais permettent aussi de décloisonner les espaces. Ils permettent ainsi de qualifier les territorialités LGBT+ de Barcelone de trans-territoires :

> *« Un trans-territoire est un espace qui associe aux caractéristiques propres du lieu lui-même les spécificités des liens qui le relient avec l'extérieur et cela décliné à toutes les échelles »* (Cattan, 2012), p. 13

Cette notion de trans-territoires permet de dépasser les dualités classiques avec lesquelles le phénomène touristique et ses territoires sont abordés, et de concevoir les territorialités LGBT+ dans une imbrication à la fois des pratiques des résidents et des touristes. Elle conjugue des réalités vécues soit dans la quotidienneté, soit dans la temporalité, qu'elles soient permanentes ou éphémères, où les frontières entre moments de loisirs et de travail ne sont pas toujours évidentes. De plus, cette approche élargie et nuancée des lieux et des relations permet également d'intégrer la notion de translocalité formulée par le sociologue Arjun Appadurai qui, dans le cas qui nous occupe, est parfaitement pertinente à évoquer, puisque l'auteur la définit comme un espace co-créé par les populations locales et les populations mobiles en combinant mobilité et localisation (Lahiri, 2011).

Ainsi, la combinaison des temporalités et des rythmes de tous les acteurs LGBT+ présents dans la ville, incluant toutes les catégories de résidents et de visiteurs, n'est pas duale mais multiple en raison de la

grande complexité des profils qui coexistent au sein de chaque groupe. Les lieux sont rythmés selon des temporalités qui mêlent les loisirs des touristes au travail et autres activités des résidents, les loisirs des résidents souvent marqués par les week-ends, ainsi que les loisirs, le travail et les autres activités des touristes qui parfois se chevauchent (Bassyiouny & Wilkesmann, 2023). Des limites floues qui commencent à s'intégrer dans la planification :

> *« L'une des caractéristiques les plus marquantes de la transformation du secteur est la dissolution des frontières entre le tourisme et le non-tourisme »* (Generalitat de Catalunya, 2023) p.4.

Dans ce contexte, suivant l'idée que le tourisme est consubstantiel à la ville (Zerva et al., 2018) (Donaire Benito et al., 2019), nous pouvons affirmer que le résident a accepté et intégré la présence du touriste et, éventuellement, l'a inclus comme un élément naturel, co-créant avec lui des territorialités régies par des pratiques communes, à condition de sortir des rôles de résident et de touriste ordinaires et de tisser une certaine complicité entre eux.

b Du quartier gay à la destination inclusive

Comme on l'a vu dans le paragraphe précédent, cette ville hybride se construit malgré les temporalités et rythmes différents sur la base de pratiques partagées. Cela concerne les touristes LGBT+ dans la mesure où les intérêts partagés entre les membres de la communauté LGBT+, qu'ils soient visiteurs ou résidents, les font converger vers les mêmes espaces. Nous avons observé que ces points de contact, à Barcelone, sont particulièrement marqués dans le Gaixample, tant comme lieu physique que comme modèle de loisirs, mais qu'ils s'étendent également au-delà, dans d'autres endroits de la ville et à travers d'autres formes de pratiques récréatives. Cette section se consacre à examiner la multitude des motivations qui conduit les touristes LGBT+ à contrer les stéréotypes classiques renforcés par le marketing commercial et à sortir de leur confinement publicisé dans la zone du Gaixample.

Le tourisme LGBT+, en général, ne diffère pas tant du tourisme ordinaire. Certains peuvent appartenir à des niches spécifiques, tandis que d'autres partagent des préférences communes avec la majorité. Ce qui les distingue, cependant, c'est leur identification en tant que personnes LGBT+ et le fait que, sous cette identité, ils partagent des éléments qui les rapprochent.

C'est dans ce cadre que surgissent des propositions de loisirs et de tourisme spécifiquement destinées au public LGBT+, bien que, comme nous l'avons observé, elles s'adressent majoritairement au public gay masculin et, au sein de celui-ci, à des sous-communautés spécifiques.

L'historien Marc Boyer s'est intéressé au tourisme dans une perspective historique et sociologique, proposant une classification des modes et des pratiques touristiques à travers un graphe de termes opposés, où il positionne les touristes et leurs intérêts selon ce qu'il appelle les « socio styles ». Ce modèle offre ainsi une représentation visuelle des motivations et comportements des touristes ainsi que des formes spécifiques de tourisme qu'ils adoptent en fonction de leurs aspirations, de leurs valeurs et de leurs conditions socio-économiques (Boyer, 2011).

Fig. 8.2 Motivations et pratiques de loisirs/tourisme des personnes LGBT+

Note : En bleu sont présentées les notions proposées par Marc Boyer, légèrement agrégées, et en noir, la concordance de certaines pratiques de loisirs et de tourisme LGBT+ évoquées par les enquêtés.

Source : Adaptation libre du graphe des contenus du tourisme de Marc Boyer (Boyer, 2011) p. 228.

Ce que Marc Boyer propose pour le tourisme ordinaire, nous l'avons adapté à différentes pratiques des touristes LGBT+ afin d'observer comment, en effet, celles-ci peuvent se retrouver à tous les points du graphe circulaire (Fig. 8.2). Cette adaptation, nous la réalisons en reliant loisirs et tourisme, ce qui nous permet, comme nous l'avons fait tout au long de la thèse, de mettre en lien les lieux et moments de rencontre entre résidents et touristes LGBT+.

L'auteur présente les motivations sous forme d'oppositions, que nous illustrons ici légèrement simplifiées à travers des bulles bleues, auxquelles nous avons associé, en noir, diverses pratiques et activités de loisirs et de tourisme LGBT+. Les motivations voisines dans le graphe, qu'il désigne par le terme « stimuli », sont également les plus proches. C'est pour cette raison que les pratiques liées ne sont pas nécessairement rattachées à une seule des notions de l'auteur, certaines se situant à l'intersection de deux d'entre elles.

Ce faisant, Boyer suggère qu'un type de touriste évoluera majoritairement autour d'une activité ? spécifique mentionnée dans les bulles de motivation. Or, contrairement à ce que propose l'auteur, nous avons déjà constaté qu'il ne faut pas exclure qu'au cours d'un même voyage, une personne puisse pratiquer des activités qui semblent contradictoires et qui apparaissent dispersées sur le graphe, comme participer à un atelier gestalt pour travailler son identité en tant que personne LGBT+, sortir faire la fête et se rendre dans un backroom de discothèque, assister à la présentation d'un livre ou encore s'étendre sur la plage sans rien faire, sans oublier la visite de la Sagrada Família. Même s'il est facile de les

cantonner au stéréotype dominant, les touristes LGBT+ peuvent faire preuve d'une grande versatilité, tout comme l'ensemble des personnes LGBT+, d'ailleurs.

Ainsi, le résident LGBT+ dans son loisir quotidien et le touriste LGBT+ dans son voyage peuvent répondre à chacune des motivations et pratiques ordinaires en les adaptant à leurs propres besoins en tant que personne LGBT+, sans que cela implique nécessairement qu'ils doivent participer à toutes les pratiques ou que l'ensemble de leurs loisirs soit systématiquement teinté de l'identité LGBT+.

La classification proposée par Marc Boyer fait écho, dans une certaine mesure, à d'autres théorisations sur les motivations du voyage et des loisirs. Par exemple, certains auteurs ont réinterprété les cinq instincts humains à travers les comportements des touristes, notamment l'exploration, la fuite face au danger, le besoin de socialisation, le statut ou le pouvoir associé à la possibilité de dire « regardez où j'ai été », et enfin la reproduction, qui peut être transposée au voyage romantique, aux croisières pour célibataires ou au tourisme sexuel (Kock et al., 2018). Il est facile d'établir des parallèles avec le tourisme LGBT+, où l'individu explore sa sexualité et son genre, cherche des espaces de confort tout en évitant la LGBTphobie, privilégie la vie en communauté et les interactions sociales avec d'autres personnes LGBT+, ainsi que tout ce qui touche à la sensualité et à la sexualité. Par ailleurs, il n'est pas exempt de la question du statut, un aspect particulièrement important à l'ère des influenceurs et des instagrammeurs (Neves & Silveira, 2024).

Toutes ces notions ont été évoquées par les personnes enquêtées et exposées dans les chapitres précédents. Nous avons également observé comment chaque communauté ou groupe d'affinité les adapte à ses besoins afin de développer ses pratiques et de créer ses propres espaces. C'est à travers ces adaptations que le touriste LGBT+ se distingue du tourisme ordinaire, que ce soit en interaction avec d'autres touristes ou avec la participation de la population locale.

Ainsi, malgré les tensions que les rythmes dissonants peuvent engendrer dans un même espace fréquenté par les résidents et les visiteurs, des hybridations se créent effectivement, au moins à trois niveaux dans toute la ville.

Tout d'abord, par les intérêts et les pratiques partagées, y compris entre résidents et touristes, auxquels nous nous sommes déjà référés. C'est par exemple, une certaine aspiration au cosmopolitisme et la volonté de voir la ville avec la population locale.

Deuxièmement, parce que les motivations ne sont pas fixes et évoluent. En effet, la recherche de ce qui plaît, des loisirs que nous désirons, des espaces de confort où nous nous sentons bien et en sécurité peut suivre un processus long ou, au contraire, être très rapide. En accord avec l'idée d'exploration évoquée dans les exemples théoriques cités plus haut, un touriste arrivant à Barcelone, attiré par l'attrait du Gaixample, du Circuit Festival ou de la Pride! BCN, peut très rapidement se déplacer vers des lieux dont il n'avait pas connaissance au fur et à mesure qu'il découvre la ville, explore d'autres ambiances et espaces LGBT+, étant donné que Barcelone est une ville aux dimensions relativement accessibles.

Enfin, des hybridations se font avec tout ce qui n'est pas strictement LGBT+ – espaces, établissements, activités, événements, etc. –, que ce soit parce qu'elles sont étiquetées comme LGBT+ friendly, parce que les personnes LGBT+ se les approprient, ou parce que dans ce lieu l'ambiance est suffisamment accueillante pour que cette mixité puisse se produire sans friction.

Ces hybridations spatiales fondées sur des intérêts et des motivations partagées au sein de la communauté LGBT+ conduisent à trois conclusions majeures : la première place les acteurs résidents

et touristes, sur un même pied d'égalité ; la seconde renforce des hybridations territorialement ancrées dans la pratique de la ville, évitant que les loisirs LGBT+ ne soient cantonnés au Gaixample et favorisant leur expansion vers d'autres lieux LGBT+ ; La troisième montre des hybridations dépassant le cadre LGBT+ et se tissant avec la ville non-LGBT+, dans la mesure où celle-ci est accueillante et inclusive comme c'est le cas à Barcelone.

Au-delà des pratiques spatiales et des motivations individuelles des résidents et des touristes, ainsi que de leurs possibles interactions, un élément majeur conditionne cette hybridation de la ville : La mise en place d'un cadre de sécurité et d'une atmosphère de confort général est une question complexe, mais elle demeure essentielle pour le tourisme en général et, d'une façon particulière, pour le tourisme LGBT+.

Ainsi, ce qui distingue une destination LGBT+ est le confort et la sécurité qu'une personne LGBT+ y ressent. En ce sens, les autres aspects deviennent potentiellement secondaires par rapport à cette caractéristique. C'est pourquoi, plus que l'offre de loisirs commerciaux spécifiques, ce qui devrait préoccuper les gestionnaires d'une destination touristique LGBT+ est la garantie que la diversité sexuelle et de genre soit bien accueillie sur place.

Bien que cette stratégie de l'offre soit animée par de bonnes intentions, elle comporte des risques si elle repose, une fois de plus, sur la seule rentabilité, l'image de marque ou le développement touristique. En effet, un projet de ville inclusive qui hiérarchise les groupes minorisés en fonction de leur apport financier relègue, à nouveau, les plus vulnérables et les plus défavorisés (Donnen, 2024). Cela dépasse, donc, le secteur touristique et nous amène à une réflexion plus large sur le sens d'une destination touristique en termes d'inclusion.

Le cadre global de la destination devrait être l'inclusivité, englobant toute la diversité LGBT+, dans laquelle les gays ne sont qu'un élément de plus. C'est dans cette logique que les droits de chacun peuvent être garantis, et non l'inverse. C'est pourquoi tant de personnes LGBT+ regardent avec dédain ou déception ce qui est présenté comme LGBT+, mais qui, en réalité, ne concerne que la communauté gay.

Conclusions du chapitre 8

Dans ce chapitre, à partir des cartes mentales restituant les pratiques effectives des enquêtés ainsi que des entretiens, nous avons mis en évidence comment les territorialités LGBT+ à Barcelone se construisent en fonction d'intérêts partagés. Ces pratiques sont multiples, même si elles se concentrent autour des loisirs récréatifs et de fête, activités qui constituent un repère incontournable pour les personnes LGBT+. En effet, l'essentiel des interactions sociales entre personnes LGBT+ se déroule dans des espaces de loisirs et dans une perspective de divertissement.

Cette dimension, celle de la sociabilité récréative, est un facteur commun aux résidents et aux touristes, bien que chacun y accède selon des temporalités et des rythmes distincts, pouvant ainsi engendrer certaines tensions dues à leur manque de concordance.

Le principal apport de ce chapitre est d'avoir montré au-delà de l'existence de multiples manières de faire la fête, que l'aspect ludique des interactions n'est pas le seul et que les rencontres se font également sur la base d'affinités idéologiques, culturelles et politiques, elles-mêmes tout aussi diverses. La diversité des interactions entre résidents et touristes LGBT+ révèle également l'importance du genre dans les pratiques spatiales en soulignant un clivage marqué entre les femmes et les hommes, illustré par un certain penchant pour des temporalités plus lentes dans les activités récréatives chez les premières et par un investissement dans une plus grande pluralité des formes de loisirs notamment sexuels chez les seconds.

Les pratiques récréatives liées à la fête et/ou à la sexualité constituent les éléments les plus exploités dans les campagnes publicitaires de l'offre LGBT+, assurément en raison de leur rentabilité. Si elles peuvent orienter en partie les pratiques des personnes LGBT+ à Barcelone notamment en fréquentant le Gaixample, les cartes mentales ainsi que les entretiens effectués avec les résidents montrent une large palette de pratiques non commerciales conduisant à élargir les espaces pratiqués dans la ville en dehors des circuits touristiques convenus, même ceux orientés vers le tourisme LGBT+.

Ce chapitre montre que cet élargissement des pratiques ludiques provient des pratiques de groupes et de minorités spécifiques LGBT+ ayant en commun des affinités culturelles, militantes, politiques. Selon la théorie de la « longue traîne », l'addition des intérêts minoritaires peut s'avérer plus significative que les tendances dominantes, bien que ces dernières soient, en théorie, les plus lucratives. Les intérêts minoritaires ou des groupes affinitaires donnent tout son sens à la notion de communauté proposée dans cette thèse. Au-delà donc des différences de statut ou de positionnement dans les pratiques de mobilités, les pratiques affinitaires et spatialement ancrées dans certains lieux de la ville, permettent de dépasser la dichotomie résident-touriste et de valider l'approche par la notion de communauté.

Cette communauté, caractérisée par une attention particulière portée à l'autre, a une influence majeure sur la manière dont le résident LGBT+ façonne l'image du touriste LGBT+, en lui attribuant une identité propre et en le distinguant de la masse indifférenciée du tourisme conventionnel. Ce processus, qui, comme nous l'avons vu dans le chapitre 6, est loin d'être évident ou automatique, est ce qui permet d'inclure l'autre dans une relation d'égalité et de créer des territorialités partagées. Il s'agit, en quelque sorte, d' ôter aux visiteurs LGBT+ l'étiquette de touriste ordinaire pour les considérer s simplement comme des personnes LGBT+.

Chaque groupe d'affinité construit, à travers ses pratiques, ses propres territorialités, caractérisées par des continuités, des discontinuités et des chevauchements, non seulement sur le plan spatial, mais aussi en ce qui concerne les affinités ou au contraire les contrastes entre les acteurs et leurs rapports sociaux (Reitel & Gagnol, 2023). Cela s'explique non seulement par la coexistence de différentes pratiques dans un même espace, mais aussi par la diversité des préférences individuelles, qui conduit certains à participer à des activités ou à adopter des comportements pouvant sembler antagonistes, comme nous l'avons observé à travers le graphe des socio-styles (Boyer, 2011). Bien que son modèle ne vise pas initialement à illustrer de telles contradictions – puisque l'auteur esquisse des profils touristiques plus homogènes – il reste néanmoins pertinent pour montrer que le touriste LGBT+ peut endosser une pluralité de rôles et naviguer entre différentes pratiques, parfois perçues comme contradictoires.

Ce chapitre souligne comment cette diversité des territorialités se construise avec la participation des personnes LGBT+ présentes sur place, qu'il s'agisse de résidents ou de touristes

Les cartes mentales notamment montrent aussi que ce jeu d'hybridations ne se limite pas aux espaces de la ville identifiés comme LGBT+ – principalement le Gaixample, la plage de la Mar Bella, ainsi que certains secteurs du Raval et de Montjuïc –, il s'étend à d'autres zones urbaines. Par ailleurs, il dépasse la seule dimension LGBT+ soit en intégrant des espaces LGBT+friendly, soit par l'appropriation d'espaces évènementiels.

Pour que cette dynamique puisse se développer, il est essentiel de dépasser la conception du quartier gay comme un ghetto (Giraud, 2012a) et d'envisager la ville dans son ensemble comme un espace accueillant pour les personnes LGBT+. Barcelone n'est pas exempte d'homophobie, mais la présence visible de la communauté LGBT+ dans des lieux variés ouvre la voie à une lecture de la ville sous cet angle.

Cette approche reste en partie aspirationnelle : la ville inclusive, tout comme le tourisme durable, relève d'une utopie. Cependant, il semble pertinent de l'envisager dans le cadre d'une conquête progressive des droits au sein d'un territoire spécifique comme Barcelone. Il s'agit donc d'une analyse mettant en lumière une tendance encore fragile, en constante évolution, et sujette, par conséquent, à d'éventuels reculs.

Concevoir une ville et une destination inclusives, ici Barcelone, implique de prendre en compte trois éléments et de les articuler de manière cohérente. Le premier concerne les multiples territorialités LGBT+, en reconnaissant que le Gaixample n'est qu'un des espaces parmi d'autres, et que chaque recoin de la ville peut potentiellement être un lieu LGBT+. Le deuxième est le défi des temporalités, qui ne se limite pas aux oppositions évidentes entre jour et nuit, semaine et week-end, ou aux variations saisonnières, mais qui doit aussi intégrer une réflexion sur les cycles. En effet, construire une ville inclusive relève d'une politique transversale nécessitant une gouvernance étendue sur le moyen et le long terme. Enfin, il est essentiel que la ville et la destination favorisent une socialisation mettant la dimension relationnelle au cœur des dynamiques urbaines.

Conclusion générale

Cette thèse qui s'appuie principalement sur les témoignages des acteurs, ceux des résidents et ceux des touristes LGBT+ à Barcelone, apporte des éléments permettant non seulement d'adopter un regard différent sur les pratiques et les lieux les plus connus de la ville LGBT+, mais aussi de faire émerger des territoires auparavant non pris en compte dans cette perspective, des spatialités sous-estimées ou ignorées, des groupes sociaux invisibilisés, des représentations du tourisme en apparence contradictoires. Ces principaux apports ont conduit à nuancer grandement les propos sur le tourisme LGBT+ et ses lieux à Barcelone ainsi qu'à proposer des arguments qui remettent en question des idées reçues longtemps considérées comme des certitudes.

Pour développer cette perspective, nous sommes partis du principe que ni la population locale ni les touristes ne constituent des groupes homogènes. De même, les personnes LGBT+ ne forment pas un ensemble uniforme. Ce constat, qui pourrait sembler anodin, ne l'est absolument pas. Du moins pour deux raisons.

La première est que la plupart des études portant sur les relations entre résidents et touristes ont adopté des perspectives partielles : soit en opposant les touristes gays à la population locale dans son ensemble, soit en ne considérant parmi la population locale que ceux qui ont un lien direct avec le tourisme, c'est-à-dire ceux qui interagissent directement avec les visiteurs. Deuxièmement, la plupart des études sur le tourisme LGBT+ se concentrent en réalité sur un certain profil de touristes gays masculins, négligeant ainsi plus de la moitié de la population qui pourrait potentiellement participer à ce type de tourisme.

Opter pour une approche en termes de communauté LGBT+ où sont inclus, au même niveau, le résident permanent et occasionnel, le touriste et le visiteur, le migrant récemment arrivé et l'émigré en visite à ses amis et sa famille, l'étudiant et l'expatrié, ainsi que toutes les autres catégories qui, à un moment donné, se trouvent dans un lieu et peuvent, d'une certaine manière, être considérées comme des personnes LGBT+, nous a permis non seulement de dépasser la dualité résident-touriste, mais aussi de faire émerger un segment de population, la communauté LGBT+, dans toute sa complexité.

Dans cette thèse, nous avons utilisé les termes de résident et de touriste, car ce sont deux catégories valides et particulièrement utiles pour analyser certains aspects. Toutefois, nous avons évité de les opposer de manière dualiste ou antagoniste. Ainsi, notre approche s'est centrée sur la communauté LGBT+, non pas sous un prisme identitaire, mais plutôt fonctionnel. Autrement dit, ce sont les enquêtés eux-mêmes qui ont déterminé s'ils s'identifiaient ou non, et dans quelle mesure, à l'appartenance LGBT+.

L'absence d'une définition rigoureuse pour les participants représente une limite : elle ne nous permet pas de nous appuyer sur des certitudes ni sur le confort d'une classification stricte. Cependant, cette souplesse nous a offert une précieuse flexibilité, facilitant l'inclusion d'une grande diversité de profils au sein du collectif, tout en favorisant son intégration harmonieuse dans l'ensemble de la société. Au lieu de considérer deux blocs distincts, nous avons perçu une gradation selon les différents degrés d'identification individuelle.

En mobilisant le terme de communauté sans rigidités conceptuelles, nous avons également pu dépasser une autre opposition, celle du binôme hétérosexuel/LGBT+, où des passages et des chevauchements existent également.

L'attention s'est donc portée sur la dimension sociale et relationnelle des loisirs et du tourisme LGBT+, deux activités qui, bien que distinctes, présentent des limites particulièrement perméables et se superposent fréquemment. Si les activités de loisirs des touristes en général, dans leur lieu de destination, ont tendance à s'effectuer dans des espaces fréquentés également par les résidents, ce partage des espaces est d'autant plus vrai pour les activités de loisirs LGBT+ là où ils sont autorisés, comme à Barcelone.

Cette approche sociale est moins fréquente, car dans les discours et les stratégies de durabilité, elle est souvent reléguée au second plan par les dimensions environnementales et économiques. Certains auteurs estiment que, dans la pratique, les stratégies de durabilité dans le tourisme ont échoué, car elles n'ont pas réussi à imposer un changement de modèle. Au mieux, elles ont permis de limiter certains effets négatifs, tout en donnant lieu à de nouvelles approches, dont certaines intègrent une dimension sociale. C'est notamment le cas du « tourisme réflexif », qui repose en grande partie sur l'implication du touriste lui-même :

> *« un tourisme qui considère le touriste en tant qu'être pensant, agissant, actif, exigeant, conscient de ses choix et des conséquences qu'ils peuvent induire, concerné par la vie urbaine et la citoyenneté »* (Knafou, 2017) p.7

Dans cette thèse, nous avons considéré le touriste comme un être pensant, au même titre que le résident, et tous deux comme des êtres sociaux. Cette approche sociale nous a permis d'atteindre une série de résultats susceptibles d'ouvrir de nouvelles perspectives sur d'anciennes problématiques, ainsi que sur des enjeux émergents.

Les paragraphes suivants présentent, d'abord, les principaux résultats de cette thèse, permettant ainsi d'évaluer le degré de validation des hypothèses ou leur éventuelle réfutation. Ensuite, la discussion globale aborde la contribution de cette recherche au débat académique, incluant des réflexions sur la méthodologie d'enquête et, dans le cadre étudié, les acteurs à considérer, la durabilité du tourisme, la perspective des sexualités en géographie et, enfin, la gouvernance, tant en matière touristique que d'action sociale.

Lire l'acceptabilité du touriste à travers une approche relationnelle

Au fil des chapitres précédents, nous avons constaté que les pratiques de loisirs étudiées par la socialisation et les spatialisations des personnes LGBT+, sont bien plus variées qu'on ne pourrait le penser à première vue en observant la carte de l'offre de loisirs et de tourisme commercialisée et promue par les agences de voyages, par la ville elle-même et par les publicités liées à ces pratiques récréatives. Les possibilités sont en réalité non seulement bien plus diversifiées, incluant des loisirs non commerciaux, mais se déploient également dans de nombreux espaces de la ville.

Certes, l'existence d'une zone de concentration de l'offre, telle que le Gaixample, en fait un lieu central et un référent spatial pour de nombreuses personnes LGBT+. Mais ce qui est sans doute plus pertinent, ce n'est pas tant de savoir s'il y a beaucoup de touristes ou de résidents qui s'y rendent, mais de décrypter

les paramètres qui sous-tendent la fréquentation ou non des espaces et des lieux LGBT+. En effet, il apparaît que la fréquentation des espaces LGBT+ est fonction d'au moins trois éléments qui tendent à se conjuguer. Tout d'abord, le modèle de loisirs privilégié par chacun. Ensuite, le degré de connaissance de la ville et des codes qui régissent ses différents espaces et pratiques. Enfin, la mesure dans laquelle une personne a développé son identité en tant qu'individu LGBT+.

Chacun de ces paramètres interpelle différemment les résidents et les touristes, en fonction de sa trajectoire personnelle, le conduisant à s'engager dans certaines pratiques de loisirs et en conséquence à fréquenter des lieux spécifiques. C'est à travers cette diversité de socialisation que chacun construit sa perception de la société, d'un collectif ou d'une communauté LGBT+ et, dans le cas qui nous occupe, chacun construit sa représentation de ce qu'est un touriste ou un résident assimilé à la population locale. Deux considérations majeures se dégagent quant à la perception de l'activité touristique par les résidents et les touristes.

Tout d'abord, la perception que les résidents ont du tourisme et des touristes n'est pas nécessairement la même, de même que l'opinion qu'un touriste peut avoir de la destination et de la population locale peut varier. En ce sens, il apparaît que les résidents expriment, presque unanimement, une critique à l'égard du modèle touristique de la ville, bien que cette critique se manifeste à des degrés divers. Si cette remise en question s'étend également au tourisme LGBT+, elle s'exprime de manière plus nuancée et indirecte, car ceux qui portent un regard critique le sont principalement vis-à-vis du modèle de loisirs du Gaixample, plutôt que des touristes LGBT+ eux-mêmes.

Deuxièmement, la perception par les résidents LGBT+ du touriste LGBT+ est plus empathique, que celle du touriste ordinaire. Inversement, les touristes LGBT+ se sentent également mieux accueillis et acceptés par la population LGBT+ locale que par la population en général. Cette acceptabilité entre personnes LGBT+ est donc bidirectionnelle et repose, en premier lieu, sur une empathie initiale liée à cet aspect commun.

Toutefois, cela ne suffit pas, et ceux qui expriment cette idée avec le plus de conviction sont ceux qui, d'une manière ou d'une autre, ont partagé une expérience avec un touriste LGBT+. Cette notion de partage englobe toute la gamme des interactions relationnelles. Il est paradoxal, mais non contradictoire, qu'un même touriste soit mieux accepté lorsqu'il participe à la Pride en tant que touriste LGBT+ que lorsqu'il visite la Sagrada Família en tant que touriste ordinaire. Dans le premier cas, intervient la complicité de savoir qu'on est accompagné par un pair, même sans échange direct. Dans le second, en revanche, ce qui prédomine est l'image tant décriée des touristes assimilés à un troupeau. Face à cela, il peut y avoir une certaine compréhension – il est facile de concevoir que l'on souhaite visiter un édifice de Gaudí – mais pas d'empathie.

Ainsi, la première hypothèse que nous avons formulée, selon laquelle s'éloigner de l'approche économique de l'activité touristique permettrait d'analyser les pratiques et l'acceptabilité des résidents et des touristes sous un angle relationnel, se trouve vérifiée. En effet, la dimension sociale et non pécuniaire des interactions entre les uns et les autres permet aux personnes enquêtées de parler en termes d'échange, de partage et d'enrichissement, et c'est sur cette base que repose une acceptabilité mutuelle plus marquée que celle observée entre un touriste et un résident ordinaires. De fait, une convergence se dégage également dans l'évaluation des résidents LGBT+, qui expriment une moindre empathie envers les touristes ordinaires, tout comme les touristes LGBT+ se sentent moins bien accueillis par les résidents ordinaires, comme nous l'avons vu dans le chapitre 6.

Il n'existe pas une seule Barcelone LGBT+ : les territorialités sont indéfectiblement multiples

La deuxième hypothèse, qui postulait que les espaces LGBT+ de la ville seraient plus vastes et diversifiés que ceux qui sont présentés et promus à travers l'offre commerciale, se trouve validée par l'identification d'une multitude de lieux et de pratiques dépassant la zone du Gaixample, ainsi que par l'idée que les loisirs ne doivent pas nécessairement être centrés sur des espaces commerciaux.

En affinant davantage, on constate que les loisirs des personnes LGBT+ s'articulent autour de trois types d'offres : celle qui est explicitement LGBT+, celles qualifiées de « friendly », et celles qui, bien que sans connotation LGBT+ ou LGBT+friendly, sont néanmoins appropriées par les intéressés.

De même, de nombreuses personnes combinent l'offre commerciale avec des loisirs non commerciaux, lesquels occupent une place significative dans les représentations et les pratiques des enquêtés. Ainsi, nous avons observé que certains quartiers, tels que le Raval, Sant Antoni, Gràcia ou Poble Sec, possèdent une atmosphère accueillante qui les rend, pour certains segments des enquêtés, des lieux LGBT+. Dans ces cas, la présence de repères concrets – bars, centres associatifs, centres culturels, etc. – renforce leur connotation, tandis que d'autres quartiers comme Sants, Poblenou ou el Clot, bien qu'ils ne disposent pas de références évidentes, sont également, pour certains, perçus comme des espaces inclusifs.

Au-delà de ces quartiers, certains lieux publics sont des références majeures, soit en raison de leur fonction spécifique, comme les plages nudistes ou la zone de drague de Montjuïc, soit parce qu'ils constituent des espaces de convivialité où les personnes LGBT+ se sentent à l'aise. À cet égard, certains interlocuteurs ont mentionné deux des « superilles », des zones piétonnes récemment aménagées, dont l'une abrite le Centre LGBT+, tandis que l'autre traverse le Gaixample. Plus significatif encore est le cas du parc de la Ciutadella, un espace qui, a priori, ne comporte pas de marqueurs LGBT+ explicites, hormis la gloriette dédiée à la transsexuelle Sonia. Les raisons invoquées pour qualifier cet endroit de lieu LGBT+ sont variées – lieux de réunion, de balade, de rencontre, de drague, d'activités physiques, de célébration, espace pour s'épanouir, se reposer, piqueniquer, prendre un bain de soleil, etc. – donnant l'impression que le parc de la Ciutadella reflète en miniature la diversité des espaces LGBT+ de la ville.

En effet, en dehors de ces lieux emblématiques, les enquêtés ont mentionné une multitude d'endroits disséminés à travers la ville, avec des fonctions et des attaches émotionnelles variées. Cela inclut les domiciles privés, qui, comme nous l'avons observé, ne sont pas seulement des espaces intimes, mais jouent également un rôle de socialisation. Les touristes fréquentent bon nombre de ces lieux, bien qu'ils puissent les interpréter de différentes façons.

Il y a, en outre, un ensemble d'éléments à considérer sous l'angle social. Tout d'abord, la dimension relationnelle en elle-même, qui, pour nombre de personnes interrogées, constitue l'axe central autour duquel s'organisent leurs pratiques de loisirs et les lieux qu'ils fréquentent. Nous avons également observé que certains aspects transversaux, qui traversent différentes catégories de la communauté, sont essentiels pour comprendre leur perception des loisirs et des espaces qui leur sont associés. Le féminisme constitue l'un de ces aspects majeurs, et il est indispensable de l'intégrer à l'analyse pour saisir non seulement les pratiques de loisirs concernées, mais aussi le positionnement des individus au sein de la communauté LGBT+. De même, nous avons constaté que la dimension sexuelle joue un rôle déterminant dans la sociabilité entre hommes gays, et que cette sociabilité s'exprime à travers une grande diversité de pratiques et de lieux.

De l'ensemble de ces éléments et de leur combinaison émergent des pratiques à partir desquelles se construisent les espaces. La fonctionnalité des lieux évoquée précédemment se traduit par le Gaixample en tant que centre d'attraction, non seulement en raison du type de loisirs qu'il propose, mais aussi parce qu'il est largement promu et donc connu, ainsi que perçu comme un espace sécurisant pour s'y épanouir en tant que personne LGBT+. À cet égard, de nombreux enquêtés, l'ayant fréquenté lors de précédents voyages, l'ont mentionné comme un cadre propice pour faire son coming out.

Ce même schéma s'applique également aux autres lieux identifiables comme LGBT+, selon les enquêtés. Lorsque l'on considère des quartiers tels que le Raval, Sant Antoni, Poble Sec ou Gràcia, le parallèle avec le Gaixample s'établit aisément, à condition de prendre en compte la diversité des établissements commerciaux, ainsi que la morphologie urbaine et les autres éléments qui façonnent l'espace.

Le parallèle est moins évident lorsqu'il ne s'agit pas de quartiers ou lorsque l'offre commerciale LGBT+ perd en importance. Si l'on prend l'exemple du parc de la Ciutadella, les connotations en lien avec la logique LGBT+ découlent de multiples arguments qui n'ont que peu de rapport entre eux. Toutefois, il s'agit d'un espace dépourvu de référents commerciaux, où, à partir d'un cadre physique et de pratiques sociales – LGBT+ ou non –, se crée une atmosphère de convivialité qui lui confère une place prépondérante au sein de la communauté LGBT+. À l'autre extrême, les lieux de cruising, bien qu'ayant en commun avec la Ciutadella l'absence d'offre commerciale, se révèlent beaucoup moins diversifiés sur le plan fonctionnel.

Dans tous ces espaces et à travers ces pratiques, coexistent à la fois résidents et touristes. Ce qui en ressort, c'est que les touristes contribuent à produire la ville LGBT+, tandis que les résidents participent à la production de la destination touristique LGBT+. Les premiers occupent une place en tant qu'acteurs urbains, tandis que les seconds jouent un rôle en tant qu'acteurs du tourisme. D'autant plus dans une ville comme Barcelone, où le tourisme est suffisamment ancré pour être considéré comme consubstantiel à l'identité urbaine (Équipe MIT, 2005) (Zerva et al., 2018).

Ce que le tourisme a de transformateur peut également se traduire par de nouvelles formes de mobilité

Le tourisme n'est pas seulement un formidable levier de développement et de transformation du territoire, mais un phénomène avec un fort pouvoir de transformation des gens.

Dans cette thèse, un aspect essentiel du questionnement initial portait sur l'existence de relations entre résidents et touristes, les lieux où elles se produisaient et les circonstances qui les favorisaient. La question qui en découlait était de savoir si ces relations persistaient après la rencontre à Barcelone et si elles se traduisaient par de nouvelles formes de mobilité pour maintenir ces relations. En effet, ce phénomène a été observé à travers trois pratiques distinctes : d'une part, le retour du touriste à Barcelone afin de rendre visite à des connaissances rencontrées lors de voyages antérieurs ; d'autre part, le déplacement de Barcelonais vers le lieu de résidence de personnes qu'ils ont connues lorsqu'elles étaient touristes dans leur ville ; enfin, des voyages vers des destinations tierces où les deux individus deviennent alors touristes à part entière.

Bien que ces pratiques ne soient pas majoritaires, elles restent significatives, car elles renforcent l'idée initiale selon laquelle l'affinité entre membres de la communauté LGBT+ facilite non seulement le contact entre eux, mais aussi des échanges véritablement significatifs. Naturellement, le tourisme ordinaire peut également engendrer des rencontres durables et de nouvelles formes de mobilité, mais ici se superpose une considération propre aux pratiques de loisirs des personnes LGBT+ : Un sentiment particulier de sécurité. En effet, nous avons observé que la recherche d'espaces sûrs et de zones de confort occupe une place essentielle pour les personnes LGBT+. Il ne s'agit pas simplement d'éviter la criminalité – qui, dans ce cas précis, se traduit par une protection spécifique que les lois espagnoles reconnaissent contre les crimes de haine, incluant les agressions physiques, les menaces, les insultes et les discriminations liées à l'orientation sexuelle ou à l'identité de genre – mais également de se sentir validé, libre d'agir et de s'exprimer pleinement. C'est dans cette perspective que l'environnement social LGBT+, le fait d'être entouré de pairs, revêt une grande importance.

Ainsi, les mobilités qui émergent grâce à un réseau de relations entre personnes LGBT+ ne reposent pas seulement sur les interactions ordinaires, mais intègrent également l'espace physique et l'environnement social sécurisant qui les accompagne.

Cette adoption de précautions dans l'approche des pairs pour socialiser est renforcée et entretenue par l'usage des technologies de communication, qui permettent aux individus de se connecter avant le voyage, naturellement pendant, et également après. La plupart des témoignages indiquent que les relations à distance tendent à s'effacer avec le temps. Toutefois, il existe des exceptions, tant individuelles que collectives. Les exceptions individuelles découlent de rencontres significatives qui perdurent grâce à un intérêt mutuel, donnant ainsi naissance à de nouvelles formes de mobilité. Quant aux exceptions collectives, elles concernent des groupes d'affinité minoritaires qui, faute de trouver une masse critique suffisante dans leur environnement immédiat, se tournent vers les réseaux en ligne, également comme un moyen de soutien mutuel. Ce phénomène a notamment été observé chez les personnes trans et non binaires, mais aussi chez d'autres individus qui combinent leur identité LGBT+ avec d'autres intérêts minoritaires.

Concernant cette troisième hypothèse, il existe donc des indices suggérant que de nouvelles formes de mobilité émergent bel et bien, et qu'elles adoptent une dynamique distincte de celles générées dans un contexte de tourisme ordinaire. Cependant, un approfondissement de cette question demeure nécessaire.

Discussion et perspectives de recherche

Une méthode prometteuse à confronter à de nouvelles destinations

La méthode mixte adoptée pour la collecte des données lors de l'enquête, combinant des entretiens approfondis auprès des résidents, des observations de terrain et un questionnaire adressé aux anciens touristes, a permis de saisir différentes perspectives et dimensions contribuant à une meilleure compréhension des expériences personnelles et des tendances générales. Ce cadre méthodologique répondait précisément aux exigences de ce travail de thèse, visant à adopter une approche globale du tourisme LGBT+ et de ses territorialités à Barcelone à partir des points de vue d'acteurs variés.

Les entretiens semi-directifs se sont révélés particulièrement utiles, car ils fournissent des détails qualitatifs permettant d'approfondir l'analyse du sujet étudié. À cet égard, l'utilisation de la technique des cartes mentales s'est avérée fructueuse, offrant, dans tous les cas, l'opportunité d'enrichir, nuancer ou compléter le discours oral. Même pour les personnes éprouvant une certaine réticence à manipuler ou à dessiner des cartes, celles-ci ont joué un rôle significatif, puisqu'elles étaient intégrées comme un complément à l'entretien ; même en l'absence de dessin, les participants continuaient à échanger en regardant la carte.

Le questionnaire, quant à lui, a eu le mérite de s'adresser aux touristes une fois leur séjour terminé. Cette stratégie comporte un certain risque, dans la mesure où elle repose sur des souvenirs pouvant ne pas être totalement précis. Toutefois, elle présente l'avantage d'être réalisée lorsque l'expérience du voyage est achevée, permettant ainsi une réflexion plus posée, détachée de l'euphorie que peut susciter le voyage lui-même. Malgré les défis d'accessibilité qu'elle implique, cette approche mérite d'être explorée davantage, notamment pour mieux comprendre les conséquences d'un post-voyage.

Enfin, les observations se sont révélées particulièrement fructueuses pour corroborer et confronter les informations recueillies par d'autres biais, ainsi que pour en collecter de nouvelles. Elles constituent un contrepoint idéal, voire indispensable en géographie, afin d'ancrer les données dans le réel.

La ville de Barcelone offre un cadre juridique, social et touristique relativement favorable au développement d'une thèse de ce type. Les résultats de cette recherche peuvent contribuer à la mise en place d'études similaires dans des destinations aux caractéristiques différentes, voire moins favorables : lieux présentant divers niveaux de reconnaissance ou de criminalisation de l'homosexualité ; destinations où le clivage entre résidents et touristes est plus marqué ; sites fréquentés par des profils spécifiques de touristes LGBT+ – issus de cultures non occidentales, femmes, familles LGBT+ avec enfants, touristes trans, etc. –. Cette thèse apporte ainsi une contribution concrète et tangible à une sous-discipline en plein essor, la géographie des sexualités, champ d'étude relativement récent et hautement interdisciplinaire, où il reste encore beaucoup à explorer.

Repositionner le tourisme LGBT+ en fonction des acteurs plutôt que de l'offre

L'identification des acteurs n'est pas une tâche aisée, mais l'utilisation de la notion de communauté LGBT+, telle que définie dans cette thèse, s'est révélée pertinente pour au moins quatre raisons. Premièrement, elle a permis de considérer résidents et touristes sur un pied d'égalité, évitant ainsi d'adopter un discours d'opposition ou de confrontation. Deuxièmement, la définition fonctionnelle de la communauté a offert un cadre flexible, permettant à une large diversité de profils de s'identifier à un sigle qui peut paraître, pour certains, contraignant. Par ailleurs, cette approche a contribué à nuancer la notion de tourisme LGBT+, souvent réduite à un certain type de tourisme gay – celui correspondant à un profil d'homme blanc, aisé, consommateur et généralement occidental – dont même une partie des gays se sent exclue. Enfin, elle a facilité la transition des enquêtés entre les rôles de résident et de touriste, un passage que chacun expérimente lors d'un voyage, mais qu'il tend à oublier lorsqu'il reprend son rôle de résident observant les touristes.

La perspective « communautaire » que nous avons adoptée nous a permis d'apporter une contribution à la dimension sociale du tourisme, en plaçant les relations entre les individus dans la destination comme

un élément clé de l'expérience touristique et de la vie des résidents. Dans cette optique, il est essentiel de poursuivre les analyses qui englobent l'ensemble de la population locale, y compris ceux qui sont les plus éloignés de la sphère touristique, car ils font également partie intégrante de la destination et leur contribution peut s'avérer tout aussi significative dans les dynamiques d'interaction.

Les loisirs constituent l'aspect le plus évident, mais ne sont pas nécessairement le seul facteur. Surtout avec les nouvelles modalités hybrides de voyage et de travail rendues possibles par les technologies, les évolutions des habitudes professionnelles et les transformations des cultures du travail.

En ce qui concerne les types de relations, nous avons souligné leur grande variabilité. En un sens, la clé – que nous n'avons pas approfondie dans ce travail – réside dans la définition d'une relation significative. En effet, cette thèse s'est attachée à identifier certains effets des interactions entre résidents et touristes, tout en mettant en avant leur rôle potentiel dans la création de nouvelles dynamiques de mobilité.

Cependant, le champ de recherche restant est vaste et, très probablement, c'est en explorant cette voie que nous pourrons obtenir des éléments solides pour affiner la conceptualisation de la durabilité sociale du tourisme. Allant encore plus loin, il serait essentiel d'identifier des éléments mesurables permettant de développer des indicateurs susceptibles de faciliter la prise de décision et d'intégrer cette dimension relationnelle dans les projets de développement touristique.

Repenser le tourisme LGBT+ pour le rendre plus inclusif

Enfin, pour conclure sur ces perspectives de thèse, je propose quelques considérations sur la prise de décision, tant au niveau de la destination que du secteur touristique.

Les résultats de cette thèse indiquent que de nombreux acteurs manifestent une certaine indifférence à l'égard du tourisme LGBT+, estimant qu'il ne les concerne pas directement, qu'ils n'en sont pas les protagonistes et qu'il relève d'autres catégories sociales. Dès lors, la réflexion nécessaire, menée par les autorités touristiques, qu'elles soient publiques ou privées, doit porter sur les fondements mêmes de la construction d'une destination touristique, en l'occurrence LGBT+.

Barcelone illustre à cet égard une dualité vécue comme une dissonance cognitive entre, d'une part, le message d'une ville inclusive englobant tous les profils représentés dans le sigle LGBT+ et les inscrivant dans un cadre d'égalité au sein de la société et, d'autre part, les représentations véhiculées par le secteur des loisirs et du tourisme LGBT+, qui restent fortement biaisées en faveur d'un certain stéréotype de l'homme gay.

De nombreux auteurs ont souligné que le tourisme devra faire face, dans les années à venir, à des défis qui l'obligeront à se transformer, notamment en raison des problématiques environnementales auxquelles la société devra globalement répondre. Les réflexions sur l'avenir du tourisme sont presque toujours accompagnées du concept de « qualité », bien que la nature floue de ce terme permette d'y inclure ce que chacun considère comme positif et d'en exclure ce qui est jugé négatif. Les résultats de cette thèse apportent ainsi une contribution à la définition d'un possible attribut de ce tourisme de qualité tant recherché : la prise en compte des dimensions sociales, notamment au prisme de l'aspect relationnel. En effet, l'un des enseignements majeurs de cette thèse est qu'une relation significative peut être bénéfique tant pour la satisfaction du touriste que pour la qualité de vie du résident.

Il sera nécessaire de poursuivre les travaux sur ce point afin de déterminer comment les responsables de la planification et de la gestion des destinations, en collaboration avec tous les acteurs concernés – non seulement les professionnels –, peuvent activer les mécanismes nécessaires pour que cet aspect relationnel se manifeste, dans des conditions optimales et avec des effets positifs.

Dans sa dimension territoriale, les autorités décisionnaires devront faire preuve d'une grande prudence pour favoriser ces dynamiques, tout en évitant d'interférer inutilement dans les interactions entre résidents et touristes. En effet, ce qui importe, au-delà du lieu lui-même, c'est la signification que les territorialités étudiées dans cette thèse attribuent à ces espaces, sachant qu'un même lieu peut revêtir plusieurs significations. La dimension symbolique de La Rambla de Barcelone constitue un exemple révélateur de la manière dont un même lieu peut être perçu de façon diamétralement opposée par un touriste et un résident : tandis que l'un y voit un site touristique, l'autre y reconnaît ce qui fut autrefois. Dans cette perspective, un enjeu contemporain au moment de la rédaction de ces lignes est de savoir si la rue Consell de Cent, la « superilla » piétonne traversant le Gaixample, deviendra un espace favorisant la qualité de vie et la socialisation des résidents et des touristes, ou si, à l'image de La Rambla, elle deviendra pour les habitants un espace perdu au profit d'un modèle touristique accapareur.

La mise en évidence du fait que les pratiques de loisirs des résidents et des touristes s'étendent au-delà de l'offre commerciale ouvre de nouvelles perspectives pour appréhender autrement les dynamiques de loisirs et de tourisme LGBT+. Cependant, céder à la tentation de marchandiser ces pratiques et ces espaces actuellement en marge serait contre-productif, dans la mesure où l'essence même de nombre d'entre eux réside précisément dans leur fonctionnement selon des paramètres distincts. Leur contribution à l'ensemble des loisirs et du tourisme se fait à travers cette spécificité qui les distingue.

Cette thèse qui croise les perspectives des touristes avec celle des résidents à Barcelone adoptant une approche relationnelle du tourisme pour replacer au centre des interrogations les aspects sociaux montre qu'il reste encore beaucoup de chemin à faire pour sortir des visions normées des espaces touristiques en général et des espaces LGBT+ en particulier, ainsi que des catégorisations qui classent les voyageurs dans des cases prédéfinies. Sortir de ces représentations formatées permettra de contribuer à une réflexion plus inclusive pour permettre de renforcer la durabilité touristique.

Annexes

Résumé en catalan · Resum en català

La coproducció d'una ciutat. Sociabilitat i especialitat dels residents i dels turistes LGBT+ a Barcelona

Aquesta tesi tracta de les relacions entre residents i turistes LGBT+ a Barcelona, examinant els factors que les condicionen, les pràctiques compartides i els espais i moments en què tenen lloc.

Des de la vessant dels estudis turístics, les relacions entre hoste i amfitrió han estat àmpliament estudiades, però gairebé sempre des d'un enfocament utilitari de mercat, centrant-se en la satisfacció del turista-client i en la comprensió de l'actitud del resident, entès aquest com a recurs territorial que pot afavorir o dificultar el desenvolupament turístic. Tanmateix, són escasses les aproximacions que han prescindit de les relacions d'intercanvi comercial per analitzar estrictament els aspectes socials. Aquest és, precisament, el nostre punt de partida. Per abordar-ho, ens hem centrat en un segment en un col·lectiu de la població local i en un segment de turistes que comparteixen un aspecte clau de la seva identitat: el fet de ser persones LGBT+. Això ens permet treballar amb una mostra més reduïda i potencialment més predisposada a interactuar.

Així, l'objectiu general d'aquesta tesi és estudiar la concepció del territori LGBT+ a través de les relacions que s'estableixen entre residents i turistes LGBT+. Com a estudi de cas, s'ha escollit la ciutat de Barcelona.

La metodologia de recerca adoptada és mixta i combina entrevistes a residents LGBT+ a Barcelona, en les quals els participants van elaborar un mapa mental individual; un qüestionari en línia adreçat a turistes LGBT+ que han visitat la ciutat; i observacions participants.

Pel que fa als entrevistats, han estat 49 persones de perfils diversos segons el seu perfil dins l'espectre LGBT+, trajectòria personal i lloc de residència a la ciutat. El qüestionari ha recollit 135 respostes de turistes de 36 nacionalitats que han visitat la ciutat en algun moment des de 2017. Quant a les observacions, s'han dut a terme en espais identificats com a LGBT+ en diferents moments al llarg de l'enquesta.

Aquesta combinació de mètodes ha permès verificar i contrastar les informacions recollides, tenint en compte la perspectiva dels residents envers els visitants, la dels visitants envers els resident i també les dels mateixos residents quan han viatjat com a turistes. Aquest tercer rol ha estat clau per trencar la dualitat resident-turista i per poder enfocar l'anàlisi en termes d'igualtat entre uns i altres.

L'àmbit geogràfic escollit és Barcelona, en tant que ciutat i en tant que destinació turística, assumint totes les mobilitats que això comporta, ja que molts dels residents han nascut o viscut fora, a més d'haver viatjat, i que molts turistes ja havien visitat la ciutat anteriorment.

Els resultats s'articulen al voltant de tres eixos. El primer és el rol central que tenen les pràctiques de lleure en la relació entre persones LGBT+. En efecte, s'ha constatat que les relacions s'estableixen, principalment, en moments d'oci i que, malgrat els ritmes diferents de residents i turistes, és en aquests moments quan tenen lloc. Aquestes relacions es produeixen a través de pràctiques molt diverses, condicionades tant pels interessos en el tipus de lleure com per les afinitats ideològiques o d'identitat LGBT+.

En segon lloc, s'ha constatat la multiplicitat de territorialitats LGBT+ existents a la ciutat, que van molt més enllà dels lloc centrals de l'oci comercial i turístic que, en el cas de Barcelona, se situen indiscutiblement en el Gaixample. La visibilitat d'aquestes territorialitats no és homogènia, ja que algunes són més evidents que altres i poden guanyar rellevància o desaparèixer en determinats moments. Es tracta d'un panorama amb continuïtats i discontinuïtats, segmentat i fragmentat, en què les territorialitats sovint s'encavallen, especialment si considerem que una mateixa persona pot assumir diferents rols i adoptar pràctiques diverses segons les necessitats de cada moment.

El tercer és el poder transformador que té el turisme, també per a la població local, sobretot en la generació de noves mobilitats derivades de l'experiència relacional entre residents i visitants. En aquest sentit, és especialment significatiu constatar que les relacions, les complicitats, i l'acceptabilitat entre residents i turistes LGBT+, de manera bidireccional, son més intenses que entre residents i turistes en general.

En aquestes dinàmiques d'hibridació, es constata que els residents contribueixen activament a la producció de la destinació LGBT+ i que els turistes LGBT+ també participen en la modelació de la ciutat.

Aquesta tesi reposiciona l'anàlisi del turisme LGBT+ com un fenomen intrínsec a la destinació, centrant-se en dos dels seus principals actors: els turistes i els residents. Això ha fet que el rol de la indústria del turisme i de l'oci LGBT+ quedés desdibuixat. A més, pel que fa a les relacions entre hostes i amfitrions, aquest angle d'anàlisi ens permet una aproximació més igualitària i bidireccional, lliure de les expectatives i exigències pròpies de la compra-venda de serveis entre ambdues parts.

En abordar-ho des de la noció de comunitat LGBT+, no només s'ha pogut explorar la matriu LGBT+/no LGBT+ i resident/turista, sinó que també ha permès fer emergir la diversitat de perfils, necessitats i enfocaments que hi ha dins la mateixa comunitat. La majoria d'aquests perfils queden relegats d'una oferta comercial centrada en un cert tipus de turista gai masculí, una situació que no només exclou els grups no considerats, sinó que també limita les possibilitats del sector de l'oci i del turisme. Tot i que tots els perfils reivindiquen el seu espai, no necessàriament ho fan estrictament com a grup. Així, el paraigua "LGBT+" podria funcionar, sempre que es materialitzi en una idea de ciutat/destinació genuïnament inclusiva, on ningú hagi de témer per tenir una orientació sexual o una identitat de gènere minoritàries.

La principal contribució d'aquesta tesi és, doncs, un canvi d'angle, que trenca amb el binomi resident/turista i adopta el de comunitat LGBT+, no com una categorització identitària en relació amb la comunitat heterosexual, sinó des d'una perspectiva funcional. A més, situar la perspectiva relacional al centre permet aportar elements clau per a desenvolupar la vessant social del turisme, sovint la més descuidada en la recerca sobre sostenibilitat.

Résumé en espagnol · Resumen en castellano

La coproducción de una ciudad. Sociabilidad y espacialidad de los residentes y turistas LGBT+ en Barcelona

Esta tesis trata sobre las relaciones entre residentes y turistas LGBT+ en Barcelona, examinando los factores que las condicionan, las prácticas compartidas y los espacios y momentos en los que tienen lugar.

Desde la perspectiva de los estudios turísticos, las relaciones entre huésped y anfitrión han sido ampliamente estudiadas, aunque casi siempre desde un enfoque utilitario de mercado, centrado en la satisfacción del turista-cliente y en la comprensión de la actitud del residente, entendido este como un recurso territorial que puede favorecer o dificultar el desarrollo turístico. Sin embargo, son escasas las aproximaciones que han prescindido de las relaciones de intercambio comercial para analizar estrictamente los aspectos sociales. Este es, precisamente, nuestro punto de partida. Para abordar esta cuestión, nos hemos centrado en un colectivo dentro de la población local y en un segmento de turistas que comparten un aspecto clave de su identidad: el hecho de ser personas LGBT+. Esto nos permite trabajar con una muestra más reducida y potencialmente más predispuesta a interactuar.

Así, el objetivo general de esta tesis es estudiar la concepción del territorio LGBT+ a través de las relaciones que se establecen entre residentes y turistas LGBT+. Como estudio de caso, se ha elegido la ciudad de Barcelona.

La metodología de investigación adoptada es mixta y combina entrevistas a residentes LGBT+ en Barcelona, en las cuales los participantes elaboraron un mapa mental individual; un cuestionario en línea dirigido a turistas LGBT+ que han visitado la ciudad; y observaciones participantes.

En cuanto a los entrevistados, han sido 49 personas con perfiles diversos según su posición dentro del espectro LGBT+, su trayectoria personal y su lugar de residencia. El cuestionario ha recopilado 135 respuestas de turistas de 36 nacionalidades que han visitado la ciudad en algún momento desde 2017. En cuanto a las observaciones, se han llevado a cabo en espacios identificados como LGBT+ en distintos momentos a lo largo de la encuesta.

Esta combinación de métodos ha permitido verificar y contrastar la información recopilada, teniendo en cuenta la perspectiva de los residentes hacia los visitantes, la de los visitantes hacia los residentes y también la de los propios residentes cuando han viajado como turistas. Este tercer rol ha sido clave para romper la dualidad residente-turista y para enfocar el análisis en términos de igualdad entre ambos grupos.

El ámbito geográfico elegido es Barcelona, tanto como ciudad como destino turístico, asumiendo todas las movilidades que esto implica, dado que muchos residentes han nacido o vivido fuera, además de haber viajado, y que muchos turistas ya habían visitado la ciudad anteriormente.

Los resultados se articulan en torno a tres ejes. El primero es el papel central que desempeñan las prácticas de ocio en la relación entre personas LGBT+. En efecto, se ha constatado que las relaciones se establecen principalmente en momentos de ocio y que, a pesar de los diferentes ritmos de residentes y turistas, es en estos momentos cuando tienen lugar. Estas relaciones se desarrollan a través de prácticas muy diversas, condicionadas tanto por los intereses en el tipo de ocio como por las afinidades ideológicas o de identidad LGBT+.

En segundo lugar, se ha constatado la multiplicidad de territorialidades LGBT+ existentes en la ciudad, que van mucho más allá de los espacios centrales del ocio comercial y turístico que, en el caso de Barcelona, se sitúan indiscutiblemente en el Gaixample. La visibilidad de estas territorialidades no es homogénea, ya que algunas son más evidentes que otras y pueden ganar relevancia o desaparecer en determinados momentos. Se trata de un panorama con continuidades y discontinuidades, segmentado y fragmentado, en el que las territorialidades a menudo se solapan, especialmente si consideramos que una misma persona puede asumir diferentes roles y adoptar prácticas diversas según las necesidades de cada momento.

El tercer eje es el poder transformador del turismo, también para la población local, especialmente en la generación de nuevas movilidades derivadas de la experiencia relacional entre residentes y visitantes. En este sentido, es particularmente significativo constatar que las relaciones, las complicidades y la aceptación mutua entre residentes y turistas LGBT+, de manera bidireccional, son más intensas que entre residentes y turistas en general.

En estas dinámicas de hibridación, se observa que los residentes contribuyen activamente a la producción del destino LGBT+, mientras que los turistas LGBT+ también participan en la modelación de la ciudad.

Esta tesis reubica el análisis del turismo LGBT+ como un fenómeno intrínseco al destino, centrándose en dos de sus principales actores: los turistas y los residentes. Esto ha llevado a que el papel de la industria del turismo y del ocio LGBT+ quede difuminado. Además, en cuanto a las relaciones entre anfitriones y visitantes, este enfoque analítico permite una aproximación más igualitaria y bidireccional, libre de las expectativas y exigencias propias de la compraventa de servicios entre ambas partes.

Al abordar esta cuestión desde la noción de comunidad LGBT+, no solo se ha podido explorar la matriz LGBT+/no LGBT+ y residente/turista, sino que también ha permitido hacer emerger la diversidad de perfiles, necesidades y enfoques dentro de la propia comunidad. La mayoría de estos perfiles quedan relegados por una oferta comercial centrada en un determinado tipo de turista gay masculino, una situación que no solo excluye a los grupos no considerados, sino que también limita las posibilidades del sector del ocio y del turismo. Aunque todos los perfiles reivindican su espacio, no necesariamente lo hacen estrictamente como grupo. Así, el paraguas "LGBT+" podría funcionar, siempre que se materialice en una idea de ciudad/destino genuinamente inclusiva, donde nadie tenga que temer por su orientación sexual o identidad de género minoritaria.

La principal contribución de esta tesis es, por tanto, un cambio de enfoque que rompe con el binomio residente/turista y adopta el de comunidad LGBT+, no como una categorización identitaria en relación con la comunidad heterosexual, sino desde una perspectiva funcional. Además, situar la perspectiva relacional en el centro permite aportar elementos clave para desarrollar la dimensión social del turismo, a menudo la más descuidada en la investigación sobre sostenibilidad.

Résumé en anglais · Abstract

The co-production of a city. Sociability and spatiality of LGBT+ residents and tourists in Barcelona

This thesis examines the relationships between LGBT+ residents and tourists in Barcelona, analysing the factors that shape them, the shared practices, and the spaces and moments in which they occur.

From the perspective of tourism studies, the relationship between host and guest has been widely analysed, though almost always through a market-driven, utilitarian approach focused on tourist-client satisfaction and understanding the resident's attitude, considering them as a territorial resource that may facilitate or hinder tourism development. However, few studies have set aside commercial exchange to strictly analyse social aspects. This is precisely our starting point. To address this issue, we have focused on a specific group within the local population and a segment of tourists who share a key aspect of their identity: being LGBT+ individuals. This allows us to work with a smaller and potentially more interaction-prone sample.

Thus, the general objective of this thesis is to study the conception of LGBT+ territory through the relationships established between LGBT+ residents and tourists. As a case study, the city of Barcelona has been selected.

The research methodology adopted is mixed and combines interviews with LGBT+ residents in Barcelona, in which participants created an individual mental map; an online questionnaire addressed to LGBT+ tourists who have visited the city; and participant observations.

Regarding the interviewees, there were 49 individuals with diverse profiles based on their place of residence, personal background, and position within the LGBT+ spectrum. The questionnaire collected 135 responses from tourists of 36 nationalities who visited the city at some point since 2017. As for the observations, they were conducted in spaces identified as LGBT+ at various moments throughout the survey.

This combination of methods has allowed for the verification and comparison of the collected information, considering the perspective of residents towards visitors, that of visitors towards residents, and also that of residents themselves when traveling as tourists. This third role has been crucial in breaking the resident-tourist binary and in framing the analysis in terms of equality between both groups.

The chosen geographical scope is Barcelona, both as a city and as a tourist destination, considering all the mobilities this entails, since many residents were born or have lived elsewhere, in addition to having travelled, and many tourists had already visited the city before.

The results are structured around three main axes. The first is the central role that leisure practices play in the relationships between LGBT+ individuals. Indeed, it has been observed that these relationships are primarily established during leisure moments and that, despite the different rhythms of residents and

tourists, it is during these times that they occur. These relationships develop through a wide range of practices, shaped both by interests in specific types of leisure and by ideological or LGBT+ identity affinities.

Secondly, the multiplicity of LGBT+ territorialities present in the city has been observed, extending far beyond the central spaces of commercial and tourist leisure, which, in the case of Barcelona, are indisputably located in the Gaixample. The visibility of these territorialities is not homogeneous, as some are more evident than others and may gain relevance or disappear at certain moments. This landscape is characterized by continuities and discontinuities, segmented and fragmented, where territorialities often overlap, especially considering that the same individual may assume different roles and adopt various practices depending on their needs at any given time.

The third axis is the transformative power of tourism, including for the local population, particularly in the generation of new mobilities stemming from the relational experience between residents and visitors. In this regard, it is particularly significant to observe that relationships, complicities, and mutual acceptance between LGBT+ residents and tourists, in a bidirectional manner, are more intense than those between residents and tourists in general.

Within these hybridization dynamics, it is observed that residents actively contribute to the production of the LGBT+ destination, while LGBT+ tourists also participate in the shaping of the city.

This thesis repositions the analysis of LGBT+ tourism as an intrinsic phenomenon within the destination, focusing on two of its main actors: tourists and residents. This has resulted in the role of the LGBT+ tourism and leisure industry becoming blurred. Furthermore, regarding the relationships between hosts and guests, this analytical approach allows for a more egalitarian and bidirectional perspective, free from the expectations and demands inherent in the commercial exchange of services between both parties.

By approaching this issue from the notion of the LGBT+ community, it has been possible not only to explore the LGBT+/non-LGBT+ and resident/tourist matrix but also to bring to light the diversity of profiles, needs, and approaches within the community itself. Most of these profiles are sidelined by a commercial offer focused on a specific type of gay male tourist, a situation that not only excludes unconsidered groups but also limits the possibilities of the leisure and tourism sector. While all profiles claim their space, they do not necessarily do so strictly as a group. Thus, the umbrella term “LGBT+” could be effective, provided it materializes into a genuinely inclusive city/destination concept, where no one has to fear having a minority sexual orientation or gender identity.

The main contribution of this thesis is, therefore, a shift in perspective that breaks away from the resident/tourist binary and adopts that of the LGBT+ community, not as an identity categorization in relation to the heterosexual community, but from a functional perspective. Furthermore, placing the relational perspective at the centre provides key elements for developing the social dimension of tourism, often the most overlooked in sustainability research.

Résumé en français

La coproduction d'une ville. Sociabilité et spatialité des résidents et des touristes LGBT+ à Barcelone

Cette thèse porte sur les relations entre résidents et touristes LGBT+ à Barcelone, en examinant les facteurs qui les influencent, les pratiques partagées ainsi que les espaces et moments où elles se déroulent.

Dans le cadre des études touristiques, les relations entre hôte et visiteur ont été largement analysées, mais presque toujours sous un angle utilitariste du marché, axé sur la satisfaction du touriste-client et sur la compréhension de l'attitude du résident, considéré comme une ressource territoriale pouvant favoriser ou entraver le développement touristique. Cependant, les approches qui excluent les relations d'échange commercial pour se concentrer strictement sur les aspects sociaux restent rares. C'est précisément notre point de départ. Pour aborder cette question, nous nous sommes concentrés sur un groupe spécifique au sein de la population locale et un segment de touristes partageant un aspect clé de leur identité : le fait d'être des personnes LGBT+. Cela nous permet de travailler avec un échantillon plus restreint et potentiellement plus enclin à interagir.

Ainsi, l'objectif général de cette thèse est d'étudier la conception du territoire LGBT+ à travers les relations qui se nouent entre résidents et touristes LGBT+. Comme étude de cas, la ville de Barcelone a été choisie.

La méthodologie de recherche adoptée est mixte et combine des entretiens avec des résidents LGBT+ à Barcelone, au cours desquels les participants ont élaboré une carte mentale individuelle ; un questionnaire en ligne destiné aux touristes LGBT+ ayant visité la ville ; et des observations participantes.

Concernant les personnes interrogées, elles étaient au nombre de 49, avec des profils variés selon leur lieu de résidence, leur parcours personnel et leur position dans le spectre LGBT+. Le questionnaire a recueilli 135 réponses de touristes de 36 nationalités ayant visité la ville à un moment donné depuis 2017. Quant aux observations, elles ont été réalisées dans des espaces identifiés comme LGBT+ à différents moments au cours de l'enquête.

Cette combinaison de méthodes a permis de vérifier et de confronter les informations recueillies, en tenant compte de la perspective des résidents envers les visiteurs, celle des visiteurs envers les résidents, ainsi que celle des résidents eux-mêmes lorsqu'ils ont voyagé en tant que touristes. Ce troisième rôle a été essentiel pour briser la binarité résident-touriste et pour orienter l'analyse en termes d'égalité entre les deux groupes.

Le cadre géographique choisi est Barcelone, à la fois en tant que ville et destination touristique, en tenant compte de toutes les mobilités que cela implique, puisque de nombreux résidents sont nés ou ont vécu ailleurs, en plus d'avoir voyagé, et que de nombreux touristes avaient déjà visité la ville auparavant.

Les résultats s'articulent autour de trois axes. Le premier est le rôle central des pratiques de loisirs dans la relation entre personnes LGBT+. En effet, il a été constaté que les relations se nouent principalement lors de moments de loisirs et que, malgré les rythmes différents des résidents et des touristes, c'est à ces instants qu'elles se produisent. Ces relations émergent à travers des pratiques très variées, influencées tant par les intérêts liés au type de loisirs que par les affinités idéologiques ou d'identité LGBT+.

Deuxièmement, il a été constaté la multiplicité des territorialités LGBT+ existantes dans la ville, qui vont bien au-delà des espaces centraux du loisir commercial et touristique qui, dans le cas de Barcelone, se situent indiscutablement dans le Gaixample. La visibilité de ces territorialités n'est pas homogène, certaines étant plus évidentes que d'autres et pouvant gagner en importance ou disparaître à certains moments. Il s'agit d'un paysage marqué par des continuités et des discontinuités, segmenté et fragmenté, où les territorialités se chevauchent souvent, notamment si l'on considère qu'une même personne peut assumer différents rôles et adopter diverses pratiques selon ses besoins à chaque instant.

Le troisième axe est le pouvoir transformateur du tourisme, y compris pour la population locale, notamment dans la génération de nouvelles mobilités issues de l'expérience relationnelle entre résidents et visiteurs. À cet égard, il est particulièrement significatif de constater que les relations, les complicités et l'acceptabilité mutuelle entre résidents et touristes LGBT+, de manière bidirectionnelle, sont plus intenses que celles entre résidents et touristes en général.

Dans ces dynamiques d'hybridation, il est observé que les résidents contribuent activement à la production de la destination LGBT+, tandis que les touristes LGBT+ participent également à la fabrique de l'urbain.

Cette thèse repositionne l'analyse du tourisme LGBT+ comme un phénomène intrinsèque à la destination, en se concentrant sur deux de ses principaux acteurs : les touristes et les résidents. Cela a conduit à estomper le rôle de l'industrie du tourisme et des loisirs LGBT+. De plus, en ce qui concerne les relations entre hôtes et invités, cette approche analytique permet une perspective plus égalitaire et bidirectionnelle, affranchie des attentes et exigences propres à la transaction de services entre les deux parties.

En abordant cette question sous l'angle de la notion de communauté LGBT+, il a été possible non seulement d'explorer la matrice LGBT+/non LGBT+ et résident/touriste, mais aussi de faire émerger la diversité des profils, des besoins et des approches au sein même de la communauté. La plupart de ces profils sont relégués par une offre commerciale centrée sur un certain type de touriste gay masculin, une situation qui non seulement exclut les groupes non pris en compte, mais limite également les possibilités du secteur des loisirs et du tourisme. Bien que tous les profils revendiquent leur espace, ils ne le font pas nécessairement en tant que groupe strictement défini. Ainsi, le concept de « LGBT+ » pourrait fonctionner, à condition qu'il se matérialise dans une idée de ville/destination véritablement inclusive, où personne n'aurait à craindre d'avoir une orientation sexuelle ou une identité de genre minoritaire.

La principale contribution de cette thèse est donc un changement de perspective qui rompt avec le binôme résident/touriste et adopte celui de communauté LGBT+, non comme une catégorisation identitaire par rapport à la communauté hétérosexuelle, mais dans une perspective fonctionnelle. De plus, placer la perspective relationnelle au centre permet d'apporter des éléments clés pour développer la dimension sociale du tourisme, souvent la plus négligée dans la recherche sur la durabilité.

Questionnaire aux touristes

Dans cette annexe, on trouve la notice concernant la collecte de données personnelles, qui devait être acceptée par les répondants au questionnaire, ainsi que le questionnaire lui-même.

Notice d'information dans le cadre de la collecte de données personnelles

Responsable du traitement : Les informations recueillies vous concernant vont faire l'objet d'un traitement dans le cadre du projet de thèse « Effets du tourisme LGBT+ sur la population LGBT+ résidente à Barcelone. Une approche géographique des interactions » de Jordi CALABUIG SERRA, doctorant en cotutelle à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne (France) et à l'Université de Girona (Espagne). Il est membre de l'équipe P.A.R.I.S de l'UMR 8504 Géographie-cités : https://geographie-cites.cnrs.fr/membres/jordi-calabuig-serra/

Finalités du projet : Le traitement a pour objet de cerner les espaces et les formes de socialisation entre les touristes et les résidents LGBT+ à Barcelone (Espagne) en se focalisant sur les expériences vécues et les perceptions des uns et des autres.

Modalités de collecte : Il y a dans ce projet trois modalités de collecte de l'information : un questionnaire en ligne adressé aux touristes, des entretiens individuels avec des touristes et des résidents, et des observations participantes :

- Un questionnaire en ligne adressé aux touristes LGBT+ qui ont visité Barcelone entre 2017 et 2022. Il peut être rempli en environ vingt minutes.
- Des entretiens individuels avec des touristes et des résidents. Ils seront enregistrés au format audio et durent entre 45 et 90 minutes, la durée moyenne étant d'une heure. Ils se dérouleront de préférence en face à face ou, à défaut, en ligne.
- Les observations participantes ne concernent pas la collecte de données permettant d'identifier les personnes.

Nature des données collectées : Seules les données strictement nécessaires à la réalisation de notre recherche seront collectées et traitées. Au cours des entretiens et dans le questionnaire, des sujets tels que l'orientation sexuelle, l'identité de genre, les habitudes quotidiennes (notamment les formes et lieux de loisirs et de socialisation, le lieu de résidence approximatif et la mobilité) et les pratiques touristiques (notamment les lieux et les formes de socialisation) seront abordés. Pour les personnes prêtes à être interviewées, un moyen de contact sera requis.

Base légale du traitement : La base légale du traitement repose sur la mission d'intérêt public qu'est la recherche publique dans un laboratoire CNRS. Si vous êtes français·e, vous devez être âgé·e de quinze ans ou plus. Si vous êtes d'une autre nationalité, vous devez avoir l'âge minimal requise pour répondre à des questionnaires sans le consentement de votre représentant de l'autorité parentale.

Participation libre : Votre participation au projet de thèse « Effets du tourisme LGBT+ sur la population LGBT+ résidente à Barcelone. Une approche géographique des interactions » est entièrement libre et volontaire.

Retrait du consentement : Vous êtes libre de vous retirer ou de cesser votre participation à ce projet à tout moment. Ce retrait n'entraînera aucune conséquence pour vous.

Pseudonymisation et confidentialité : Le responsable du projet de thèse « Effets du tourisme LGBT+ sur la population LGBT+ résidente à Barcelone. Une approche géographique des interactions » prend les engagements suivants :

- Si vous participez à un entretien, votre identité sera dissimulée à l'aide d'un faux prénom dans tous les écrits produits sur la base de vos propos, non seulement la thèse et d'autres publications académiques mais aussi les comptes rendus d'entretien, notes d'analyse échangées entre chercheurs, communications académiques, etc. Aucune autre information ne sera conservée qui puisse révéler votre identité : les notes d'entretien, comptes rendus d'entretien, notes d'observation, notes d'analyses et publications seront complètement anonymisés.
- Si vous répondez au questionnaire en ligne, votre identité sera dissimulée à l'aide d'un numéro aléatoire pour tous les d'informations collectées.
- Seulement le responsable de projet détient la table de correspondance qui permet de faire le lien entre votre identité et le faux prénom ou le numéro aléatoire attribué dans les différents fichiers.

Destinataires des données personnelles : Le destinataire de ces données est le responsable du projet. Eventuellement, les codirecteurs de la thèse, Nadine CATTAN et Lluís PRATS PLANAGUMA, auront accès à l'information complète mais déjà anonymisée.

Transferts de données : Toutes les données seront gardées en France.

Durée de conservation : Vos données personnelles sont conservées en base active jusqu'à un an après la soutenance de la thèse de Jordi CALABUIG SERRA, prévue en 2023. Après cette date, elles seront définitivement archivées de manière anonymisée.

Mesure de sécurité : Afin de garantir la confidentialité de vos données et éviter leur divulgation, les dispositifs suivants ont été mis en place :

- Seul le responsable du projet est autorisé à accéder aux données.
- Les mesures de sécurité, tant physiques que logiques, sont prises et conformes à la politique de sécurité des systèmes d'information du CNRS.

Diffusion : Les résultats de cette recherche seront diffusés sans que l'identification des personnes enquêtées soit possible. Au-delà de la thèse, qui est un document public, les résultats seront diffusés dans des colloques professionnels et scientifiques, dans des rapports destinés aux autorités, dans des revues professionnelles et académiques et dans des médias destinés au grand public.

Droits des personnes :

- Vous pouvez poser des questions au sujet de ce projet à tout moment en communiquant avec le responsable par courrier électronique : Jordi.Calabuig-Serra@etu.univ-paris1.fr.

- Vous pouvez accéder et obtenir copie des données vous concernant, vous opposer au traitement de ces données, les faire rectifier ou les faire effacer. Vous disposez également d'un droit à la limitation du traitement de vos données. Vous pouvez exercer ces droits en vous adressant à : Jordi.Calabuig-Serra@etu.univ-paris1.fr.
- Vous pouvez contacter la Déléguée à la Protection des Données du CNRS : CNRS, Service Protection des Données, 2 rue Jean Zay, 54500 Vandoeuvre-lès-Nancy, mail : dpd.demandes@cnrs.fr
- Si après avoir contacté le responsable du projet la DPD du CNRS vous estimez que vos droits Informatique et Libertés ne sont pas respectés, vous avez la possibilité d'introduire une réclamation en ligne auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) ou par courrier postal : CNIL, 3 Place de Fontenoy, TSA 80715, 75334 Paris Cedex 07, https://www.cnil.fr/

Questionnaire aux touristes : version française

En bleu, les questions de l'itinéraire principal sont affichées, et en vert, les itinéraires parallèles dérivés de certaines réponses. La numérotation en jaune indique le code des réponses obtenues.

Des versions en anglais et en espagnol étaient également disponibles.

Ce questionnaire s'adresse aux personnes LGBT+ qui ont visité Barcelone entre 2017 et 2022 mais qui n'y vivent pas. En y répondant, vous participez à une recherche doctorale en géographie (Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, France) et en tourisme (Université de Girona, Espagne). Nous vous remercions de nous aider. Ce questionnaire est anonyme, nous ne pourrons pas vous identifier sauf si vous nous en donnez explicitement l'autorisation. Fondamentalement, nous vous demanderons de vous souvenir de certaines expériences vécues dans la ville et lors d'autres voyages. Il y a aussi quelques questions qui nous permettront de comprendre qui vous êtes et comment vous voyagez. Cela vous prendra environ 20 minutes, merci et bonne continuation !

130. J'ai lu et j'accepte les informations sur la protection des données personnelles.

VOUS ET LE MONDE LGBT+

1. Comment vous identifiez-vous quant à votre orientation sexuelle ? (choix multiple)

- Lesbienne
- Gay
- Bisexuel·le
- Pansexuel·le
- Asexuel·le
- Hétérosexuel·le curieux·se

- Hétérosexuel·le
- Autre (veuillez spécifier) : **2.**

3. Comment vous identifiez-vous quant à votre identité de genre et/ou à vos caractéristiques sexuelles ? (choix multiple)

- Femme cisgenre
- Homme cisgenre
- Femme trans
- Homme trans
- Personne non binaire
- Personne intersexuelle
- Queer
- Autre (veuillez spécifier) : **4.**

[Une personne cis est celle qui ne sent pas qu'elle a un genre différent de celui assigné à la naissance / Une personne trans est celle qui ne s'identifie pas au genre qui lui a été assignée à la naissance / Une personne non binaire est celle dont le genre n'est pas « homme » ou « femme »]

3. Quand voyez-vous les sigles LGBT+, vous sentez-vous identifié·e ?

- Tout à fait
- Assez
- Un peu
- Pas du tout

DESTINATIONS TOURISTIQUES LGBT+

Dans cette section, nous vous poserons des questions sur les destinations touristiques LGBT+ ou LGBT+friendly. Pour simplifier, nous les appellerons « destinations LGBT+ ».

6. Indépendamment de la raison pour laquelle vous y êtes allé, avez-vous visité une destination touristique que vous identifiez comme LGBT+ pour une quelconque raison ?

- Oui
- Non

7. D'où ? (choix multiple)

- Europe
- États-Unis d'Amérique et Canada
- Amérique centrale et Caraïbes
- Amérique du Sud
- Afrique du Nord et Moyen-Orient
- Afrique subsaharienne
- Inde et Asie du Sud-Est
- Asie de l'Est et du Sud
- Océanie

8. Les destinations LGBT+ que vous avez visitées étaient principalement... (choix multiple)

- Des grandes villes
- Des villes moyennes
- Tourisme rural ou petites communautés
- Equipements exclusifs pour le public LGBT+

Vous souvenez-vous de destinations LGBT+ que vous avez visitées et qui sont... ? (facultatif)

- Vraiment LGBT+ : **9.**
- Plus gay que LGBT+ : **10.**
- Plus lesbien que LGBT+ : **11.**
- Plus pour les personnes trans que LGBT+ : **12.**

13. Identifier une destination comme LGBT+ influence-t-il votre décision d'y aller ?

- Très positivement
- Positivement
- Négativement
- Très négativement
- Cela ne m'influence pas

A votre avis, dans une destination LGBT+…
Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord / Plutôt en désaccord / Tout à fait en désaccord / Je ne sais pas

- La présence de touristes LGBT+ est notoire **14.**
- Il y a une zone LGBT+ identifiable **15.**
- Il existe une offre de loisirs spécifique pour les personnes LGBT+ **16.**
- Chacun·e peut exprimer librement son choix de genre **17.**
- Chacun·e se sent libre de jouir de sa sexualité. **18.**

Par rapport aux autres destinations, et selon votre propre expérience, dans les destinations LGBT+…
Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord / Plutôt en désaccord / Tout à fait en désaccord / Je ne sais pas

- Il y a plus de chances d'entrer en relation avec des personnes LGBT+ **19.**
- La population locale LGBT+ est plus visible **20.**
- Les touristes LGBT+ se sentent plus en sécurité **21.**
- Il est plus facile de voir du sexe explicite **22.**
- Il est plus facile d'accéder aux drogues récréatives **23.**
- Il est plus facile de trouver des services de prostitution **24.**

VOS VISITES À BARCELONE

À partir d'ici, nous vous demandons de vous souvenir de votre voyage – ou de vos voyages – à Barcelone de 2017 à aujourd'hui.

25. Combien de fois avez-vous visité Barcelone depuis janvier 2017 ?

- Une fois

- De 2 à 4 fois
- 5 fois ou plus

26. Quand avez-vous visité Barcelone depuis janvier 2017 ? (choix multiple)

- Avant le 12 mars 2020 (date à laquelle l'Espagne ferme ses frontières et décrète le premier confinement par la Covid-19)
- Entre le 12 mars 2020 et le 7 octobre 2021 (période de confinement et d'ouverture partielle d'entreprises et d'activités)
- Après le 8 octobre 2021 (ouverture complète de la vie nocturne avec des restrictions)

27. Vous voyagiez… (choix multiple)

- Seul·e
- En couple / avec mes partenaires
- Autres membres de la famille
- Avec des mineurs
- Avec des amitiés
- Avec des gens de mon travail
- En groupe organisé avec des gens que je ne connaissais pas
- Autres

28. Si vous ne voyagiez pas seul·e, les personnes qui vous accompagnaient étaient-elles LGBT+ ? (facultatif)

- Toutes
- La plupart
- Une minorité
- Aucune
- Je ne sais pas

29. Votre voyage (ou vos voyages) à Barcelone avait-il une motivation liée au monde LGBT+ ? (choix multiple)

- Non
- Oui, assister à la Pride
- Oui, assister au Festival Circuit
- Oui, une croisière gay, lesbienne ou LGBT+
- Oui, vacances à Sitges
- Oui, connaître le Gaixample
- Oui, autre motif LGBT+ (veuillez spécifier) : **30.**

31. Est-ce que vous ou l'une des personnes qui vous accompagnaient étiez dans l'une de ces situations ? (choix multiple) (facultatif)

- Nom d'usage différent du nom dans les documents officiels
- Traitement hormonal pour la transition
- Traitement antirétroviral
- Mobilité réduite

- Grossesse
- Y a-t-il d'autres circonstances qui ont déterminé votre voyage et que vous jugez pertinentes de les mentionner ? (veuillez spécifier) : **32.**

33. Aviez-vous déjà visité Barcelone avant 2017 ?

- Jamais
- Une fois
- De 2 à 4 fois
- 5 fois ou plus

VOS SITES LGBT+ À BARCELONE

34. Situez-vous dans les dates qui précèdent votre premier voyage à Barcelone depuis janvier 2017. À ce moment-là, identifiez-vous la ville comme une destination touristique LGBT+ ?

- Oui, tout à fait
- Assez
- Un peu
- Absolument pas
- Je ne me souviens plus

35. Et maintenant, identifiez-vous la ville comme une destination LGBT+ ?

- Oui, tout à fait
- Assez
- Un peu
- Absolument pas
- Je ne sais pas

36. Où avez-vous logé ? (choix multiple)

- Dans un hôtel, une auberge, un appartement touristique ou similaire
- Chez des résidents LGBT+ (amis, couchsurfing, Mister BnB, etc.)
- Chez des résidents non LGBT+ (amis, couchsurfing, Air BnB, etc.)
- Autre

37. À Barcelone, avez-vous fréquenté des lieux spécifiquement LGBT+ ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

40. Quel genre de lieu LGBT+ ? (choix multiple)

- Hébergement
- Établissements de loisirs (bar, discothèque, sauna, restaurant, etc.)

38. Pourquoi pas ? (choix multiple)

- Je ne savais pas qu'il y en avait

- Librairie, exposition, centre culturel - Centre de dépistage du VIH - Fête ou événement - Gaixample (principale zone LGBT+ de Barcelone) - Plage - Village à proximité - Lieux de drague - Autre (veuillez spécifier) : **41.**	- Je ne les ai pas trouvés - Je n'ai pas eu le temps - Je n'y vais pas parce que cela ne m'intéresse pas - Je n'aime pas cela - Je les déteste totalement Autres motifs (à préciser) : **39.**
42. Vous souvenez-vous du nom de l'un de ces lieux ? (facultatif)	
43. Pourquoi êtes-vous allé dans ces lieux ? (choix multiple) - Là où j'habite, il n'y en a pas - Pour pouvoir exprimer mon identité de genre en toute liberté - Pour socialiser avec les résidents LGBT+ - En raison de son caractère international dû au fait qu'il y a des touristes - Pour draguer et éventuellement avoir des relations sexuelles - Parce que je me sens bien dans cet environnement - Parce que ce sont des espaces plus sûrs - Pour son offre commerciale dédiée aux personnes LGBT+ - Pour obtenir de la drogue - Pour obtenir des services de prostitution - Autre (veuillez spécifier) **44.**	
Les gens qui étaient dans ces endroits, vous pensez que c'était… - Population locale (10) ou plutôt touristes (0) **45.** - Des personnes LGBT+ (10) ou plutôt des personnes non LGBT+ (0) **46.** - Des gays (10) ou plutôt d'autres personnes LGBT+ (0) **47.** - Des lesbiennes (10) ou plutôt d'autres personnes LGBT+ (0) **48.**	

LES GENS DE BARCELONE

49. Combien de personnes LGBT+ vivant à Barcelone avez-vous rencontrées ? - Entre 1 et 3 - Entre 4 et 9 - 10 ou plus - Avec aucune

50. Fondamentalement, les résidents LGBT+ avec lesquels j'ai interagi étaient... - Des gays - Des lesbiennes - Des personnes trans - Des personnes non binaires - Autres (veuillez spécifier) **51.**	**74.** Pourquoi pas ? (choix multiple) - Parce que je voyageais en couple - Culturellement, nous sommes très différents - En raison de problèmes de langue - Parce qu'en général, son niveau économique est bien inférieur au mien - Parce qu'en général, son niveau économique est bien au-dessus du mien - J'aimerais bien, mais je suis timide - Je ne me sens pas à l'aise avec d'autres personnes LGBT+ - Autre (veuillez spécifier) **75.**
52. Où vous êtes-vous rencontrés ? (choix multiple) - Par application de rencontres - Dans sa maison : j'y logeais - Où il·elle travaille : j'étais client·e - Dans le Gaixample, la zone LGBT+ - Dans un autre espace public (rue, plage, parc, etc.) - Dans un établissement ou un événement LGBT+ - Sur un site non LGBT+ - Autre (veuillez spécifier) **53.**	**54.** Quelles applications avez-vous utilisées pour contacter les résidents LGBT+ à Barcelone ? (choix multiple) - Grindr - Tinder - Jack' d - Wapa - ChillApp - OkCupid - Autres (veuillez spécifier) **55.**
	56. Quand avez-vous utilisé ces applications pour contacter des résidents de Barcelone ? (choix multiple) - Avant d'aller à Barcelone - Quand j'étais à Barcelone - Après mon séjour à Barcelone
Qu'avez-vous fait avec les résidents LGBT+ que vous avez rencontré ? Beaucoup / Assez / Peu / Rien - Nous saluer et parler **57.** - Activités de loisirs (manger ensemble, faire la fête, etc.) **58.** - Visiter des sites touristiques ou culturels **59.** - On m'a montré des endroits moins touristiques de la ville **60.** - Nous avons eu des rapports sexuels **61.**	
62. En dehors des options ci-dessus, avez-vous fait plus de choses avec eux/elles ? (facultatif)	

63. Êtes-vous allé dans une maison privée ?

- Oui
- Non

64. Quelle était la raison ? (choix multiple)

- J'y ai séjourné via Mister BnB, couchsurfing ou similaire
- Je suis allé chez des amis ou de la famille
- J'ai rencontré quelqu'un qui m'a invité à prendre un verre, à manger ou à une fête
- Je suis allée chez quelqu'un pour avoir des rapports sexuels

65. Quel genre de sexe ? (choix multiple)

- À deux
- Sexe en groupe
- Chemsex party (sexe en groupe avec des drogues)

Et quand vous avez quitté Barcelone, qu'avez-vous fait avec les résidents LGBT+ que vous avez le plus aimé connaître ?
Beaucoup/Totalement / Assez / Un peu / Rien

- Nous avons contacté directement (messagerie, mail, téléphone, etc.) **66.**
- Nous nous suivons sur les réseaux sociaux **67.**
- J'ai l'intention de contacter quelqu'un, mais je ne l'ai pas encore fait **68**.
- Je garde un beau souvenir mais nous n'aurons probablement plus de contact **69.**

70. Avez-vous revu quelqu'un d'entre eux ? (choix multiple)

- Non
- Oui, je suis retourné à Barcelone
- Oui, il·elle est venu·e là où je vis
- Oui, nous nous sommes rencontrés ailleurs

71. Relations en général : Avez-vous eu des relations plus étroites avec les résidents ou les touristes ?

- Beaucoup plus avec les résidents
- Plutôt avec des résidents
- Plus ou moins la même chose avec les uns qu'avec les autres
- Plutôt avec les touristes
- Beaucoup plus avec les touristes

72. Relations avec les résidents : Avez-vous eu d'autres relations avec des résidents LGBT+ ou des résidents non LGBT+ ?

- Beaucoup plus avec les résidents LGBT+
- Plutôt avec des résidents LGBT+
- Plus ou moins la même chose avec les uns qu'avec les autres
- Plutôt avec les résidents non LGBT+
- Beaucoup plus avec les résidents non LGBT+

73. Relations LGBT+ : Avez-vous eu des relations plus étroites avec des résidents LGBT+ ou des touristes LGBT+ ?

- Beaucoup plus avec des résidents LGBT+

- Plutôt avec des résidents LGBT+ - Plus ou moins la même chose avec les uns qu'avec les autres - Plutôt avec des touristes LGBT+ - Beaucoup plus avec des touristes LGBT+
D'après votre expérience personnelle, pensez-vous que la population locale est favorable ou réticente à l'arrivée de touristes LGBT+ à Barcelone ? Très favorables / Favorables / Indifférents / Réticents / Très réticents / Je ne sais pas - Les résidents LGBT+ sont... **76.** - Les résidents non LGBT+ sont… **77.**

LES AUTRES TOURISTES

78. Avec combien de touristes LGBT+ avez-vous eu des relations ? - Entre 1 et 3 - Entre 4 et 9 - 10 ou plus - Avec aucun·e	
81. Fondamentalement, les touristes LGBT+ avec lesquels j'ai eu des relations étaient… - Des gays - Des lesbiennes - Des personnes trans - Des personnes non binaires - Autres (veuillez spécifier) **82.**	**79.** Pourquoi pas ? (choix multiple) - Parce que je n'aime pas socialiser avec d'autres touristes - Parce que je voyageais en couple - En raison de problèmes de langue - J'aimerais bien, mais je suis timide - Je ne me sens pas à l'aise avec d'autres personnes LGBT+ - Autre (veuillez spécifier) **80.**
83. Où vous êtes-vous rencontrés ? (choix multiple) - Par application de contacts - Où je logeais - Dans le Gaixample, principale zone LGBT+ - Dans un autre espace public (rue, plage, parc, etc.) - Dans un établissement ou un événement LGBT+ - Dans un établissement ou un événement non LGBT+ - On se connaissait déjà avant - Autre (veuillez spécifier) **84.**	**85.** Quelles applications avez-vous utilisées pour contacter d'autres touristes à Barcelone ? (choix multiple) - Grindr - Tinder - Jack' d - Wapa - ChillApp - OkCupid - Autres (veuillez spécifier) : **86.**

	87. Quand avez-vous utilisé ces applications pour contacter des touristes en visite à Barcelone ? (choix multiple) - Avant d'aller à Barcelone - Quand j'étais à Barcelone - Après mon séjour à Barcelone

Qu'avez-vous fait avec les touristes LGBT+ que vous avez rencontrés ?
Beaucoup / Assez / Peu / Rien

- Nous saluer et parler **88.**
- Activités de loisirs (manger ensemble, faire la fête, etc.) **89.**
- Visiter des sites touristiques ou culturels **90.**
- Nous avons eu des rapports sexuels **91.**

92. En dehors des options ci-dessus, avez-vous fait d'autres choses avec eux ? (facultatif)

Et lorsque vous avez quitté Barcelone, qu'avez-vous fait avec les touristes LGBT+ que vous avez le plus aimé rencontrer ?
Beaucoup/Totalement / Assez / Un peu / Rien

- Nous avons contacté directement (messagerie, mail, téléphone, etc.) **93.**
- Nous nous suivons sur les réseaux sociaux **94.**
- J'ai l'intention de contacter quelqu'un, mais je ne l'ai pas encore fait **95.**
- Je garde un beau souvenir mais nous n'aurons probablement plus de contact **96.**

97. Avez-vous revu quelqu'un d'entre eux ? (choix multiple)

- Non
- Oui, je suis allé là où il·elle vit
- Oui, il·elle est venu·e là où je vis
- Oui, nous nous sommes rencontrés ailleurs

98. Relations avec les touristes : Avez-vous eu des relations plus étroites avec les touristes LGBT+ ou avec les touristes non LGBT+ ?

- Beaucoup plus avec les touristes LGBT+
- Plutôt avec les touristes LGBT+
- Plus ou moins la même chose avec les uns qu'avec les autres
- Plutôt avec les touristes non LGBT+
- Beaucoup plus avec les touristes non LGBT+

SÉCURITÉ ET SATISFACTION

99. Avez-vous souffert ou été témoin d'homophobie ou de discrimination pour des motifs LGBT+ à Barcelone ?	**100.** Quel genre ? (choix multiple) - Insulte ou dérision - Agression physique

- Oui - Non	- Empêcher l'entrée ou l'expulsion d'un endroit - Autre (veuillez spécifier) **101.**
	102. À votre avis, quel a été le déclencheur ? (choix multiple) - L'orientation sexuelle de la victime - L'identité de genre de la victime - L'expression de genre de la victime - Autre
103. Avez-vous vécu ou avez-vous été témoin d'épisodes de discrimination dans un lieu ou un établissement LGBT+ parce que vous êtes un·e touriste ? - Oui - Non	**104.** Quel genre ? (choix multiple) - Insulte ou dérision - Agression physique - Empêcher l'entrée ou l'expulsion d'un endroit - Autre (veuillez spécifier) **105.**
	106. À votre avis, quel a été le déclencheur ? (choix multiple) - Que la victime était un touriste - Que la victime ne connaissait pas la langue locale - Que la victime ne connaissait pas ou ne comprenait pas certains codes - Autre

En ce qui concerne vos attentes, quel est le niveau de satisfaction de votre séjour à Barcelone par rapport à vos attentes ?
Très satisfait·e / Assez satisfait·e / Peu satisfait·e / Pas du tout satisfait·e / Je ne suis pas concerné·e

- Votre socialisation avec les résidents LGBT+ **107.**
- Votre socialisation avec les résidents non LGBT+ **108.**
- Votre socialisation avec les touristes LGBT+ **109.**
- Votre socialisation avec les touristes non LGBT+ **110.**
- Votre socialisation avec des personnes de votre communauté (entre gays, entre lesbiennes, entre ours, etc.) **111.**
- Offre de loisirs LGBT+ commerciale (bars, discothèques, événements, fêtes, etc.) **112.**
- Offre de loisirs LGBT+ non commerciale (plage, événements et fêtes gratuits, etc.) **113.**
- Ambiance générale du Gaixample, la principale zone LGBT+ **114.**
- Liberté d'exprimer son identité de genre **115.**
- Opportunités liées au sexe **116.**
- Opportunités liées à la consommation de drogues **117.**
- Sentiment de sécurité en tant que personne LGBT+ **118.**
- Sentiment de sécurité par rapport à la criminalité en général **119.**

POUR TERMINER…

120. Où habitez-vous actuellement ? - [Dépliant pays] - [Les pays sont présentés par ordre de leur nom anglais. Par exemple, vous trouverez la Côte d'Ivoire juste avant la Jamaïque]
121. Dans quelle ville ou village ?
122. Vous vivez dans… - Un village ou une petite ville (jusqu'à 20 000 habitants) - Une ville moyenne (de 20 001 à 500 000 habitants) - Une grande ville ou ses environs (de 500.001 à 3.000.000 d'habitants) - Une métropole (zone de plus de 3.000.001 d'habitants)
123. Quelle est votre nationalité ? - [Dépliant pays] - [Les pays sont présentés par ordre de leur nom anglais. Par exemple, vous trouverez la Côte d'Ivoire juste avant la Jamaïque]
124. Quel est votre niveau d'études terminé ? - Aucun certificat de scolarité - Certificat de fin de scolarité - Études secondaires - Études universitaires
125. Quel âge avez-vous ? - Déroulant

ET MAINTENANT LA DERNIÈRE...

126. Pour approfondir ces questions, nous aimerions parler à certaines des personnes qui ont répondu à ce questionnaire. Si vous souhaitez collaborer, vous pouvez laisser vos coordonnées : - Oui, je veux laisser mes données - Non, je préfère garder l'anonymat	Si vous répondez à cette section, les réponses que vous avez données dans le questionnaire ne seront plus anonymes. **127.** Nom (veuillez spécifier) : **128.** Courriel (veuillez spécifier) : **129.** Langues de communication : (choix multiple) - Espagnol - Français - Anglais

Nous avons déjà fini... Merci beaucoup pour votre collaboration !

Si vous connaissez d'autres personnes LGBT+ qui ont visité Barcelone depuis janvier 2017, vous pouvez leur envoyer le questionnaire en cliquant ici (lien).
Si vous souhaitez nous envoyer des commentaires, vous pouvez nous écrire à Jordi.Calabuig-Serra@etu.univ-paris1.fr

Verbatim originaux

VOC : version originale en catalan

VOE : version originale en espagnol

Verbatims du chapitre 3

[1] VOE : *« Y con él hacemos muchas cosas dentro del ámbito sexual. Yo no me voy a follar con él, pero salgo y nos vamos a saunas y cosas y ya está. Cuando se podía. Ahora no se puede »* (Gustavo, 42 ans)
[2] VOE : *« ¡Uy! siempre hay cosas. Sigue habiendo bares, ahí, clandestinos. O sea, sigue habiendo noches clandestinas que hacen en sitios... Hay espacios que lo siguen haciendo. Si no, las raves que se montan... Si quieres, sigue habiendo noche. Sigue habiendo noche »* (Nico, 28 ans)
[3] VOC : *« Clar, a nivell treball, tothom em diu... hòstia, és que amb el turisme guanyaries moltes més peles... i jo... ya, bueno, clar... no conec aquest impacte, en aquest sentit, no? en el meu sentit laboral, però, bueno, de les experiències de companys, m'han dit que, en teoria, seria un canvi bastant radical. [Te l'esperes, doncs, la reobertura?] Molt. Realment, sí »* (Pol, 28 ans)
[4] VOC : *« Jo sempre he vist el turista com un... com un... o sigui, quan tu em parles de turisme, lo primer que em ve, la imatge, és jo amb la maleta treballant i tot de gent al voltant molestant »* (Xevi, 45 ans)

Verbatims du chapitre 4

[5] VOC : *« Les etiquetes encorseten, però posar nom a les coses va molt bé »* (Gabriel, 41 ans)

[6] VOC : *« Un es projecta i creix en funció d'un esdevenidor i d'una projecció d'un mateix. Clar, quin mirall… quin referent positiu tens si no hi ha cap terme? si allò en lo qual t'has d'identificar, no ho identifiques? »* (Jaume, 66 ans)

[7] VOE : *« Muchas veces el reto es que esa persona que viene de un colectivo LGTB no necesariamente sabe qué términos utilizar para referirse a sí misma, porque en su contexto no tiene referentes para hablar de su vivencia »* (Santiago, 58 ans)

[8] VOC : *« Jo soc gai i ja està »* (Borja, 31 ans)

[9] VOE : *« Soy una persona trans bisexual, soy una persona no binaria y actualmente, hace poco más de un año, en tratamiento de testosterona »* (Sinae, 29 ans)

[10] VOE : *« Yo es que me he quedado en LGTBI, en realidad, LGTB. Y luego ya fue la I, el LGTBI+, el no sé qué ¿sabes? ¡Me he perdido! y a veces pienso que eso tiene que ver con mi edad. Tengo 56 años. Tiene que ver con mi edad ¿Sabes?*

Que... bueno ¡ya! ¡ya! Soy maricón ¡Ya está! ¿Entiendes? Y todos los que se sumen al colectivo, me parece bien ¿sabes? Género fluido, no binario… se me escapa, como a mi madre la tecnología ¿entiendes? » (Enzo, 56 ans)

[11] VOC : *« Jo soc gai o marica, com a reapropiació de l'insult per desactivar la seva càrrega negativa, desafiant l'heteronorma i la societat que s'hi construeix al voltant »* (Adrià, 26 ans)

[12] VOC : *« Per mi, marika, té una connotació política, reivindicativa, d'empoderament, no? I, a la vegada, per a mi, és una mica sinònim de contra-hegemònic referent a lo que seria la homonormativitat, no? Tota aquesta assimilació que hi ha avui en dia de la conducta heterosexual »* (Joel, 27 ans)

[13] VOC : *« Jo soc bisexual. Bueno, ara mateix m'estic com debatent (sobre) si (soc) bisexual o simplement (soc) lesbiana amb molta heterosexualitat obligatòria, bueno, o sigui... és una mica el cacau que tinc, ara mateix, però sí, de primeres, soc dona bisexual »* (Ari, 22 ans)

[14] VOE : *« Yo soy no binarie. Luego está queer por ahí, que digo... entra un poco todo, pero todavía no está muy claro. Entonces, si es para hablar ahora, (de mí) en concreto, (yo soy) bi o no hétero y no binarie »* (Ares, 30 ans)

[15] VOC : *« Jo, a nivell personal, no soc molt fan d'anar ficant lletres diferents. Jo fa molt de temps que estic intentant utilitzar la paraula 'queer' que englobi a tot el col·lectiu. És una cosa a nivell pràctic, perquè és més fàcil dir queer que LGTBIQ+ (...) Sí que és veritat que dintre el col·lectiu és molt diferent i que dins el col·lectiu hi ha moltes disputes de a veure qui té la lletra i tot, però jo, en el meu mon utòpic, m'agradaria no haver de ficar tantes lletres i fer servir una paraula que ho englobés tot »* (Aleix, 39 ans)

[16] VOE : *« En la comunidad asexual hay más personas no binarias que binarias. Seguramente, la forma de replantearse el sexo hace que el género pierda mucho sentido. Entenderme como no binario sería como reconocer que el género existe. Yo considero que no existe. Para mí, es simplemente un acuerdo social que se hizo hace tiempo, basado en parte en instintos biológicos y en parte en prejuicios y así, y que nos está dando la turra de manera infinita »* (Álvaro, 29 ans)

[17] VOE : *« Igualmente lo sigo haciendo (adaptarme al mundo)... estoy casi todo el rato en el armario »* (Ares, 30 ans)

[18] VOE : *« Yo salí del armario muy joven. Yo siempre hago la broma como que yo salí del armario cuando todavía era valiente ¿no? Pero cuando yo le dije a mi familia que soy gay no había la visibilidad que hay ahora. En México, los noventa fueron una década de mucha apertura, pero también una década llena de homofobia donde, además, la homofobia era políticamente correcta ¿no? »* (Felipe, 35 ans)

[19] VOE : *« Tardé muchísimos años (en salir del armario) porque no hay referentes no binarios, no había visto una comunidad específica de personas no binarias, por lo que, buscarse el camino en todo eso, mentalmente, al menos para mí, no fue tan rápido. Y es una experiencia que comparto con muchas otras personas. Para mí, era como estar a medias, estar planteándomelo... pero sí, pero no, sin tenerlo claro »* (Sinae, 29 ans)

[20] VOC : *« És una constant i si vols viure en dignitat, et converteixes en activista perquè ho portes a dins »* (Víctor, 56 ans)

[21] VOE : *« A cierta gente le parecía muy noticiable (que yo fuera asexual), aparecía alguien nuevo y tenía que explicarlo. Esto me quemaba mucho, me desgastaba mucho. Además, con mucha exposición, me llegaban a parar por la calle. Me sentía muy vulnerable. Además, con preguntas íntimas »* (Álvaro, 29 ans)

[22] VOC : *« En certes coses puc dir que he estat una mica privilegiat, ja des de l'escola, eh? a l'escola era un bitxo raro i em van saber conduir molt bé. Després, amb els escoltes, continuava sent un bitxo raro i em van dir... vaig tenir responsabilitats i els pares encantats que jo m'ocupés dels seus fills malgrat que sabien que era un bitxo raro, que era gai. Sí, sí. Sí que se sabia que era gai »* (Pere, 71* ans)

[23] VOC : *« Jo vaig sortir de l'armari amb catorze anys, però quan vaig venir aquí, a Barcelona, i vaig entrar a la universitat, fins al segon curs no vaig tornar a sortir de l'armari perquè primer volia saber com era la gent perquè no em volia menjar el marron que em vaig menjar al meu poble »* (Joel, 27 ans)

[24] VOC : *« Sí que és veritat que a Barcelona tenia un context en el que era molt fàcil sortir de l'armari. Tampoc és que m'agradi molt l'expressió, eh? 'sortir de l'armari', però sí que tenia un context molt... sí... no sé, com molt segur per explicar què m'estava passant, no? perquè, a demés, tampoc és una cosa a la que hi hagués donat moltes voltes abans, vull dir, m'havia relacionat de manera heterosexual anteriorment i, bueno, de cop es va presentar com aquesta situació, que després, bueno, fent retrospectiva, pues pensava, te'n podies haver adonat abans, no? però bueno, sí que aquí tenia com un context en el que explicar això no era ni estrany ni res d'això, vull dir, era com molt fàcil »* (Sara, 27 ans)

[25] VOE : *« Nos enclosetamos muchas veces, la gente LGTBIQ ¿no? inconscientemente, como cuando, de repente, tus tías te dicen ¿ya tienes novia? y tú no aclaras ¿no? O cuando vas a ritos más serios o a sitios más elegantes o más pijos y alguien te hace un comentario asumiendo que eres hetero y como que no aclaras, como que te vas metiendo otra vez en el clóset en situaciones puntuales »* (Felipe, 35 ans)

[26] VOC : *« L'últim tabú que queda és a l'empresa... bueno, de lo altre queda lo que no està escrit, però així, a grandes rasgos, queda l'empresa (...) no és el meu cas (actualment), però va ser de l'últim lloc on vaig sortir (de l'armari). Al final me vaig fartar (riu), però si, va ser l'últim. I crec que és el que costa més. No sé dir-te ben bé per què, però és el que costa més. Suposo que és por a... bueno, la feina és la feina! »* (Cristina, 55 ans)

[27] VOC : *« Home, evidentment, a l'entorn laboral no vaig sortir als divuit, disset, ni vint anys, eh? O sigui, vaig sortir més endavant. Sí, l'entorn laboral, sí que és veritat que és un entorn on depèn quin jefe tinguis, eh... potser que sigui molt conservador. I que, per evitar problemes, pues almenys, no dius. (...) En el fast-food, cap tipus de problema, ja sabien la meva orientació... Jo crec que és més quan he anat a segons quines feines qualificades (...) no hem d'oblidar que el món laboral és un reflex de la societat i si a la societat hi ha conductes homòfobes o lgtbifòbiques, també n'hi haurà en el món laboral»* (Salvador, 38 ans)

[28] VOC : *« Va bé per poder parlar d'afecte i de sexe amb persones afins »* (Adrià, 26 ans)

[29] VOE : *« Es difícil tener un círculo de amigos (no LGTB+) porque no te interesas por las mismas cosas. Acabas pensando que tú tienes un problema (y el colectivo) puede ayudarte a encontrar a gente similar a ti, gente fuera de la norma que tiene que hacer frente a microagresiones. Lo LGBT+ (sería) como (un) sitio de validación de lo que sientes que es correcto porque es muy fácil caer en la autoinvalidación »* (Álvaro, 29 ans)

[30] VOE : *« Generalmente, (dónde he ido) ha sido más a eventos o zonas en los que sentirme mejor, más aceptade, más libre, de alguna manera. Es como me lo había encontrado hace años, mucho antes de plantearme nada, antes de salir del armario, antes del tema del género. Para mí era cómo… vale, esto es sinónimo de libertad, de alguna manera »* (Sinae, 29 ans)

[31] VOE : *« (en el círculo de amigues) es donde afecta más (la transición) porque conocen tu identidad anterior. (Es lo que) afectaba más a mi paz mental. Me agobié en general y dejé pasar cinco años antes de empezar en serio »* (Ares, 30 ans)

[32] VOC : *« El tema de l'expressió de gènere, des de la meva vivència, no ho relaciono tant en ser queer com en performar el gènere d'una manera menys normativa de la que estem acostumats socialment, no? »* (Adrià, 26 ans)

[33] VOE : *« A ver, tengo bastante asumido que el mundo… A ver, no creo que llegue a vivir la normalización del (lenguaje) neutro, entonces, hay días que me quedo como… ¡ojalá! »* (Ares, 30 ans)

[34] VOC: *« Jo penso que en el moment que estem ara hi ha més unió de les lletres per les amenaces que hi ha externes, diguem, de tipus polític i social » (Ferran, 54 ans)*

[35] VOE : *« Sería importante que hubiera más vínculos (entre comunidades específicas dentro del colectivo LGTB+). Hay mucho recorrido aún con la bisexualidad contra el monosexismo »* (Álvaro, 29 ans)

[36] VOC : *« els (amics) que queden ara, sí, bàsicament gais »* (Ferran, 54 ans)

[37] VOC : *« Quan surto, és per prendre una cervesa, tranquil·lament, i tampoc necessito estar en un lloc on solament (hi hagi dones). Ens veiem a tots els espais (...), és que no he volgut mai que això de ser dona lesbiana em limiti. Vull dir...*

jo sempre he pensat que el gueto no és bo (...) perquè jo no he deixat mai les meves amistats... mai, mai, mai he deixat de tenir l'altre mon » (Olga, 51 ans)

[38] VOC : *« Sí, realment, el meu entorn... els únics amics que tinc que no formen part del col·lectiu son els de la universitat i algun de l'escola que, bueno, que a vegades quedem (...) Realment, el 95 % del contacte que tinc és amb persones LGTB i el 90 % podríem dir que és GBHSH »* (Pol, 28 ans)

[39] VOE : *« Yo me agrupo a un colectivo LGTBI+ y, dentro de ese colectivo, ya, más inri, me agruparé con la gente con la que, dentro de ese colectivo, que es súper variado, súper amplio, me voy a sentir aún más cómodo (...) Pero yo creo que es la tendencia lógica ¿no? Yo soy de una condición X y me voy a intentar agrupar con gente de la condición X porque, principalmente, me voy a sentir más arropado, más cómodo, más seguro y eso es normal »* (Iker, 34 ans)

[40] VOE : *« (me relaciono con) muchas personas trans, la mayoría de mis amigues cercanes lo son. Porque se crea un espacio seguro, mucho más seguro que con cualquier otro colectivo. Y en el piso, todes forman parte del colectivo, de alguna manera. Hay chicos cisgay, una chica asexual… »* (Sinae, 29 ans)

[41] VOE : *« Me tomé un año sabático y vine a Europa a hacer un viaje y terminé en Barcelona, que no era una ciudad que pensara visitar (...) La perspectiva de que Barcelona es súper abierta en temas LGTB es solo internamente distinguible. O sea, lo que ve Latino América es, en esa época (años 2000), Holanda o incluso Alemania u otros países muy avanzados, pero España no era mucho una referencia. Había lo de las parejas de hecho, pero el matrimonio no llegó hasta el 2005. Quizá se conocía Barcelona como un espacio de bohemia, ciudad artística, pero no tanto por el tema LGTB »* (Santiago, 58 ans)

[42] VOE : *« Yo tenía una idea un poco diferente de lo que me iba a encontrar, creo que por culpa de Almodóvar. Yo soy muy fan de Almodóvar, vi Todo sobre mi madre, que la filmó aquí, y pensé que iba a llegar y ver transexuales por la calle y que iba… ¿sabes? Toda esta idea muy de movida madrileña ¿no? que es más bien una alternativa que no pasa aquí »* (Felipe, 35 ans)

[43] VOC : *« També és veritat que si hagués d'anar a viure a un altre lloc per feina o perquè me donés el punt o perquè conegués algú o per lo que fos, no sé si entre els meus barems arribaria a analitzar si me sentiria còmoda com a lesbiana o no, per quedar-m'hi o no. Això, ja no ho tinc tan clar. Home, si parlem d'anar al Golf Pèrsic o a Afganistan, no, eh? o sigui, m'estic referint a llocs (culturalment) una mica més propers a nosaltres. Evidentment, allà no m'aniria. Però ja ni com a dona »* (Cristina, 55 ans)

[44] VOE : *« Cuando eres un niño, adolescente, a veces te llaman maricón sin que tú sepas ni siquiera lo que es ¿no? O sea, yo me acuerdo de que, con 10 años, es que ni siquiera sabía si me gustaban las niñas o los niños, ni siquiera tenía excitación y ya me llamaban maricón. O sea, siempre se me vio. Siempre fue algo contra lo que luché, para que no se me notara. Entonces, ahora, por primera vez, digo, pues ya no lucho contra eso y que se me note que lo soy »* (Felipe, 35 ans)

[45] VOE : *« Ojo, si hay un grupo que están… que hay que pasar por un grupo donde hay diez chicos, por ejemplo, heterosexual o totalmente a ese rollo… que, siempre lo que hacemos nosotros es cruzar a la vereda de enfrente. A estas alturas, lo que hago es pasar por la acera. Me lo he trabajado ¿eh? O sea, que me importe tres... Y pedirles permiso "¿permiso?" y ahí es cuando a esos tipos más rabia les das. No, es que es de tipo... estoy cortando ese rollo y me estoy atreviendo a hacer algo (mientras) que el resto trata de cruzar por enfrente para pasar desapercibidas. No, yo quiero que me vean... que existe esto, también ¿no? »* (Nico, 28 ans)

[46] VOE : *« Yo logré un puesto importante dentro de lo que trabajaba, que era un centro de menores y algunos compañeros empezaron a utilizar información en contra mía, diciendo que como podía ser que una persona gay pudiera estar en ese puesto, asumiendo que una persona LGTB tiene que ver con ser pedófilo o alguna cosa de estas. Y, por otro lado, yo, en ese momento, ya era seropositivo y me plantearon que era un peligro de salud pública »* (Santiago, 58 ans)

[47] VOC : *« ...i després hi ha el Cara Bonita (établissement lesbien), però és que podria adoptar a totes les que hi havia allà, de sobres! (riu) No per res, que jo me porto molt bé amb la gent més gran i més jove, que no tinc problemes, però*

clar… arriba un punt que conversar de segons què, pues ja és un altre rotllo... van a ballar, van a... clar, és diferent (riu) » (Cristina, 55 ans)

[48] VOC : « *Quan vaig començar a anar d'orgies i tal tenia 21 anys. No em sentia, per res, escoltat. I, fins i tot, ara, avui dia, encara soc jove en comparació amb això i se'm tracta d'immadur. Per exemple, amb el tema de les drogues (en sessions de chemsex), perquè (si dic) 'esto no tendrías que mezclarlo con tal, vas a doblar' (i et diuen) 'pero si eres un crío ¡tu qué vas a saber!'… i al final veus que la gent dobla, pues bueno, saps? al final, vaig a aquests llocs i, de vegades, pues prefereixo no parlar (riu) »* (Joel, 27 ans)

[49] VOE : *« El tema es que yo soy una persona que me muevo siempre por un mismo lugar. No voy a La Mina ¿entiendes? Pero no es que no vaya a La Mina porque sea peligroso por mi condición de homosexual, básicamente no voy porque soy un poco clasista, sin el poco. Y pues, no voy (…) Yo ya tengo un estilo de vida que no lo quiero mermar »* (Enzo, 56 ans)

[50] VOE : *« Me marcó porque, era el primer Pride que pasaba aquí, y iba con amiga y (los porteros de la discoteca) no la querían dejar entrar. Justo era la noche del Pride. Al final, nos fuimos. Me afectó en negativo. (Si) toda la ciudad está reivindicando igualdad, lo primero que tienes que hacer es permitir que entre cualquiera. No sé cómo era esa noche porque no entré, pero otras noches era solo hombres »* (Hélder, 41 ans)

[51] VOC : *« Jo potser no vaig a segons quins llocs, com clubs de sexe o el que sigui, perquè t'imagines… vull dir, (que tinc) com uns complexos corporals… vull dir, que la norma corporal gai és bastant dura, son uns ideals bastant impossibles i això també crea exclusions (…) A veure, no és que no em deixin passar, però… De fet, ara m'he apuntat al gimnàs, que és algo que no em pensava que faria mai (…) No ho sé, potser si els models corporals fossin més diversos dels que es promouen, potser aniria a més llocs »* (Adrià, 26 ans)

[52] VOC : *« Potser sí que ara som més tolerants en alguns àmbits, però en algunes coses som més tancats ara que als anys 80, en què es tolerava més la diferència. Potser perquè veníem d'una dictadura i hi havia moltes ganes de llibertat. La gent sabia comportar-se »* (Sergi, 53 ans)

[53] VOC : *« Crec que tindria molts més problemes per dir-li a la meva mare "tinc dos parelles", que dir-li "soc bisexual". Jo crec que ho entendria encara menys. Perquè és això, ens han integrat tant el model, aquest, de parella, que veure algo fora és com impensable. I trobo que, fins i tot jo mateixa, tot i que jo mai he tingut cap relació poliamorosa, ni relació oberta, ni res, i és algo que, òbviament, no descarto, trobo que, fins i tot jo, tindria problemes per portar-ho »* (Ari, 22 ans)

[54] VOE : *« Yo no creo haber crecido con ningún trauma extremado, más allá de los que tenemos todos los maricones ¿no? los que vienen como de serie, (ríe) »* (Enzo, 56 ans)

[55] VOC : *« La gent que formem part del col·lectiu desenvolupem un sentit de la seguretat molt fort, no sé si... a veure, jo parlo amb l'experiència de que tinc 30 anys i he tingut bullying a l'escola, m'han donat pallisses, m'han insultat... llavors, potser jo perquè estic molt més sensibilitat en això, però sí, jo estic pendent sempre del voltant, de qui hi ha i de qui no hi ha, d'identificar aliats i aliades pel carrer »* (Arnau, 30 ans)

[56] VOE : *« Es que me pasó ayer mismo, en la calle, que una persona se me quedó mirando fijamente con cero disimulo durante varios minutos, no lo exagero, así, con cara de... es que no sabría interpretar muy bien su cara porque le tapaba la mascarilla y no sabía si era confusión o miedo (ríe) no lo sé, pero se me quedó mirando todo el rato, ahí parada, con su perro y mirándome »* (Sinae, 29 ans)

[57] VOC : *« Gent jove... Gent jove que és estúpida, que els crea una mica d'atracció i de rebuig i d'inseguretat. Una cosa d'estupidesa adolescent, el cervell no està clar, estan destarotats »* (Sergi, 53 ans)

[58] VOC : *« ...i m'hi vaig encarar. I la noia amb la que anava em va dir... déjalo, déjalo, o sea, no vale la pena y tal, però jo em vaig sentir, imagina't... a més el tiu ens va insultar, amb totes les... i n'hi havia dos a la barra, clar, ens vam aixecar, vam passar per allà, i s'hi van afegir... Va ser, allò... escarnio público, no? i, al final, vam marxar. No és que em*

sorprengués, perquè ara me sorprendria més que aleshores, però ho vaig viure molt malament, evidentment... Sí, sí, un energúmeno de cuidado » (Cristina, 55 ans)

[59] VOC : *« La meva parella va sofrir un botellazo. Anàvem juntes, ens varen dir no sé què... Jo crec que, a vegades, és millor continuar. La meva parella va optar per dir alguna cosa i la van agredir (...) pel carrer, per Gràcia. Va tenir que anar a l'hospital, evidentment. (...) Va denunciar (i hi va haver una) condemna amb la llei de l'homofòbia, amb agreujament d'homofòbia »* (Olga, 51 ans)

[60] VOC : *« Vaig tenir un agressió, per exemple, a L'Hospitalet (...) però bueno, faltaven tres anys perquè s'aprovés la llei contra la homofòbia. Llavors, era una falta. Si no, hauria sigut delicte »* (Pol, 28 ans)

[61] VOE : *« Es el miedo a que pase. O sea, he recibido los típicos comentarios… (pero) no me ha pasado nunca, nada más allá (de eso). Pero, yo qué sé, he crecido con el miedo interior, ya sea a mis padres o ya sea a todo el mundo... es un cuidado tú, no cuidado a la persona que te lo dice »* (Ares, 30 ans)

[62] VOE: *« Hay un factor que me influye mucho y que tiene que ver con mi percepción del mundo y con mi crianza. En Chile había dictadura hasta el año 90. Entonces, yo crecí viendo esa represión desde arriba, inconsciente o conscientemente. Y yo vivía mucho el cállate, no hables, no repitas, no cantes, no, esto no, no... porque va a venir un militar y te va a meter una escopeta por el culo o te va a matar o te va a meter preso. (…) Y hasta el día de hoy. Cuando fueron los atentados de Barcelona, por ejemplo, que andaban los militares en la calle, yo me cagaba de miedo. ¿Por qué me debía sentir protegido por un militar? Se me paran los pelos en piel de gallina »* (Gustavo, 42 ans)

[63] VOC : *« Bueno, a veure, si et trobes un grup que és molt… molt quillo-heterosexual, bueno, l'alarma s'encén, estiguis on estiguis »* (Candi, 40 ans)

[64] VOC : *« Tots ho saben (dintre la seva comunitat) i quan jo arribo, li diuen "tal, ha arribat el teu amic" i surt i podem anar a una terrassa, i tot això té un cert encant. Però que es desmunta si passa algú i diu "vosaltres què feu amb aquest maricón? Que no veieu que us donarà pel cul un dia d'aquests!"·No m'ha passat, però pot passar (...) has de tenir sempre una certa prudència de que això pot passar i que no saps mai com pot reaccionar aquest pakistanès... eh? és l'entorn, aleshores »* (Pere, 71* ans)

[65] VOC : *« Hosti, no, jo no tinc aquesta tranquil·litat d'home cis, heterosexual, blanc que tenen ells »* (Arnau, 30 ans)

[66] VOC : *« Els dies que hi ha partit, hi ha com una mena d'atmosfera que sí que em fa sentir incòmode, és a dir, quan en un ambient hi ha unes certes dosis de fanatisme, sigui del tipus que sigui, em puc arribar a sentir molt incòmode. Llavors, sí que em sento en un cert perill. El fanatisme esportiu, per exemple, o el fanatisme polític. Oh, i per no parlar del fanatisme religiós, eh? (...) És que el fanatisme sempre és homofòbic. El fanatisme té tant de pànic a que es posin en crisi els seus principis, eh? que entraríem en una guerra que sí, que podria ser perillós »* (Pere, 71* ans)

[67] VOC : *« No sé si hi està havent més agressions o si s'està parlant més de les agressions que hi ha, però està clar que, jo crec, tots estem acollonits »* (Borja, 31 ans)

[68] VOE : *« En el news hay más attacks homophobic in España en general. Este es a worry, esto para mi es un conexión de Vox, de cosas políticas, pero esto todavía es una problema mucho más pequeña que en otros lugares en Europa, en Poland por ejemplo, in Hungary, en Inglaterra, así que no, ahora yo no tengo problemas en Barcelona »* (Dave, 40 ans)

[69] VOE : *« La ultraderecha no llegó hace tres días, a Sonia la mató la ultraderecha, la ultraderecha ha estado toda la vida en España y en el gobierno de Cataluña, con Unió Democràtica, que decía que éramos enfermos, cosa que no se atreve a decir Vox »* (Víctor, 56 ans)

[70] VOC : *« M'aprenc de memòria llocs on saps que pots anar i sentir-te tranquil… bars i restaurants amb gent, botigues on creus que els agressors no entraran, com una botiga de joguines o de roba, un comerç amb una noia jove o una dona gran »* (Arnau, 30 ans)

[71] VOE : *« Hay una cosa que le pasa a las personas migradas y es que las primeras veces que tienen sensaciones de seguridad, aquí, es muy chocante porque, por ejemplo, yo recuerdo que hace muchos años, las primeras veces que salí con algún ligue y me dio un beso en medio de las Ramblas, yo me quedé en choc porque pensaba que alguien me iba a insultar o que algo iba a pasar en ese momento, porque yo no tenía la sensación de que la Rambla fuera segura ¿ya? porque había mucha gente. Entonces, en cierta forma, he invertido un poco este elemento de que cuando había poca gente yo me sentía más seguro, en otros sitios, pero aquí, cuando hay poca gente, me siento más inseguro. O sea, la presencia de la gente me hace sentir más seguro que la no presencia de la gente. Entonces, se ha invertido mi sensación de seguridad »* (Santiago, 58 ans)

Verbatims du chapitre 5

[72] VOC : *« ...però aguanto fins a les dues, que sembla ser que és molt d'hora »* (Pere, 71* ans)

[73] VOC : *« Realment, per mi, la separació d'espai gayfriendly i espai no gaygriendly és molt determinant perquè jo, quan vaig a una discoteca o un bar que no és LGTB, vaig una mica amb el condicionant, no? Quan els espais son LGTB, per mi és un salt qualitatiu i em sento molt més còmode i em relaciono amb tothom perquè sé que hi haurà certs aspectes subculturals, o diga-n'hi com vulguis, que ja els tindran assumits i, per tant, puc ser més jo, no? Vull dir que no tinc aquesta barrera (...) i que m'estalvio molt passos »* (Pol, 28 ans)

[74] VOC : *« (vam anar a una festa que) No sé si era d'ossos o era dels que estaven catxes o alguna d'aquestes etiquetes, saps? Però bueno, em vaig sentir molt còmoda. Hi havia, potser, tres noies més en tot l'Apolo, que vaig dir, aquests... aquesta festa segur que ningú em carda la mà al cul sense el meu permís »* (Cecília, 25 ans)

[75] VOC : *« No vull sentir-me forçat per codis de relació que et facin comportar d'una determinada manera, això em cansa. Tot l'ambient, ara mateix, és d'aparences. Ho veig molt bé a les discoteques, abans et podies posar a ballar i a la gent li agradava o no, però passava. En els últims anys, he vist algú fer això i gent jove posar-se al seu voltant i riure-se'n. Som molt oberts i molt dallò, sempre i quan facis el que jo considero que és el normal. Hem perdut una miqueta la cordialitat. La gent confon el que no m'agrada amb el que està malament i el que m'agrada amb el que està bé »* (Sergi, 53 ans)

[76] VOE : *« Yo prefiero una atmosfera más abierta que no donde hay un solo tipo de gais… friendly, muy open, no solo para chicos. Una mezcla de gente, para mí esto es importante. En Brighton si hay muchos, es una mashup... hay muchos transvestites, transsexuals, gays, lesbianas, bisexuals, todo es un mashup, hay muchos bares así. Así que, esta es mi... what I am used to... esta es mi historia, así que yo prefiero este tipo de bar para todos »* (Dave, 40 ans)

[77] VOC : *« ...i també l'edat, ara surto menys, ara m'agraden activitats més tranquil·les »* (Ferran, 54 ans)

[78] VOC : *« Temps d'oci? què és això? (riu) En tinc poc, però a vegades faig coses gais, o vaig a algun bar o vaig a alguna discoteca, no molt sovint, però ho faig i m'agrada. Sí que és veritat que quan tens parella, quan tens família, ho fas molt menys, evidentment, i no tens tant temps d'oci (...) Molt del meu oci està centrat en la nena, amb altres famílies LGBT o no »* (Sandro, 45 ans)

[79] VOC : *« (En els lesworking) porten dones punteres en diferents sectors i, llavors, es fa com una posada en comú. És laboral-cultural, però més laboral »* (Cristina, 55 ans)

[80] VOC : *« Tampoc vaig (a bars), ni a gais ni a no gai (...) Jo entenc que els dels bars han de guanyar diners... però critiquem molt el capitalisme i no ens adonem que ens acaba traient els diners del nostre oci (...) El capitalisme crea l'oci, justament, per manllevar-nos els diners que no ens ha tret amb la vivenda, el menjar, el vestir. Si comptes, en què més el pots gastar? a l'oci, que inclou viatjar, inclou cultura, inclou moltes coses però, en general, t'ho acaben prenent tot (...) La cosa és tu com el vius i com et deixes manipular (...) Si poguessin, ens cobrarien per respirar! »* (Miquel, 53 ans)

[81] VOC : *« Interrelacionar, no? o sigui, el ocio ha de ser la antesala del coneixement, no? i que tu estiguis allí per la qualitat humana, no? »* (Víctor, 56 ans)

[82] VOE : *« Recuerdo haber estado en espacios no mixtos, en los que no podían estar heterosexuales, para que fueran espacios seguros que, por lo general, son espacios muy inseguros para mí, para las personas asexuales »* (Álvaro, 29 ans)

[83] VOC : *« Però si som els únics que tenim saunes per anar a follar! Si us plau! »* (Joel, 27 ans)

[84] VOC : *« També, a vegades, pel carrer m'ha passat. Ara no tant sovint, però hi ha hagut períodes de la meva vida que ha sigut fàcil, en el transport públic o en situacions molt diverses, de trobar gent i que entaules una conversa o que acaba la cosa en altres coses, no? »* (Miquel, 53 ans)

[85] VOC : *« Sí que és veritat que els gais som molt salvatges i allà on anem, follem i, a vegades, no respectem l'espai dels altres. Si hi ha pobles o barris que no vulguin la manifestació gai, ho puc entendre, perquè som molt bèsties (...). A mi (el cruising) no m'ofèn, però puc entendre que hi hagi gent que això no ho vol veure »* (Sergi, 53 ans)

[86] VOC : *« (Montjuic) cada vegada està més a tope, sobretot amb la pandèmia, és una bogeria de gent. Jo feia temps que no hi pujava i vaig flipar de la gent que hi havia. I de lo que s'arriben a fotre »* (Aleix, 39 ans)

[87] VOE : *« Viste que aquí, en Barcelona, se drogan un montón. Yo lo he hecho, pero no soy de la sexual, yo uso la droga para divertirme »* (Nico, 28 ans)

[88] VOE : *« Al final, es un poco decepcionante porque gira todo muy entorno al tecno, a las drogas, a… sí, a eso, a la fiesta, a la noche, a las drogas, siempre hay drogas en las fiestas. Siempre hay drogas »* (Felipe, 35 ans)

[89] VOE : *« No me interesa la sexualidad hiperdesbocada por consumo, que eso no deja que no cree en disidencias sexuales en otras formas. Por ejemplo, yo tengo pareja abierta, pero no creo en esa forma de relación que veo en mis colegas y, de hecho, me resisto a ello »* (Iván, 42 ans)

[90] VOC : *« Acostumo a anar (a sessions de chemsex amb desconeguts) quan tinc molta ansietat. Justament, anava molt quan anava a la universitat, quan tenia exàmens (riu), era la meva forma de aliviar tensiones y ansiedades »* (Joel, 27 ans)

[91] VOE : *« Es que estoy en contra del concepto viajar, por lo general. Y me molesta, en cierto punto, que la gente me diga que le gusta viajar. Me parece perverso, pero intento no decirlo ¿eh? porque sé que es una idea como muy extendida lo de que hay que viajar y que viajar es bueno (...) Me parece perverso porque no tiene ningún sentido ambientalmente, no tiene ningún sentido desde la organización vital, tampoco. No te aporta nada irte un fin de semana a Budapest. Da igual como me lo pintes, es mentira, te estás engañando, no me va a convencer nadie. Otra cosa es que alguien lo quiera creer »* (Álvaro, 29 ans)

[92] VOC : *« Jo, personalment, la imatge que projecto és bastant gai, bastant efeminada, bastant... i no tinc ganes de passar per un mal moment o tenir que reprimir-me massa per anar a un lloc de viatge) »* (Arnau, 30 ans)

[93] VOE : *« No te voy a elegir una Rusia con lo marica que soy ¿no? o algún país así, no sé, a... Afganistán, por ejemplo ¡Ni loco! »* (Nico, 28 ans)

[94] VOE : *« No me fio del mundo »* (Ares, 30 ans)

[95] VOE : *« Me interesa mi seguridad, pero sobre todo la de mi pareja. Él es italiano y, quieras que no, venir de un país así, como peligroso, de cualquier país de América latina, en verdad, te hace estar como más alerta. Quiero decir que yo estoy más resguardado en ciertos países. Me gusta mucho viajar por el sur del mundo, entonces, siento que tengo una experticia para poder sobrevivir que él no tiene »* (Iván, 42 ans)

[96] VOE : *« Buscar actividades de ocio o culturales gais, está muy presente. Está muy presente en la búsqueda, pero no tanto, luego, en las actividades que hacemos. O sea, tendemos a buscar algo, pero luego en el cien por ciento de un día, o igual de las vacaciones que hacemos, puede ocupar un 30 %, un 20 % »* (Guido, 33 ans)

[97] VOC : *« A mi no em ve de gust. Jo tinc molta inquietud per conèixer molts llocs del món, però potser també tinc por. Llavors, si hagués d'anar a un lloc d'aquests per la feina? pues segurament hi aniria acollonit. O sigui, si hi vas per la feina, pues et poses l'uniforme, el traje i hi vas, i ja està »* (Borja, 31 ans)

[98] VOC : *« Quan vaig anar a operar-me a Tailàndia, vaig fer escala a Dubai. Anava amb faldilles, vaig entrar al lavabo de dones i ningú em va dir res. A la tornada menys, empoderada com estava amb un xoxo entre les cames »* (Eulàlia, 63 ans)

[99] VOC : *« No anava buscant espais de més llibertat per poder ser jo mateix. D'entrada, és una miqueta ingenu pensar que uns dies et poden solventar el que no tens al teu territori »* (Jaume, 66 ans)

[100] VOE : *« (en la República Surafricana) hay formas ancestrales de entender la sexualidad que no pasan por lo gay, entonces me interesa también eso »* (Iván, 42 ans)

[101] VOC : *« Al final és com que, la gent amb qui suposadament comparteixes una identitat, pues, és potser una manera de descobrir el lloc, no? (...) El fet de ser gai també crea formes de sociabilitat, no? (...) Vull dir que és una cosa molt gai, jo crec, lo de socialitzar a través del sexe, és una cosa que es fa, no? »* (Adrià, 26 ans)

[102] VOE : *« Claramente que busco que sea open (el destino turístico al que voy a ir), pero bueno, en todos lados pasa, aunque digamos que no, pero siempre hay como un círculo, siempre hay algo LGBT »* (Nico, 28 ans)

[103] VOC : *« No em mereix la pena l'estar patint per veure si ara tindràs un problema. El problema d'això? pues que, gairebé, no sé, el 60 % del mon o el 70, dius, això no ho veuré mai. A mi, per exemple, m'agradaria molt viatjar a Àfrica, però, en principi, no hi compto en viatjar, pues no sé, fins d'aquí trenta anys si les coses estan millor. Però quan veus aquells mapes de... és il·legal ser gai...»* (Borja, 31 ans)

[104] VOC : *« Als Emirats Àrabs, per exemple, jo hi vaig anar perquè hi ha un meu amic que viu allà i que és gai i que té parella d'allà i ens va convidar a anar-hi. I clar... és que tela... i, bueno, és que de gais n'hi ha a tot arreu i, pel que m'explica ell, a Dubai també hi ha vida (gai)... Però, veus? és un país que, en condicions normals, no hi hauria anat mai. Pel tema gai, sobretot, com tampoc no aniria a l'Aràbia Saudita o a l'Iran. Bueno, a l'Iran potser sí, perquè és un país culturalment molt interessant »* (Abdó, 47 ans)

[105] VOE : *« (A mi familia les) propuse Rusia, que no es el país más amigable hacia la comunidad, pero siento hay una cercanía a Europa. (...) Creo, también, que (es importante) el nivel de desarrollo que tiene el país sea cual sea la posición que tengan, el hecho de que tengan instituciones, o de que tengan una embajada, cosas así, que te dan seguridad. (...) Además, yo pienso que los rusos son personas normales y corrientes »* (Jorge Enrique, 24 ans)

[106] VOC : *« Per exemple, si anés a Egipte, em sentiria protegit com a turista, com en una bombolla. I és un lloc que m'agradaria moltíssim, per la curiositat, per l'arquitectura, sobretot per la cultura antiga del país. Però no vull anar en un lloc que un altre, perquè no té aquesta protecció turística, jo em sentiria segur i l'altre està patint. No, no tinc ganes d'anar a afavorir amb els meus diners un règim així. Hi ha altres llocs. Com que no viatjo gaire, els pocs llocs que viatgi, no vull que siguin aquests. No aniré ni a Polònia, ni a Rússia, ni, a lo millor, a cap país centreamericà »* (Candi, 40 ans)

Verbatims du chapitre 6

[107] VOC : *« Son gent molt oberta [els turistes], gais i héteros, amb els que pots parlar i sortir. Alguns sí que potser quedaven més xocats si jo portava una expressió de gènere més colorida aquell dia però, en general, son molt respectuosos i es refan ràpid »* (Marc, 29 ans)

[108] VOE : *« Sí, totalmente (sobre ir al Gaixample), yo he ligado básicamente con guiris, era como mi target »* (Felipe, 35 ans)

[109] VOC : *« bueno, clar, no conec aquest impacte en aquest sentit, no? en el meu sentit laboral, però, bueno… realment (m'ho espero) molt, sí. »* (Pol, 28 ans)

[110] VOC : *« Els que van al Circuit, en concret, per a mi son extraterrestres »* (Ferran, 54 ans)

[111] VOC : *« Jo els veig, els turistes, sobretot durant la Pride, quan ve una massa de turistes i es crea com una mena de gentrificació rosa. Però bueno, tu vens perquè hi ha una festa guai, saps? De fet, jo mai m'hi he sentit identificada, més aviat exclosa… que no és per a mi »* (Ari, 22 ans)

[112] VOC : *« Amb gent d'aquí, és més fàcil perquè tens els mateixos codis. Amb estrangeres, no saps mai com… potser si haguéssim tingut més temps... »* (Esther, 39 ans)

[113] VOC : *« I tant, pot ser una bellíssima persona, però un inconscient »* (Joel, 27 ans)

[114] VOC : « No perquè siguem gais hem de tenir coses en comú, no ? (…) amb gais d'aquí no hi ha sorpreses perquè ens assemblem més » (Adrià, 26 ans)

[115] VOC : *« el del Circuit, és un perfil que no genera conflictes, com a molt, als lavabos a la nit.... En general, els turistes que venen tot l'any no son conflictius »* (Pere, 71* ans)

[116] VOC : *« Amb turistes ? Uf... sí, una vegada al Fúria, vaig estar parlant amb una noia molt maca, molt jove… crec que era canadenca* » (Cristina, 55 ans)

[117] VOC: *« Honestament, si volgués anar a un bar de lesbianes, no sabria on anar (...) potser és el meu problema per no haver buscat més »* (Olga, 51 ans)

[118] VOC : *« sí, sí… hi ha turistes… pots trobar al bar i li demanes d'on és, però mai va més enllà d'això »* (Salvador, 38 ans)

[119] VOE : *« Sí… el Gaixample tiene que estar por aquí… pero es que no he estado nunca »* (Clara, 21 ans)

[120] VOC : *« el fet de ser turista et dona un permís no escrit de poder parlar amb qui vulguis, el que t'atén a la barra, demanar recomanacions… et sents com més lliure de parlar amb tothom »* (Arnau, 30 ans)

[121] VOC : *« Quan arribo a un lloc, obro el Grindr, no tant per conèixer algú, sinó que... diguem-ne, per seguretat, per conèixer el voltant, què hi ha i què no hi ha... si no hi ha molta gent gai al meu voltant, vol dir que la zona en la que estic no és gaire friendly »* (Arnau, 30 ans)

[122] VOE : *« Yo utilizo Grindr para sexo ocasional, como todo el mundo (...) oeri me aburre »* (Gustavo, 42 ans)

[123] VOC : *« Si estàs de viatge amb un grup d'amics, que estàs condicionat i no saps on seràs demà, (contactar amb gent) encara té menys sentit. Tinc amics que sempre estan enganxats al Grindr i (jo els dic) què estàs fent, ara? Estem a punt de visitar un temple... saps que no quedaràs amb aquest! »* (Aleix, 39 ans)

[124] VOE : *« Si me quedo uno o dos meses, busco conocer gente, tener relaciones afectivas, eróticas, conocer la Ciudad. Entonces, sí uso las aplicaciones »* (Iván, 42 ans)

[125] VOC : *« Encara tenim una mica de relació. És d'aquestes d'avui en dia, d'Instagram, d'anar-se donant likes i ja està. Fa vuit anys que no parlem, sé lo que fa, ell sap lo que faig jo i ja està »* (Borja, 31 ans)

[126] VOE : *« Él ha venido para acá. Yo he vuelto a Holanda. Hemos hecho viajes juntos, también. El año pasado hicimos Bélgica, Alemania y Francia en coche »* (Gustavo, 42 ans)

[127] VOC : *« És un valor afegit per Barcelona. Veus gent que viu en contextos socioculturals diferents al teu… »* (Marc, 29 ans)

[128] VOC : *« El turisme LGBT+ pot aportar que sàpiguen que projectar-se de manera positiva és possible »* (Jaume, 66 ans)

[129] VOC : *« Jo estic orgullós de ser ciutadà d'una ciutat que acull un esdeveniment com el Circuit »* (Pere, 71* ans)

[130] VOC : *« Som com una imatge del mon heterosexual, tot és G,* tot lo que sigui lèsbic està invisibilitzat, tot lo que sigui trans, també, igual que la resta (…) allà hi ha un monstre que ocupa una figura canònica de tipus de model d'home *»* (Joel, 27 ans)

[131] VOC : *« És una llàstima que el missatge sigui aquest (el cos estereotipat), però les coses estan canviant. És com el Gaixample, que és un concepte superat, però estan apareixent coses noves »* (Aleix, 39 ans)

[132] VOE : *«* A mí me falta esa chispilla de interés de la gente, de haber viajado al extranjero más allá de estar en un país que está a pocos kilómetros o a una hora de avión. De haber estado en un sitio verdaderamente diferente. Los franceses o los italianos que vienen de su país a aquí y ya está, tampoco aportan mucho porque se mezclan con otros franceses y con otros italianos *»* (Atalanta, 32 ans)

[133] VOC : *«* De fet, els meus amics ja sabien que de tant en tant jo em presentaria a casa seva amb el meu couchsurfer de la setmana, saps? i els hi feia molta gràcia *»* (Sandro, 45 ans)

[134] VOC : *« Sí que hi ha com la ficció de que tindràs alguna cosa com més en comú amb una persona que és gai que no amb algú que és hétero, que potser després descobreixes que no. Però això ja fa com que t'hi acostis, et dona peu a... bueno, no? »* (Adrià, 26 ans)

Verbatims du chapitre 7

[135] VOE : *« Bueno, aquí funcionamos mucho con el boca-oreja. Les amigues hablan de nosotres y otres nos van conociendo. Y si aterriza algún turiste despistade, pues bienvenide »* (Vero, 30* ans Obs)

[136] VOC : *« No m'agrada això del Gaixample, de veure-ho i concebre-ho com un barri (...) El que passa és que fer un barri només a partir d'una identitat, no m'acaba de fer el pes, segurament per això de que estic bastant en desacord amb el tema de les identitats »* (Jaume, 66 ans)

[137] VOE : *« La Rambla es un sitio que evitas. Tienes que esquivar a miles de personas (...) Tanto el frente marino, como la Rambla, sobre todo la Rambla, son zonas que están plagadas de turismo. Creo que es una calle que, ahora mismo, está perdida para la ciudadanía. Es totalmente turística y es imposible pasear... es imposible »* (Iker, 34 ans)

[138] VOC : *« El meu referent inicial son les Rambles. M'encantava passejar per les Rambles i no hi passejo pel tema del turisme, clar, em molesta, em molesta. És així de clar, em molesta, no m'hi sento a gust. No m'hi sento a gust i m'hi sento insegur »* (Jaume, 66 ans)

[139] VOC : *« Això era guirilàndia i el propietari es va flipar molt amb el preu »* (Tània, 30* Obs.)

[140] VOE : *« Me sabe mal por tu tesis, pero esto es vida y no lo de antes »* (Zulema, 38* Obs.)

[141] VOE : *« No te puedo marcar ninguno. No hay, lo siento (...) Es que no sé ¿qué más da? No me lo había planteado »* (Kevin, 23 ans)

[142] VOE : *« La cosa es que yo no voy a estos sitios pensando... este es un buen sitio para gais ¿sabes? si vamos ahí es porque sabemos que podemos encontrar buenos cómics o lo que sea »* (Hauru, 21 ans)

[143] VOC : *« Em costa d'entendre el concepte del turista que es mou pel fet de ser gai, com si busquessin Barcelona pel fet de ser gais. Això, no sé si passa. Passa? Jo em sento bastant fora d'aquest circuit »* (Gabriel, 41 ans)

[144] VOC : *« Per mi, ser a Barcelona implica estar envoltat de turistes. Potser per això no ho veig (que n'hi hagi d'LGBT+), perquè son a tot arreu. Potser al Poblenou els veies més perquè n'hi havia menys »* (Gabriel, 41 ans)

Verbatims du chapitre 8

[145] VOE : *« Me mola los loopster, montarme, llegar y ver gente extravagante, de la noche rara. No me gusta la noche de ir a sacarme la remera, que las disfruto, no digo que no, pero soy de la movida más underground, no del típico gay, sino como más marica »* (Nico, 28 ans)

[146] VOC : *« Ho veig més divers. Quan vas a Arena o a qualsevol altra discoteca d'aquestes , en plan, famoses, el cartell sempre és un home gai sense samarreta i la gent que hi va és, en el 90 %, això. En canvi, a les kafetes, si es dona que hi ha més nois gais que noies lesbianes, és, simplement, que han vingut més gais i ja està. La sensació és molt diferent »* (Ari, 22 ans)

[147] VOE : *« El turista LGTBI viene a Barcelona con dinero. Con dinero propio o con tarjeta de crédito y que después la tendrá que devolver en veinticuatro mil cuotas. Pero él viene a pasárselo bien, a disfrutar y a gastar »* (Gustavo, 42 ans)

[148] VOC : *« Nosaltres intentem ser oberts a tothom, però sovint som les de sempre. Som bastant homogènies. Som diversos en classe i edat, però no arribem a col·lectius socials racialitzats i no catalanoparlants. Les dones trans, negres, pobres no vénen a les nostres festes, están al Pride »* (Adrià, 26 ans)

[149] VOC : *« (Volíem) deixar clar que no son impunes contra nosaltres i que aquest espai també és nostre »* (Mercè, 53 ans)

[150] VOE : *« Muy rara vez me he encontrado a gente que sí se mezcla en círculos gais, por así decirlo (...) No es que sean homofóbicos, ni nada, simplemente no le dan valor, les da igual eso. Para ellos, el valor está en otras cosas. Tu valor está en otros aspectos de tu ser. O sea, le ponen valor a las cosas que la gente alrededor suyo le pone valor »* (Jorge Enrique, 24 ans)

[151] VOE : *« Me he dado cuenta y me alegra ver que no toda la gente que se monta, extravagante, o que se expresa libremente en su género es para salir de fiesta. También hay gente que se maquillan, se pintan las uñas, se arreglan para sentirse bien, para hacer su vida cotidiana »* (Felipe, 35 ans)

[152] VOC : *« És un temazo, aquest, eh? O sigui, jo ho he viscut molt així. També perquè des del grup de música (en el que estic) sempre hi ha hagut aquesta idea de parlar des del feminisme, o sigui, no ja com a objectiu, sinó com a una cosa que ens travessa. I també ens travessava a totes, d'alguna manera, el col·lectiu LGTB. Son dues coses que, bueno, que per mi, es fa molt difícil de separar »* (Sara, 27 ans)

[153] VOC : *« Als anys 70, quan jo començo, el llenguatge de les mirades era un llenguatge claríssim. Llavors, amb els anys, el treballes molt i... o sigui, tu mires un tiu una estona i saps perfectament si entiende o no entiende (...) Jo crec que encara és bastant així »* (Jaume, 66 ans)

[154] VOE : *«¡No, qué va! Yo soy como (Miguel) Bosé (en Tacones Lejanos), pero sin ser artista ¡ni juez! (se ríe) »* (Letal, 62* ans Obs.)

[155] VOE·C: *« Hay una drogofòbia interioritzada que no veas. Igual que hi ha la homofòbia, ara també hi ha la drogofòbia »* (Joel, 27 ans)

[156] VOE : *« Siempre vinculo sexo y consumo. Me suelo sentir más cómodo con la gente que está colocada (...) la persona se desinhibe y su juicio contra mí no va a ser tan fuerte ¿sabes? Entonces, la gente que no está tomando nada me pone más nervioso porque digo… esta persona está despierta, me está observando ¡mierda! ¿sabes? »* (Théo, 22 ans)

[157] VOC : *« Jo solo anar a llocs on hi va molta gent gai, per exemple, a la Filmoteca, que és un lloc interessant i, a vegades, coneixes gent perquè és un lloc on n'hi ha i si tens bon ull, ho veus »* (Miquel, 53 ans)

[158] VOE : *« Desde el momento que mi librería favorita amplía la sección LGTB digo… ¡Ah! Algo está cambiando ¡Me gusta esta sopa! Centros cívicos que se implican más, cómo la ciudad va cambiando… Es la gente que lo está cambiando. Es desde abajo (...) Los espacios LGBT+ se hacen más con la gente que porque tengan un cartelito fuera. Los lugares se hacen »* (Mayo, 24 ans)

[159] VOC : *« Han creat aquesta ciutat turística, que em costa trobar-m'hi. Ha estat en cosa de deu-quinze anys. Abans era el centre i llocs emblemàtics i s'ha anat estenent com tentacles i ara hi ha riuades de turistes dels carrers. Estàs en una ciutat que no reconeixes (...) l'afectació personal és molta, perquè canvia tot »* (Jaume, 66 ans)

Bibliographie

Abellan Calvet, N. (2022). Non-binary, gender-fluid and genderqueer identities in tourism. The case of Barcelona. *6th European Geographies of Sexualities Conference*.

Abril Sellarés, M., Azpelicueta, M. C., & Sánchez Fernández, M. D. (2015). Turismo sostenible: Lugareños frente a turistas. El caso de la ciudad de Barcelona. *Holos*, *31*(3), 331–337.

Adam, Z. (2018). *Praxis Queer : les corps queers comme sites de création et de résistance* [Université de Lille]. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02316195

Adamiak, C. (2018). Mapping Airbnb supply in European cities. *Annals of Tourism Research*, *71*, 67–71.

Adams, R. (2018). Tourism, creative industries and (youth) subcultures in the UK. *Diálogo Com a Economia Criativa*, *3*(8), 117–133.

Afonso, I. (2020). *Para um questionamento filosófico do género não-binário: condições de problematização e (re)significação*. Universidade do Porto.

Aïdi, N. (2022). La fabrique de la smart destination par une approche conceptuelle et urbaine. *Études Caribéennes*, *51*.

Aitchison, C., MacLeod, N. E., & Shaw, S. J. (2014). Leisure and Tourism Landscapes. In *Leisure and Tourism Landscapes*.

Ajuntament de Barcelona. Oficina Municipal de Dades. (2024). *La renda de les llars a Barcelona. Distribució per districtes, barris i seccions censals 2021*.

Alcalde Garcia, J., Guitart Casalderrey, N., Pitarch Mach, A., & Vallvé Fernández, Ó. (2018). De la turismofobia a la convivencia turística: El caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *Ara: Revista de Investigación En Turismo*, *8*(2), 25–34.

Aldrich, R. (2004). Homosexuality and the city: An historical overview. *Urban Studies*, *41*(9), 1719–1737.

Alessandrin, A. (2017). Au-delà du troisième sexe : expériences de genre, classifications et débordements. *Socio La Nouvelle Revue Des Sciences Sociales*, *9*, 201–214.

Alfeo Álvarez, J. C., & González de Garay Domínguez, B. (2010). Negociación de la visibilidad homosexual en la ficción televisiva española. *La Construcción de Género En La Ficción Televisiva*. https://docta.ucm.es/entities/publication/da586757-8be5-4e67-a64b-acc0ac61d1ca/full

Amichai-Hamburger, Y., & McKenna, K. Y. A. (2006). The contact hypothesis reconsidered: Interacting via the internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *11*(3), 825–843.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, *32*(4), 1056–1076.

Anderson, B., Aitken, S., Bacevic, J., Callard, F., Chung, K. D., Coleman, K. S., Hayden, R. F., Healy, S., Irwin,

R. L., Jellis, T., Jukes, J., Khan, S., Marotta, S., Seitz, D. K., Snepvangers, K., Staples, A., Turner, C., Tse, J., Watson, M., & Wilkinson, E. (2023). Encountering Berlant part one: Concepts otherwise. *The Geographical Journal*, *189*(1), 117–142.

Andrade, H., Breda, Z., & Dinis, G. (2021). Is Porto a Gay-Friendly Travel Destination? A tourism Supply Analysis. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 185–200). Channel View Publications.

Andrés Rosales, R., Mendoza González, M. Á., & Quintana Romero, L. (2023). Análisis espacial de la dsigualdad salarial y la precariedad laboral en el sector turístico mexicano. *Contaduría y Administración*, *68*(2), 271–295.

Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts. *Journal of Travel Research*, *32*(1), 47–50.

Apostolopoulou, E. N. (2016). Gay and lesbian tourism. In search of gay space? *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, *11*(3), 1–20.

Aragó Navarro, B. (2020). De «marica del poble» a la gran ciutat:una aproximació al sexili. *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, *21*, 11.

Arnaiz Burne, S. M., & Dachary, A. A. C. (2023). Geopolítica, colonialismo y turismo. *Ciência Geográfica*, *27*(4), 2396–2411.

Arroyo, L., & Amador, K. (2015). Turismo y trabajo sexual masculino en Cancún - México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, *24*, 982–992.

Astudillo Lizama, P. (2015). Homosexual Discretion and Good Taste : Two Rules That Govern Homosexual Sociability Space in Santiago de Chile. *Journal of Homosexuality*, *62*(September), 1432–1455.

Astudillo Lizama, P. (2019). The study of homosexual space: an example of feminist geographies' limits in Chilean academia? *Gender, Place and Culture*, *26*(7–9), 1013–1020.

Astudillo Lizama, P. (2022). The Changing Geography of Homosexuality in Santiago de Chile: Is the Individual a New Space for Analysis? *Mapping LGBTQ Spaces and Places: A Changing World*, 263–277.

Aubán Borrell, M. (2022). El bloque: instrucciones de uso. In J. Calatrava Escobar, D. Arredondo Garrido, J. M. Barrios Rozúa, E. Cachorro Fernández, A. del Cid Mendoza, F. A. García Pérez, A. Gor Gómez, B. Líndez Vílchez, J. C. Reina Fernández, M. Rodríguez Iturriaga, & M. Zurita Elizalde (Eds.), *Arquitectura y paisaje. Transferencias históricas, retos contemporáneos* (pp. 91–101). Abada Editores.

Azevedo, M. S., Martins, C. B., Pizzinatto, N. K., & Farah, O. E. (2013). Segmentação no setor turístico: o turista LGBT de São Paulo. *Revista de Administração Da UFSM*.

Babou, I., & Callot, P. (2007). *Les dilemmes du tourisme*. Vuibert.

Baker, C. (2023). When Eurovision Came Out: LGBTQ+ Visibility and the Eurovision Song Contest in the "Queer 1990s." *QED: Journal in GLBTQ Worldmaking*, *10*(3), 59–71.

Ballester, P. (2018). Barcelone face au tourisme de masse :« tourismophobie » et vivre ensemble. *Téoros. Revue de Recherche En Tourisme*, *37*(2).

Barrientos-Delgado, J., Cárdenas-Castro, M., & Gómez-Ojeda, F. (2014). Características sociodemográficas, bienestar subjetivo y homofobia en una muestra de hombres gay en tres ciudades chilenas. *Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro*, *30*(6), 1259–1269.

Bartual Figueras, M. T., & Pareja Eastaway, M. (2015). Procesos participativos de gestión para la sostenibilidad del desarrollo rural. El caso CETS (Carta Europea de Desarrollo Sostenible) en el Delta del Ebro, España. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo - RIAT*, *11*(1), 16–30.

Bassyiouny, M., & Wilkesmann, M. (2023). Going on workation. Is tourism research ready to take off? Exploring an emerging phenomenon of hybrid tourism. *Tourism Management Perspectives*, *46*.

Bell, D. (1995). Perverse dynamics, sexual citizenship and the transformation of intimacy. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 304–317). Routledge.

Bell, D., & Valentine, G. (1995). Introduction: Orientations. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 1–30). Routledge.

Berroir, S., Cattan, N., Dobruszkes, F., Guerois, M., Paulus, F., & Vacchiani-Marcuzzo, C. (2017). Les systèmes urbains français : une approche relationnelle. *Cybergeo*, 0–21.

Bertrand, M., Blot, F., Dascon, J., Gambino, M., Milian, J., & Molina, G. (2007). Géographie et représentations : De la nécessité des méthodes qualitatives. *Actes Du 1er Colloque International Francophone Sur Les Méthodes Qualitatives*, 316–334.

Bestard Comas, J. (1981). Reflexión sociológica y crítica sobre las comunidades humanas implicadas en el fenómeno turístico. *Estudios Turísticos*, *69*, 57–82.

Bhairannavar, K. (2021). Ethics in Geographical Research: Studying Male Homosexual Cruising Sites. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, *6*(2), 142–146.

Bibiloni, M. (2023). *Putofobia y putarquía*. Maricorners III Congreso internacional de estudios interdisciplinares LGTBIQ+ en español.

Bimonte, S., & Faralla, V. (2016). Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? A two-step survey in a Mediterranean destination. *Tourism Management*, *55*, 199–208.

Binnie, J. (1995). Trading places. Consumption, sexuality and the production of queer space. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 182–199). Routledge.

Binnie, J. (2004). *The Globalization of Sexuality*. Sage.

Blanchard, S., Estebanez, J., & Ripoll, F. (2021). *Géographie sociale : approches, concepts, exemples*. Armand Colin.

Blatt, R. (2024). "I don't need advice but I will take it": Allied labor in transgender allyship. *Sexualities*, *27*(3), 733–752.

Blidon, M. (2007). *Distance et rencontre : éléments pour une géographie des homosexualités*. Université Paris Diderot Paris 7.

Blidon, M. (2017). Genre et ville, une réflexion à poursuivre. *Les Annales de La Recherche Urbaine*, *112*(1), 6–

15.

Bloch, N. (2017). Barbarians in India. Tourism as moral contamination. *Annals of Tourism Research*, *62*, 64–77.

Bocoum, S. (2022). Legal limitations for tourism. Senegal: A slippery slope for the development of LGBT tourism. *6th European Geographies of Sexualities Conference*.

Boirot, A. (2020). *"Là où vont les garçons": Une anthropologie du tourisme festif (Lloret de Mar, Costa Brava)*. École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Boivin, R. (2011). Entre agrégation et ségrégation , les gays en région francilienne. *Justice Spatiale*, *3*(1995), 1–12.

Bonté, M. (2022). *Négocier la ville en escales. Les espaces publics au prisme des expériences trans à Paris , Rennes et Londres*. Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

Bonvissuto, S. (2022). Re-signifying Political Spatiality and Spatial Politics of All-Gender Spaces in New York. *Mapping LGBTQ Spaces and Places: A Changing World*, 169–181.

Boutier, J. (2004). Le grand tour : une pratique d'éducation des noblesses européennes (XVIe-XVIIIe siècles). *Le Voyage à l'époque Moderne*, *27*, 7–21.

Boyd, N. A. (2011). San Francisco's Castro district: From gay liberation to tourist destination. *Journal of Tourism and Cultural Change*.

Boyer, M. (2011). *Ailleurs. Histoire et sociologie du tourisme*. L'Harmattan.

Bru, J., & Vicente, J. (2005). ¿Qué produce miedo en la ciudad? In O. Gutiérrez (Ed.), *La ciudad y el miedo. VII Coloquio de Geografía Urbana* (pp. 15–28). Universitat de Girona.

Brunet Estarellas, P. J., Almeida García, F., Coll López, M., & Monteserín Abella, O. (2005). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, *39*, 201–226.

Brunet, F. (2011). Análisis del impacto económico de los Juegos Olímpicos. In E. Fernández Peña, B. Cerezuela, M. Gómez Benosa, C. Kennett, & M. de Moragas Spà (Eds.), *Mosaico olímpico. Investigación multidisciplinar y difusión de los estudios olímpicos CEO-UAB 20 años* (pp. 219–239). Centre d'Estudis Olímpics UAB & Ajuntament de Barcelona.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, *21*, 97–116.

Buitrago-Camacho, K.-T. (2023). Participación en actividad física y deporte de la comunidad LGBT. *Pensamiento y Acción*, *34*, 78–91.

Butler, J. (2001). *El Género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós & Universidad Nacional Autónoma de México.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, *24*(1), 5–12.

Cai, W., & Southall, C. (2021). Managing sexuality for gay and lesbian parents in heterosexual family holiday

spaces: Setting an agenda for research. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 52–64). Channel View Publications.

Caliandro, A. (2018). Digital Methods for Ethnography: Analytical Concepts for Ethnographers Exploring Social Media Environments. *Journal of Contemporary Ethnography*, *47*(5), 551–578.

Camprubí, R., & Prats, L. (2009). Considering tourist perceptions and network configuration in destinations management. *New Perspective on Sustainability*, *1*, 23–37.

Camprubí Subirana, R. (2009). *La formació de la imatge turística induïda: el paper de les xarxes relacionals*. Universitat de Girona.

Carballido, A. (2020). La participación ciudadana como elemento esencial en la dimensión social de la Smart Destination. In G. X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralba, & M. Blàzquez-Salom (Eds.), *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* (pp. 347–357). Societat d'Història Natural de les Balears.

Cardon, D., & Smoreda, Z. (2014). Réseaux et les mutations de la sociabilité. *Reseaux*, *184–185*(2), 161–185.

Cardona, J. R., Sánchez Fernández, M. D., & Soares, J. R. R. (2024). Hospitality and anti-tourist attitudes through the host-guest relationship in the Westworld science fiction series. *Turyzm/Tourism*, *34*(1), 23–30.

Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, *21*(6), 601–611.

Casado Buesa, M. P. (2017). *El impacto del turismo en el acceso a la vivienda: El análisis de los barrios de Barcelona*. Universitat Politècnica de Catalunya.

Castells, M. (1983). *The City and the Grassroots: A Cross-Cultural Theory of Urban Social Movements*. University of California Press.

Cattan, N. (2012). Trans-territoire. Repenser le lieu par les pratiques spatiales de populations en position de minorité. *L'Information Géographique*, *76*(2), 57–71.

Cattan, N. (2014). Repenser la territorialité. L'apport du croisement mobilité et genre. *BSGLg*, *62*, 1149–1167.

Cattan, N., & Clerval, A. (2011). Un droit à la ville ? Réseaux virtuels et centralités éphémères des lesbiennes à Paris. *Justice Spatiale | Spatial Justice*, *3*.

Cattan, N., & Leroy, S. (2012). La ville négociée : les homosexuel(le)s dans l'espace public parisien. *Cahiers de Géographie Du Québec*, *54*(151), 9.

Cattan, N., & Leroy, S. (2022). *Atlas mondial des sexualités. Libertés, plaisirs et interdits*. Autrement.

Cazes, G. (1992). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. Éditions Bréal.

Ceriani, G., Duhamel, P., Knafou, R., & Stock, M. (2005). Le tourisme et la rencontre de l'autre. Voyage au pays des idées reçues. *L'Autre*, *Volume 6*(1), 71–82.

Chakraborty, K., & Chakraborty, A. S. (2024). *The Queer and the Vernacular Languages in India*. Routledge.

Chamouleau, B. (2018). Formas de la colonialidad mesocrática: Turistas gais en la Costa Brava de los setenta. *Rúbrica Contemporánea*, *VII*(13).

Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Behavioural Outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, *January 2013*, 177–181.

Chappelet, J. L. (2018). Les retombées touristiques des jeux olympiques d'aujourd'hui. *Entreprises et Histoire*, *93*(4), 90–104.

Chauvin, S., & Lerch, A. (2013). *Sociologie de l'homosexualité*. La Découverte.

Chen, Y.-H. (2020). *De l'obscurité à la résistance : identité bisexuelle et mutations socio-culturelles (Paris, Taïpei, années 1970 à nos jours)*. Université Paris Cité.

Chiang, H., & Wong, A. K. (2020). *Keywords in Queer Sinophone Studies*. www.routledge.com/

Chossière, F. (2019). Tourisme gay et normativités sexuelles. *EspacesTemps.Net.*

Clemente Soler, J. A., Bote Díaz, M., & Sánchez Vera, P. (2018). El turismo social accesible como nuevo modelo turístico. *Cuadernos de Turismo*, *41*, 139–159.

Clift, S., & Forrest, S. (1999). Gay men and tourism: destinations and holiday motivations. *Tourism Management*, *20*, 615–625.

Cócola Gant, A. (2016). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos*.

Coëffé, V. (2023). Penser/repenser le tourisme. *L'Information Géographique*, *87*(2), 10–25.

Colau, A., & Alemany, A. (2012). *Vides hipotecades. De la bombolla immobiliària al dret a l'habitatge*. Angle Editorial.

Colet Duran, J. M. (1997). Brito Henriques, E. Lisboa turística. Entre o imaginário e a cidade. *Revista Bibliogràfica de Geografia y Ciencias Sociales*, *2*.

Condevaux, A., Gravari-Barbas, M., & Guinand, S. (2019). *Lieux ordinaires, avant et après le tourisme. Hybridations, désintermédiations et le rôle de la société civile*.

Córdova Plaza, R. (2015). Universos paralelos. Turismo sexual comercial entre hombres en el Puerto de Veracruz, México. In *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen* (Vol. 24).

Coşkun, G. (2021). *The search for gay space, relationship dynamics and travel decisions among same-sex couples in a secular muslim country* (Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.)). Channel View Publications.

Cousin, B., & Chauvin, S. (2012). L'entre-soi élitaire à Saint-Barthélemy. *Ethnologie Francaise*, *42*(2), 335–345.

Cream, J. (1995). Re-solving riddles. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 31–40). Routledge.

Crespi Vallbona, M., & Mascarilla Miró, Ò. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure*, *44*(133), 51–70.

Cupri, H., & Le Gall, G. (2023). Territoires. In *MobiDic, Dictionnaire critique des Mobilités*.

Dahl, S., & Barreto, A. M. (2021). Away from the mainstream: Motivations of travellers seeking alternative forms of LGBT travel. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 153–168). Channel View Publications.

Dann, G. M. S., & Parrinello, G. L. (2009). Setting the scene. In *The sociology of tourism. European origins and developments* (pp. 1–62). Emerald Group Publishing Ltd.

De Craene, V. (2017a). Geographies of Sexualities: Bodies, Spatial Encounters and Emotions. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, *108*(3), 261–274.

De Craene, V. (2017b). Fucking geographers! Or the epistemological consequences of neglecting the lusty researcher's body. *Gender, Place & Culture*, *24*(3), 449–464.

de Jesus, D. S. V. (2018). Fique como um gay local: O Misterb&B e a acomodação peer-to-peer no Rio de Janeiro. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, *7*(2), 119–138.

De Raedt, T. (2010). Le Club Med: L'idéalisme d'une époque. *French Cultural Studies*, *21*(3), 216–235.

Debord, G. (2005). *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos.

Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, *33*(1), 64–73.

Delaplace, M. (2017). Coprésence des touristes et des résidents: entre usages partagés, injection de revenus, création d'emplois et conflits. In M. Delaplace & G. Simon (Eds.), *Touristes et habitants. Conflits, complémentarités et arrangements* (p. 176). Infolio éditions.

Di Clemente, E., De Salvo, P., & Hernández Mogollón, M. J. (2011). Slow tourism o turismo de lentitud: Un nuevo enfoque al desarollo de territorios lentos. *International Conference on Tourism & Management Studies, Faro Portugal, Vol. 1*, 883–893.

Diputació de Barcelona i Gesop. (2013). *Caracterització i perfil dels visitants a Sitges durant el Gay Pride*.

Doğan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment. Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, *16*, 216–236.

Domínguez Pérez, M., & Crespi Vallbona, M. (2021). ¿Es posible la sostenibilidad de las ciudades turistificadas? Los casos de los centros históricos de Madrid y Barcelona. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, *15*(1), 22–38.

Donaire Benito, J. A. (1997). *El turismo a los ojos del postmodernismo. Una lectura desde la dialéctica socioespacial : la Costa Brava, Tunicia y los malls*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Donaire Benito, J. A. (2005, April). Pot ser sostenible el turisme? Noves platges, vells problemes. *DCIDOB*, 9–12.

Donaire Benito, J. A., Zerva, K., Palou i Rubio, S., & Blasco, D. (2019). Do not cross the line: planning the limits of tourism in Barcelona. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, *83*.

Donaire, J. A. (2019). El turisme després del turisme. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, *87*, 61–66.

Donnen, A. (2024). Bruxelles, une « ville inclusive », mais pour qui ? *Genre, Sexualité & Société*, *32*.

Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, *50*(1), 64–77.

Duchêne-Lacroix, C. (2013). Éléments pour une typologie des pratiques plurirésidentielles et d'un habiter multilocal. *E-Migrinter*, *11*, 151–167.

Duhamel, P. (2018). *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires*. Armand Colin.

Duhamel, P. (2023). Le « surtourisme » ou la rupture d'un contrat habitants/touristes : le cas des lieux touristiques en Europe. *L'Information Géographique*, *87*(2), 100–122.

Dulong, D., & Wagner, A. C. (2024). Introduction: Le gouvernement des conduites masculines. In *Le gouvernement des conduites masculines*. Éditions de la Sorbonne.

Duplan, K. (2012). Le géographies des sexualités et la géographie française peuvent-elles faire bon ménage ? *Géographies et Cultures*, *83*.

Dupont, L. (2014). Terrain, réflexivité et auto-ethnographie en géographie. *Géographie et Cultures*, *89–90*.

Durán, M. Á. (2007). El cuerpo como paisaje. Identidad, género y sexo. In *La construcción social del paisaje* (pp. 27–62). Biblioteca Nueva.

Équipe MIT. (2002). *Tourismes 1. Lieux communs*. Éditions Belin.

Équipe MIT. (2005). *Tourismes 2. Moments de lieux*. Éditions Belin.

Équipe MIT. (2011). *Tourismes 3. La révolution durable*. Belin.

Eribon, D. (2012). *Réflexions sur la question gay*. Flammarion.

Ersoy, G. K., Ozer, S. U., & Tuzunkan, D. (2012). GAY MEN AND TOURISM: Gay Men's Tourism Perspectives and Expectations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.

Espineira, K. (2017). Un transféminisme ou des transféministes ? Réflexions sur l'émergence d'un mouvement transféministe en France. In K. Bergès, F. Binard, & A. Guyard-Nedelec (Eds.), *Féminismes du XXIe siècle : une troisième vague ?* (pp. 147–158). Presses Universitaires de Rennes.

European Commission. (2016). *The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management*.

Falconí Trávez, D. (2011). El insignificante mediático imaginado. Representaciones corporales de la migración ecuatoriana en España. In M. Calafell Obiol & A. Pérez Fontdevila (Eds.), *El cuerpo en mente. Versiones del ser desde el pensamiento contemporáneo* (pp. 287–302). Editorial UOC.

Fan, D. X. F., Liu, A., & Qiu, R. T. R. (2019). Revisiting the relationship between host attitudes and tourism development: A utility maximization approach. *Tourism Economics*, *25*(2), 171–188.

Feliciantonio, C. Di. (2019). Inclusion in the homonormative world city : The case of gay migrants living with HIV in Barcelona *. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 517–540.

Fernández Aldecua, M. J. (2019). Hacia la dimensión ética del turismo de base comunitaria. Gobernanza y

emprendimiento social. *El Periplo Sustentable*, 90–123.

Fernández Salinas, V. (2007). Visibilidad y escena gay masculina en la ciudad española. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *49*, 139–160.

Flanders Government, Basque Country Government, Northern Ireland Government, Basque Country University, & Ulster University. (2017). *Harnessing the potential of Tourism to Historical Conflict Sites in Advancing Peace: Reflecting on the Past and Inspiring the Future*.

Fletcher, R., Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Cañada, E., Murray Mas, I., & Sekulova, F. (2023). Pathways to post-capitalist tourism. *Tourism Geographies*, *25*(2–3), 707–728.

Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco-Romero, A., & Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(12), 1745–1763.

Florida, R. (2010). La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI. In *Cities and the Creative Class*. Ediciones Paidós.

Fraguell Sansbelló, R. M. (1995). *Turisme residencial i territori: La segona residència a la regió de Girona*. L'Eix Editorial.

Fraguell Sansbelló, R. M., Capellà Hereu, J., Donaire Benito, J. A., Muñoz Flores, J. C., & Ullastres Palou, H. (1998). *Turisme sostenible a la Mediterrània. Guia per a la gestió local* (R. M. Fraguell Sansbelló (Ed.)). Brau Edicions.

Franklin, A. (2003). The Tourist Syndrome. An Interview with Zygmunt Bauman. *Tourist Studies*, *3*(2), 205–217.

Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, *27*(3), 763–784.

Galí, N., & Donaire, J. A. (2015). Tourists taking photographs: the long tail in tourists' perceived image of Barcelona. *Current Issues in Tourism*, *18*(9), 893–902.

Gao, X. (2021). (Re)discovering Chinese lesbian and gay travel. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 89–102). Channel View Publications.

García Henche, B., Reinares Lara, E., & Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *Revista Internacional de Investigación En Comunicación ADResearch ESIC*, *7*(7), 76–93.

García Ortega, M., & Marín Poot, H. M. (2014). Creación y apropiacion espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano. *Culturales*, *2*(1), 71–94.

García Rodríguez, D. (2019). Queer religious geographies? Qu(e)erying Indonesian Muslim selves. *Gender, Place & Culture*, *27*(9), 1326–1347.

Garnier, J. P. (2014). Le droit à la ville de Henri Lefebvre à David Harvey: Entre théorisations et réalisation. *Homme et La Societe*, *191*(1), 59–70.

Gaugue, A. (2014). La conquête plaisancière de la haute mer. *Géoconfluences*, *Juillet*.

Gay, J.-C. (2004). *Les discontinuités spatiales*. Economica.

Generalitat de Catalunya. (2023). *Compromís nacional per un turisme responsable*.

Genet, J. (1982). *Journal du voleur*. Gallimard.

Giraud, Christophe. (2007). Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes. *Actes de La Recherche En Sciences Sociales14*, *5*(170), 14–31.

Giraud, Colin. (2012a). La vi(ll)e en rose ? Quartiers gays et trajectoires homosexuelles à Paris et à Montréal. *Actes de La Recherche En Sciences Sociales*, *5*(195), 38–57.

Giraud, Colin. (2012b). Quartier gays et jeunesses homosexuelles à Paris et à Montréal. *Agora Débats/Jeunesses*, *1*(60), 79–92.

Giraud, Colin. (2013). Le « Village Gai » de Montréal. Une aventure urbaine minoritaire. *Espaces et Sociétés*, *154*, 33–48.

Giraud, Colin. (2014). *Quartiers gays*. Presses Universitaires de France.

Goh, K. (2018). Safe Cities and Queer Spaces: The Urban Politics of Radical LGBT Activism. *Annals of the American Association of Geographers*, *108*(2).

González Damián, A. (2022). Teorías con enfoque interpretativo en la investigación del turismo. *Turismo y Sociedad*, *31*, 73–96.

Gorrón Avendaño, L. (2024). Represión estatal y sexilio: Los cuerpos transfemeninos como escenarios en disputa bajo el estatuto de seguridad de Turbay Ayala. *Revista Foro Cubano de Divulgación*, *7*(67), 1–6.

Gourdon, P. (2021). *La coopération entre villes européennes : convergences dans l'action publique urbaine par la circulation transnationale de modèles* [Université Paris 1 Panthéon Sorbonne].

Gravari-Barbas, M., Staszak, J.-F., & Graburn, N. (2017). L'érotisation des lieux touristiques. Espaces, acteurs et imaginaires. *Tourism Review*, *11–12*.

Greggor, M. (2015). Style and the value of gay nightlife : Homonormative placemaking in San Francisco. *Urban Studies*, *52*(16), 3144.

Griffiths, I., & Sharpley, R. (2012). Influences of nationalism on tourist-host relationships. *Annals of Tourism Research*, *39*(4), 2051–2072.

Guaracino, J. (2009). The economic power of gay tourism: it is about good business not a political or social statement. In *Gay and Lesbian Tourism*.

Guaracino, Jeff, & Salvato, E. (2017). *Handbook of LGBT Tourism and Hospitality. A guide for business practice*. Harrington Park Press.

Guenaga-Garai, G., & Hernando-Saratxaga, G. (2012). Nuevo paradigma turístico del siglo XXI: El ejemplo del turismo industrial. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, *1*(1), 61–76.

Guibard, L., Pistre, P., & Reiser, C. (2023). Mobilités résidentielles. In *MobiDic, Dictionnaire critique des Mobilités*. https://mobidic.cnrs.fr/mobilites-residentielles/

Guibert, C., Grenier, A. A., Montargot, N., & Safaa, L. (2023). Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction. *Mondes Du Tourisme*, *23*, 1–9.

Gumuchian, H., Grasset, É., Lajarge, R., & Roux, E. (2003). *Les acteurs, ces oubliés du territoire*. Anthropos.

Hadinejad, A., Scott, N., Kralj, A., Moyle, B. D., & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, *74*(2).

Halder, S., & Michel, B. (2018). Editorial. This Is Not an Atlas. In *This Is Not an Atlas. A Global Collection of Counter-Cartographies* (Kollektiv, pp. 12–25). Transcript Verlag.

Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, *18*(3), 251–266.

Hartal, G., & Brown, G. (2019). Considering Geographies of Sexualities, Gender and Activism: An Interview with Professor Gavin Brown. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 453–472.

Hartal, G., & Sasson-Levy, O. (2019). The progressive orient: Gay tourism to Tel Aviv and Israeli ethnicities. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 239965441986281.

Harvey, D. (2011). *Le capitalisme contre le droit à la ville. Néolibéralisme, urbanisation, résistances*. Éditions Amsterdam.

Hathaway, J. C. (2023). Claiming queer liberty. *Berkeley Journal of International Law*, *41*(1), 1–38.

Hattingh, C., & Spencer, J. P. (2018). Homosexual not Homogeneous: A Motivation-Based Typology of Gay Leisure Travelers Holidaying in Cape Town, South Africa. *Journal of Homosexuality*.

Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. In P. Robinson, S. Heitmann, & P. U. C. Dieke (Eds.), *Research Themes for Tourism* (pp. 114–127). CABI.

Hemmings, C. (1995). Locating Bisexual Identities: Discourses of Bisexuality and Contemporary Feminist Theory. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 41–55). Routledge.

Hiernaux-Nicolas, D. (2000). *Comprendre l'informalité : Les méthodes de terrain auprès des ménages et des entreprises*.

Hiernaux-Nicolas, D. (2018). El Turismo. Desarrollo, transformación y controversia de un fenómeno social. *Revista Ábaco*, *4*(98), 22–28.

Hiernaux-Nicolas, D., & González-Gómez, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, *58*, 55–70.

Hiernaux, D., & Lindón, A. (2012). *Geografías de lo imaginario* (A. Lindón & D. Hiernaux (Eds.)). Universidad Autónoma Metropolitana.

Higgins-Desbiolles, F. (2023). Subsidiarity in tourism and travel circuits in the face of climate crisis. *Current Issues in Tourism*, *26*(19), 3091–3101.

Higham, J., Font, X., & Wu, J. (2021). Code red for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *30*(1), 1–13.

Holcomb, B., & Luongo, M. T. (1996). Gay Tourism in the United States. *Annals of Tourism Research*, *23*(3),

711–713.

Huete, R., & Mantecón, A. (2015). La construcción de la opinión pública sobre el turismo : Crítica a la teoría del intercambio social. *Turismo, Sociedad y Territorio: Una Lectura Crítica.*, 311–325.

Hughes, H. (1997). Holidays and homosexual identity. *Tourism Management*, *18*(I), 3–7.

Hughes, H. L. (2002a). Gay men's holidays: Identity and inhibitors. In S. Clift, M. Luongo, & C. Callister (Eds.), *Gay tourism. Culture, identity and sex* (pp. 174–190). Continuum.

Hughes, H. L. (2002b). Marketing gay tourism in Manchester: New market for urban tourism or destruction of "gay space"? *Journal of Vacation Marketing*, *9*(2), 152–163.

Hughes, H., Monterrubio, J. C., & Miller, A. (2010). "Gay" tourists and host community attitudes. *International Journal of Tourism Research*, *12*(6), 774–786.

Ipsos. (2024). *LGBT+ Pride 2024. A 26-country Ipsos global advisor survey*.

Ivars Baidal, J. A., Solsona Monzonís, J. F., & Giner Sánchez, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Analisi Geografica*, *62*(2), 327–346.

Ivy, R. L. (2001). Geographical variation in alternative tourism and recreation establishments. *Tourism Geographies*.

Jacks, B. (2004). Reimagining walking: Four practices. *Journal of Architectural Education*, *57*(3), 5–9.

Jafari, J. (1987). Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism Management*, *8*(2), 151–159.

Jaurand, E. (2015). La sexualisation des espaces publics dans la subculture gay: Entre-soi masculin et territorialisation. *Geographie et Cultures*, *95*, 29–58.

Jaurand, E. (2018). Des lieux autres pour un autre tourisme ? Les espaces du tourisme gay. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*.

Jaurand, E., & Leroy, S. (2009). Espaces de pacs : géographie d'une innovation social. *Annales de Géographie*, *667*, 179–203.

Jaurand, E., & Leroy, S. (2016). Tourisme sexuel : "clone maudit du tourisme" ou pléonasme ? *Mondes Du Tourisme*, *3*, 53–65.

Jeffrey, H., & Sposato, M. (2021). Buenos Aires: Authentically Straigh-Friendly. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 201–210). Channel View Publications.

Johnston, L. (2005). *Queering tourism: Paradoxical performances of gay pride parades*. Routledge.

Jukes, J. (2024). Toward Asexual Geographies. Void-Publics and Spaces of Refusal. In *Asexualities. Feminist and Queer Perspectives, Revised and Expanded Ten-Year Anniversary Edition* (p. 16). Routledge.

Kalampalikis, N. (2019). *Serge Moscovici : Psychologie des représentations sociales. Textes rares et inédits.* Éditions des archives contemporaines.

Kaufmann, V. (2002). *Re-thinking mobility, Contempory Sociology*. Routledge.

Kennet, C. (2011). Barcelona'92 y el estudio de los legados de los Juegos Olímpicos. In E. Fernández Peña, B. Cerezuela, M. Gómez Benosa, C. Kennett, & M. de Moragas Spà (Eds.), *Mosaico olímpico. Investigación multidisciplinar y difusión de los estudios olímpicos CEO-UAB 20 años* (pp. 126–134). Centre d'Estudis Olímpics UAB & Ajuntament de Barcelona.

Keogh, B. (1982). L'impact social du tourisme: Le cas de Shédiac, Nouveau-Brunswick. *Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, *26*(4), 318–331.

Klaric, Z. (1999). Impact of distance and availability of information on travel to conflict regions. Example of Croatia. *Turizam*, *47*(1), 26–35.

Knafou, R. (2017). Le tourisme réflexif, un nouveau fondement d'un tourisme durable. *ARBOR Ciecia, Pensamiento y Cultura*, *193*(785).

Knafou, R., & Stock, M. (2013). Tourisme. In *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (pp. 1018–1021). Belin.

Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2018). On the origin of tourist behavior. *Annals of Tourism Research*, *73*, 180–183.

Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2019). The xenophobic tourist. *Annals of Tourism Research*, *74*, 155–166.

Koolhaas, R. (2006). *La ciudad genérica*. Editorial Gg.

Korolczuk, E. (2020). The fight against 'gender' and 'lgbt ideologynew developments in poland. *European Journal of Politics and Gender*, *3*(1), 165–167.

Kramer, J. L. (1995). Bachelor farmers and spinsters: Gay and lesbian identities and communities in rural North Dakota. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 200–213). Routledge.

Krippendorf, J. (1987). *The holiday makers. Understanding the impact of leisure and travel*. Heinemann.

L'Autre Cercle. (2024). *Baromètre LGBT+ 2024. Les 10 indicateurs clés de l'inclusion des personnes LGBT+ au travail*.

Lacoste, Y. (2012). La géographie, la géopolitique et le raisonnement géographique. *Hérodote*, *3*(146–147), 14–44.

Lahiri, S. (2011). Remembering the city: translocality and the senses. *Social & Cultural Geography*, *12*(8), 855–869.

Lambea Llop, N. (2017). A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *Urban Research and Practice*, *10*(1), 120–129.

Langarita Adiego, J. A. (2013). Apropiaciones furtivas de espacios públicos: Intercambio sexual anónimo entre hombres en el entorno urbano. *Quaderns de l'Institut Catala d'Antropologia*, *18*(1), 99–113.

Langarita Adiego, J. A. (2014). Intercambio sexual anónimo en espacios públicos. La práctica del cruising en el parque de Montjuïc, Gavà y Sitges. *TDX (Tesis Doctorals En Xarxa)*.

Langarita Adiego, J. A., Mas Grau, J., & Jubany, O. (2019). Geografías de la diversidad sexogenérica más allá

de la gran ciudad: experiencias, discursos y prácticas en dos ciudades medianas de Cataluña. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 473–492.

Langarita, J. A., Grau, J. M., & Carbó, P. A. (2022). When the Gay Village Is Somewhere Else: Reflections on LGBTQ+ Public Policies in Catalan Rural Areas. *Mapping LGBTQ Spaces and Places: A Changing World*, 371–381.

Lapointe, D. (2022). Dispositif de contrôle, état d'exception et corps touristiques : le tourisme comme phénomène biopolitique. *Tourism Review*, *21*.

Le Bigot, B. (2017). *Penser les rapports aux lieux dans les mobilités privilégiées. Étude croisée des backpackers en Thaïlande et des hivernants au Maroc*.

Le Gallou, A. (2022). *Géographie des lieux abandonnés. De l'urbex au tourisme de l'abandon : perspectives croisées à partir de Berlin et Détroit* [Université Paris 1 Panthéon Sorbonne].

Le Talec, J.-Y. (2008). *Folles de France. Repenser l'homosexualité masculine*. La Découverte.

Leroux, S. (2007). Le rapport à l'autre à travers le rapport aux espaces touristiques : l'exemple de Marrakesh. In C. Bataillou & B. Schéou (Eds.), *Tourisme et dévéloppement. Regards croisés* (pp. 157–187). Presses Universitaires de Perpignan.

Leroy, S., & Jaurand, E. (2019). Le tourisme gay: Aller ailleurs pour être soi-même? *Espacestemps.Net*, 1–19.

Lew, A. A. (2008). Long tail tourism: New geographies for marketing niche tourism products. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, *25*(3–4), 409–419.

Lewis, C., & Vorobjovas-Pinta, O. (2021). Out of the Closet and into the Streets: Reflections on the Considerations in Hosting Rural Pride Events. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 211–223). Channel View Publications.

Li, F., He, C., & Qiao, G. (2021). Attributes that form romantic travel experience: a study of Chinese Generation Y tourists. *Current Issues in Tourism*, *24*(15), 2130–2143.

Lindón, A. (2007). La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos. *EURE (Santiago)*, *33*(99).

Lins França, I. (2015). Turistas e inmigrantes gay brasileños entre São Paulo (Brasil) y Barcelona (España). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, *24*, 963–981.

Loisy, M. (2019). *La place des habitants dans le tourisme. Ethnographie d'une forme de résistance sur le territoire parisien*. École des Hautes Études en Sciences Sociales EHESS.

López López, Á., Gallegos Jiménez, O., & Quintero Venegas, G. J. (2015). Cuerpos de hombres en venta en ámbitos turísticos de la ciudad de México. Una perspectiva espacial. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, *24*, 809–824.

López Palomeque, Francesc. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *61*(3), 483–506.

López Palomeque, Francisco, Vera Rebollo, J. F., Torres Delgado, A., & Ivars Baidal, J. A. (2022). El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario. In *Investigaciones*

Turisticas (Issue 24). Publicacions de la Universitat de València.

López Seoane, M., & Palmeiro, C. (2021). La lengua de las locas. *Revista de Estudios y Políticas de Género*, *5*, 186–192.

Louail, T., Calabuig Serra, J., Gravier, J., Guérois, M., Le Corre, T., Pecout, H., Pistre, P., Telle, O., Vacchiani-Marcuzzo, C., & Vallée, J. (2022). *Des questions et des enjeux contemporains associés aux données de la recherche en SHS.*

Lück, M. (2004). Gay Tourism: Culture, Identity, and Sex. In *Annals of Tourism Research*.

Machado Costa, T. (2019). *When is the personal problematic ? An exploration of race-based sexual discrimination in gay men's casual sex practices*. University of Nottingham.

Mansilla López, J. A., & Hughes, N. (2021). "En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia". Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, *30*, 30–52.

Mantecón, A. (2016). La opinión pública sobre el turismo. Crítica y propuesta para una nueva orientación. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, *25*, 110–123.

Marques, L., & Engberg, M. (2022). Cultural sensitivity in tourism encounters. In M. Engberg, P. Björkroth, & L. Marques (Eds.), *Creating cultural understanding through travel. CultSense case collection* (pp. 5–10). ATLAS Association for Tourism and Leisure Research and Education.

Martín, G. J. (2020). *Gay Sex. Manual sobre sexualidad y autoestima erótica para hombres homosexuales*. Editorial Roca.

Martínez-Gayo, G., & Martínez Quintana, V. (2020). Precariedad laboral en el turismo español bajo la perspectiva de género. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *18*(4), 649–665.

Martínez, E., Prats Planagumà, L., & Barceló, A. (2008). El turismo de vuelos de bajo coste en el aeropuerto Girona-Costa Brava. *Estudios Turísticos*, *175–176*, 105–119.

Martínez García, L. del C. (2008). *La ficción televisiva de TV3 como productora de referentes de identidad cultural catalana. Estudio de caso de la sitcom Plats Bruts* [Universitat Autònoma de Barcelona].

Mas Grau, J., & Jubany, O. (2019). De la révolution sexuelle à l'inclusion sociale des expressions LGBT+. Le processus d'obtention des droits LGBT en Espagne. *Droit et Cultures. Revue Internationale Interdisciplinaire*, *77*, 53–68.

Matteucci, X., & Gnoth, J. (2017). Elaborating on grounded theory in tourism research. *Annals of Tourism Research*, *65*, 49–59.

McGlynn, N. (2023). 'Fat boys make you feel thinner!': fat GBQ men's comfort and stigma in UK bear spaces. *Gender, Place and Culture*, *30*(6), 876–895.

McGlynn, N. (2024). *Bodies and boundaries of UK bear spaces*. Routledge.

Mendoza, C. (2015). Entre el negocio y el placer. Turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, *24*, 889–907.

Mieli, M. (2024). *La gaie critique : Politique de la libération sexuelle*. Éditions La Tempête.

Mira, A. (2004). *De Sodoma a Chueca. Una historia cultural de la homosexualidad en España en el siglo XX*. Egales.

Misgav, C., & Hartal, G. (2019). Queer Urban Movements from the Margin(s)-Activism, Politics, Space: An Editorial Introduction. *Geography Research Forum*, *39*, 1–18.

Mitchell, G. C. (2012). Packaging Desire: Commissioning Performances of Racialized Masculinity in Brazil's Gay Sex Industry. In *ProQuest Dissertations and Theses*.

Mohamdi, N. (2023). Empowerment féminin et rapports de genre dans la patrimonialisation et la mise en tourisme de la rose de Kelaât M'gouna-Dadès (Maroc). *Mondes Du Tourisme*, *23*, 0–21.

Monterrubio, C. (2018). Tourism and male homosexual identities: directions for sociocultural research. *Tourism Review*, *74*(5), 1058–1069.

Monterrubio, C. (2021). The significance of gay tourism spaces for local gay men: Empirical evidence from Mexico. In Oskaras Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism: New perspectives* (Issue August, pp. 34–51).

Monterrubio, C., & Barrios, M. D. (2016). Lesbians as tourists: A qualitative study of tourist motivations in Mexico. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, *11*(4), 64–90.

Monterrubio, C., Rodríguez Madera, S. L., & Pérez, J. (2020). Trans women in tourism: Motivations, constraints and experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *43*(April), 169–178.

Monterrubio Cordero, J. Carlos. (2008). Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad. *Teoría y Praxis*, *5*, 145–160.

Monterrubio Cordero, Juan Carlos. (2007). Residents' Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review. *Ciencia Ergo Sum*, *15*(1), 33–44.

Monterrubio Cordero, Juan Carlos. (2009). Identity and Sex: Concurent Aspects of Gay Tourism. *Utc Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, *14*(2), 155–167.

Monterrubio Cordero, Juan Carlos. (2010). *Host Community Attitudes. A perspective on gay tourism behaviour*. Lambert Academic Publishing.

Monterrubio Cordero, Juan Carlos. (2019). Hosts and guests' social representations of nudism: A mutual gaze approach. *Annals of Tourism Research*, *75*, 18–28.

Monterrubio, J. C., & López-López, Á. (2015). Recognising Homoeroticism in Male Gay Tourism: A Mexican Perspective. In *Men, Masculinities, Travel and Tourism*.

Mooney, S. (2018). Illuminating intersectionality for tourism researchers. *Annals of Tourism Research*, *72*(March), 175–176.

Moragas Spà, M. de, & Botella, M. (1995). *Les claus de l'èxit : impactes socials, esportius, econòmics i comunicatius de Barcelona'92*.

Moragas Spà, M. de, & Botella, M. (2002). *Barcelona: l'herència dels jocs*.

Morales, T., & Pollina, C. (2018). *Gent de ploma i marabú. Geografia LGTB+ de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

MUHBA Museu d'Història de Barcelona. (2011). *Sexualitats s. XX/Bcn. Guia d'història urbana*. Ajuntament de Barcelona.

Muler Gonzalez, V., Coromina, L., & Galí, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, *73*(3), 277–296.

Mura, P., & Khoo-Lattimore, C. (2011). Away from home: A new revelation of young tourist behavior. *Tourism Analysis*, *16*(6), 721–727.

Murray, D. A. B. (2007). The civilized homosexual: Travel talk and the project of gay identity. *Sexualities*, *10*(1), 49–60.

Muxí Martínez, Z., Casanovas, R., Ciocoletto, A., Fonseca, M., & Gutiérrez Valdivia, B. (2011). ¿Qué aporta la perspectiva de género al urbanismo? *Feminismo/S*, 105–129.

Nash, C., & Gorman-Murray, A. (2015). Lesbians in the city: Mobilities and relational geographies. *Journal of Lesbian Studies*, *19*(2), 173–191.

Nash, C. J. (2013). The age of the "post-mo"? Toronto's gay village and a new generation. *Geoforum*, *49*, 243–252.

Nawijn, J., & Mitas, O. (2012). Resident Attitudes to Tourism and Their Effect on Subjective Well-Being: The Case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, *51*(5), 531–541.

Nel·lo, O. (2007). La ciudad, paisaje invisible. In J. Nogué Font (Ed.), *La construcción social del paisaje* (pp. 181–196).

Neuhofer, B., Egger, R., Yub, J., & Celuch, K. (2021). Designing experiences in the age of human transformation: An analysis of Burning Man. *Annals of Tourism Research*, *91*.

Neves, C. S. B., & Silveira, M. A. T. da. (2024). The use of Instagram as a gaytrification tool for a queer precinct. *Tourism Geographies*, *26*(3), 540–560.

Neveu, P. (2017). Le Couchsurfing : une forme d'hospitalité touristique entre familiarité et altérité. *Mondes Du Tourisme*, *13*, 0–15.

Nicaise, S. (2017). Stigmatisation et pratiques urbaines. Une expérience partagée par des femmes homosexuelles dans les espaces publics. *Les Annales de La Recherche Urbaine*, *112*(1), 72–85.

Nicolle, C. (2024a). Les spatialités sous conditions des applications de rencontres gays. Le risque et sa gestion dans l'usage du média géolocalisé Grindr dans les grandes villes. *Annales de Géographie*, *755*(1), 52–74.

Nicolle, C. (2024b). *Les spatialités urbaines réinventées ? L'utilisation des applications de rencontres gays géolocalisées dans les espaces métropolitains à Paris et à Athènes*. Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

Nogué Font, J. (2005). Las geografías de la invisibilidad. *III Seminario Internacional Sobre El Paisaje: Paisajes Incógnitos, Territorios Ocultos: Las Geografías de La Invisibilidad*.

Nogué Font, J. (2007). El paisaje como constructo social. In *La construcción social del paisaje* (pp. 9–24). Biblioteca Nueva.

Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, *39*(3), 1538–1564.

O'Flaherty, M., & Fisher, J. (2008). Sexual orientation, gender identity and International Human Rights Law: Contextualising the Yogyakarta Principles. *Human Rights Law Review*, *8*(2), 207–248.

Observatori contra l'LGTBIfòbia. (2024). *L'estat de l'LGTBI-fòbia a Catalunya 2023*.

Observatori del turisme a Barcelona. (2020). *Barcelona 2019 Informe de l'activitat turística*.

Observatori del turisme a Barcelona. (2024). *Perfil i hàbits dels turistes a Barcelona ciutat 2023*.

Ong, F., Vorobjovas-Pinta, O., & Lewis, C. (2020). LGBTIQ + identities in tourism and leisure research: a systematic qualitative literature review. *Journal of Sustainable Tourism*.

Ooi, C.-S. (2021). Gay tourism: A celebration and appropiation of queer difference. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 15–33). Channel View Publications.

Opinionway. (2023). *Baromètre des intentions de départ des Français pour l'été 2023*.

Ornat, M. J., Silva, J. M., & Chimin Junior, A. B. (2019). Pràctiques espacials de supervivència realitzades per «travestis» i dones trans llatinoamericanes a la ciutat de Barcelona. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 493–515.

Ortiz Guitart, A. (2005). Espacios ·del miedo", ciudad y género: experiencias y percepciones en algunos barrios de Barcelona. In O. Gutiérrez (Ed.), *La ciudad y el miedo. VII Coloquio de Geografía Urbana* (pp. 299–312). Universitat de Girona.

Ortiz Guitart, A. (2017). Cuerpo, emociones y lugar: aproximaciones teóricas y metodológicas desde la Geografía. *Geographicalia*.

Oswin, N. (2008). Critical geographies and the uses of sexuality: deconstructing queer space. *Progress in Human Geography*, *32*(1), 89–103.

Pailler, F. (2019). *Les affects classifiés : numérique et médiations sexuelles*. Université de Nantes.

Paiva, D., Cachinho, H., Barata-Salgueiro, T., & Amílcar, A. (2017). A criação de geoetnografias como metodologia para o estudo dos ritmos urbanos. Uma aplicação no Chiado, Lisboa. *Scripta Nova*, *21*, 1–29.

Palou i Rubio, S. (2011). *Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010)* [Universitat de Barcelona].

Pareto Boada, P., Torres-Delgado, A., Cerdan Schwitzguébel, A., & Elorrieta Sanz, B. (2020). Sostenibilidad social del turismo en Barcelona: un análisis geoespacial. In G. X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralba, & M. Blàzquez-Salom (Eds.), *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* (pp. 249–264). Societat d'Història Natural de les Balears.

Parker, C., & Mathews, B. P. (2001). Customer satisfaction: contrasting academic and consumers' interpretations. *Marketing Intelligence & Planning*, *1*(19), 38–44.

Pearce, D. (1993). *Géographie du tourisme*. Éditions Nathan.

Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism Community Relationships*. Emerald Publishing Limited.

Peret, L. E. N. (2010). Pegação, Cidadania e Violência: as Territorialidades do Imaginário da População LGBT do Rio de Janeiro. *Compemporanea*, *8*(1).

Perpiña, L., Prats, L., & Camprubí, R. (2017). Investigating perceived risks in international travel. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, *12*(2), 101–128.

Petithomme, M. (2019). Penser global, agir local : Les politiques symbolique du nouveau municipalisme à Barcelone, Cadix et valence. *Pôle Sud*, *51*(2), 79–98.

Pham, K., Andereck, K., & Vogt, C. (2019). Local residents' perceptions about tourism development. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, *74*.

Picard, D., & Di Giovine, M. A. (2014). Tourism and the power of otherness: Seductions of difference. In *Tourism and the Power of Otherness: Seductions of Difference*.

Pinos-Navarrete, A., & Mínguez-García, C. (2017). El conocimiento científico de la Alta Velocidad Española y su relación con el turismo a través del análisis bibliográfico. *Revista de Estudios Andaluces*, *34*(1), 321–349.

Piquerey, L. (2016). *Golden Snow. Ségrégation et entre-soi dans les stations de sports d'hiver haut de gamme en Autriche, en France et en Suisse* [Université Grenoble Alpes].

Pitoňák, M. (2019). Lessons from the "Periphery": Countering Anglo-Geographic Hegemony over geographies of sexuality and gender. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 563–585.

Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, *16*(4), 8–12.

Pizam, A. (1996). Does tourism promote peace and understanding between unfriendly nations? In A. Pizam & Y. Mansfeld (Eds.), *Tourism, crime, and international security issues* (pp. 203–213). Wiley.

Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A. (2000). The intensity of tourist–host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, *21*(4), 395–406.

Porras Ollalla, G. (2002). La promoción del turismo en el marco de la Unión Europea. *Estudios Turísticos*, *152*, 23–33.

Prat Forga, J. M. (2014). Nuevos planteamientos y nuevas motivaciones en la elección de destinos de turismo cultural-urbano homosexual: el festival Circuit de Barcelona. *Cuadernos de Turismo*, *33*, 311–334.

Prats Planagumà, L. (2005). *Sistemes locals d'innovació turístics: un model conceptual aplicat a la Costa Brava Centre*. Universitat Jaume I & Université Toulouse 1 Sciences Sociales.

Prearo, M. (2014). *Le Moment politique de l'homosexualité. Mouvements, identités et communautés en France*. Presses universitaires de Lyon.

Prieur, C. (2015). *Penser les lieux queers : entre domination, violence et bienveillance*. Université Paris-Sorbonne.

Prieur, C. (2019). Des géographies queers au-delà des genres et des sexualités ? *Espacestemps.Net*, 1–19.

Pritchard, A., Morgan, N. J., Sedgely, D., & Jenkins, A. (1998). Reaching out to the gay tourist: opportunities and threats in an emerging market segment. *Tourism Management*, *19*(3), 273–282.

Puar, J. (2002). A transnational feminist critique of queer tourism. In *Antipode* (Vol. 34, Issue 5, pp. 935–946). Blackwell Publishing Inc.

Quaglieri Domínguez, A. (2017). Turismofobia, o el turismo como fetiche. *Revista Do Centro de Pesquisa e Formaçao*, *12018*, 121–129.

Quashie, H. (2016). Les migrants européens du littoral sénégalais (Petite Côte, Saloum) : ouverture de l'économie touristique et entre-soi identitaire. *Autrepart*, *77*(1), 125–141.

Quin Lim, X. (2019). *Gay Asian Migrants and the Problem of Desirability: Racism and Sexuality on Gay Mobile Dating Apps* [University of Auckland].

Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (1997). *Manual de recerca en ciències socials*. Herder.

Rami, I. (2014). Responsible Tourism and Development in the Context of Peace-Building. In C. Wohlmuther & W. Wintersteiner (Eds.), *International Handbook on Tourism and Peace*. Drava.

Ramón Mendos, L., Botha, K., Carrano Lelis, R., López de la Peña, E., Savelev, I., & Tan, D. (2020). *Homofobia de Estado. Actualización del panorama global de la legislación*.

Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2011). *Cross-Cultural Behaviour in tourism: Concepts and Analysis*. Routledge.

Reitel, B., & Gagnol, L. (2023). Vers un renouvellement de l'approche géographique des discontinuitées ? In L. Gagnol, J. Lageiste, & F. Moullé (Eds.), *Penser avec les discontinuités en géographie* (pp. 305–311). Presses Universitaires de Rennes.

Rial Araújo, G. P. (2019). ¿Qué puede un cuerpo? Significación ética de los cuerpos LGBTQ. *XXXII Congreso de La Asociación Latinoamericana de Sociología*.

Richards, G. (2018). El turismo y la ciudad : Tourism and the city : towards new. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, *113*, 71–87.

Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambieete RESTMA*, *6*, 27–61.

Ro, H., Olson, E. D., & Choi, Y. (2017). An exploratory study of gay travelers: socio-demographic analysis. *Tourism Review*, *72*(1), 15–27.

Ródenas, P. (2020). Turístico, El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo. In G. X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralba, & M. Blàzquez-Salom (Eds.), *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* (pp. 496–505). Societat d'Història Natural de les Balears.

Rodó-Zárate, M. (2022). LGBT People in Small and Medium Villages: Spatial Analyses of Everyday Experiences in a Catalan Region. *Mapping LGBTQ Spaces and Places: A Changing World*, 305–318.

Rodó Zárate, M., & Baylina, M. (2019). Presentació. Geografies de les sexualitats. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *65*(3), 441–449.

Rosenberg, T. (2020). Rising Like the Eurovision Song Contest. On Kitsch, Camp, and Queer Culture. *Foreningen Lambda Nordica*, *2*.

Rouleau-Racco, T. (2017). *Cluster et co-production d'un haut-lieu touristique par la co-habitation : le cas de la Riviera de Rimini*. Université d'Angers.

Roux, S. (2009). « On m'a expliqué que je suis "gay" ». Tourisme, prostitution et circulation internationale des identités sexuelles. *Autrepart*, *49*, 31–46.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.

Sadurní Balcells, N., & Pujol Tarrés, J. (2015). Homonacionalismo en Cataluña: Una visión desde el activismo LGTBI. *Universitas Psychologica*, *14*(5), 1809–1820.

Said, E. W. (2015). *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*. Points.

Santomil Mosquera, D. (2011). Un paseo por las tiendas de souvenirs. In Grupo TERAP (Ed.), *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis. XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Asociación Española de Geografía y Universidad Carlos III de Madrid.

Santos Sánchez, C. (2014). La seguridad subjetiva y los espacios del miedo desde la perspectiva del urbanismo inclusivo. *Territorios En Formación*.

Santos, X. M. (2016). Los estudios de género y sexualidad en España a través de las revistas de geografía (1990-2014). *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *62*(2), 427–448.

Sauvayre, R. (2013). *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales*. Dunod.

Savin-Williams, R. (2005). The New Gay Teen: Shunning Labels. *The Gay Lesbian Review Worldwide*.

Schéou, B. (2014). Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité. *Espaces Tourisme & Loisirs*, *316*, 36–42.

Schéou, B. (2021). *Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité*,HAL Id : hal-03438098.

Schlossberg, L. (2001). Introduction: Rites of passing. In M. C. Sanchez & L. Schlossberg (Eds.), *Passing: Identity and Interpretation in Sexuality, Race, and Religion* (pp. 1–12). New York University Press.

Shakeela, A., & Weaver, D. (2018). "Managed evils" of hedonistic tourism in the Maldives: Islamic social representations and their mediation of local social exchange. *Annals of Tourism Research*, *71*, 13–24.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, *42*, 37–49.

Sharpley, R. (2018). Tourism, Tourists and Society. In *Tourism, Tourists and Society* (5th ed.). Routledge.

Sibalis, M. (2004). Urban space and homosexuality: The example of the Marais, Paris' "Gay ghetto." *Urban Studies*, *41*(9), 1739–1758.

Simon, G. (2017). Hybridations, conflits et politique des usagers. In M. Delaplace & G. Simon (Eds.), *Touristes et habitants. Conflits, complémentarités et arrangements*. Infolio éditions.

Sirakaya-Turk, E., Nyaupane, G., & Uysal, M. (2014). Guests and Hosts Revisited: Prejudicial Attitudes of Guests toward the Host Population. *Journal of Travel Research*, *53*(3), 336–352.

Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, *20*(5), 595–603.

Soja, E. W. (2004). Seis discursos sobre la postmetrópolis. In *Lo urbano en 20 autores contemporáneos* (Martín Ram, pp. 91–98). Edicions UPC.

Solá Miriam. (2013). Introducción. Pre-textos, con-textos y textos. In M. Solá & E. Urko (Eds.), *Transfeminismos. Epistemes, fricciones y flujos* (pp. 15–30). Txalaparta.

Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, *25*(2), 416–456.

Spartacus International Gay Guide 2003-2004. (2004). Bruno Gmünder Verlag.

St John, G. (2018). Civilised Tribalism: Burning Man, Event-Tribes and Maker Culture. *Cultural Sociology*, *12*(1), 3–21.

Staszak, J.-F. (2008a). Other/otherness. *International Encyclopedia of Human Geography*, 1–7.

Staszak, J.-F. (2008b). Qu'est-ce que l'exotisme ? *Le Globe, Revue Genevoise de Géographie*, *148*, 7–30.

Staszak, J.-F. (2012a). L'imaginaire géographique du tourisme sexuel. *Information Géographique*, *76*(2).

Staszak, J.-F. (2012b). L'imaginaire géographique du tourisme sexuel. *L'Information Géographique*, *76*(2), 16–39.

Staszak, J.-F. (2013a). Carte mentale. In J. Lévy & M. Lussault (Eds.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (pp. 155–156). Belin.

Staszak, J.-F. (2013b). Représentation de l'espace. In *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (pp. 867–869). Belin.

Stock, M. (2013). John Urry et Jonas Larsen, The Tourist Gaze 3.0. *Monde Du Tourisme*, *7*, 1–4.

Stock, M., Coëffé, V., & Violier, P. (2017). *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*. Presses Universitaires de Rennes.

Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M. (2017). Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered? *Annals of Tourism Research*, *66*, 61–73.

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, *45*, 260–274.

Subirats, J. (2018). Les villes au cœur de la redistribution ? Le nouveau municipalisme, antidote à l'Europe de l'austérité et des États dans l'impasse. *Mouvements*, *94*, 11–23.

Suchet, A., & Stebbins, R. (2015). Le cycle de vie des loisirs. *Loisir et Société / Society and Leisure*, *38*(1), 1–3.

Suhett de Morais, R., & Prat Forga, J. M. (2011). La imagen turística y la historia de la ciudad: Barcelona y su

atractividad a lo largo de un siglo XX expandido. In Grupo TERAP (Ed.), *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis. XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Asociación Española de Geografía y Universidad Carlos III de Madrid.

Tan, C. K. K. (2019). Taipei Gay "Bear" Culture as a Sexual Field, or, Why Did Nanbu Bear Fail? *Journal of Contemporary Ethnography*, *48*(4), 563–585.

Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2016). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.

Timár, J. (2019). Hungarian feminist geography in a curved space? *Gender, Place and Culture*, *26*(7–9), 1094–1102.

Tolkachev, D., & Tolordava, T. (2020). Shared Past, Different Future? Russian and Georgian Authorities' Discourse Concerning Homosexuality. *Sexuality and Culture*, *24*(2), 447–464.

Torres-Delgado, A., & López Palomeque, F. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, *49*, 122–137.

Toureille, É. (2016). Cartes mentales et autres techniques projectives visuelles. In M. Morange & C. Schmoll (Eds.), *Les outils qualitatifs en géographie. Méthodes et applications* (pp. 117–141). Armand Colin.

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, *24*(3), 638–657.

Trzaskos, L. A., Dropa, M., & de Souza, L. F. (2014). Dark turismo: A possibilidade de um elo entre o turismo e os resultados da violência urbana. *Publicatio UEPG: Ciencias Sociais Aplicadas*, *22*(1), 65–72.

Tsoukalas, I. (2019). *Apprentice Cosmopolitans, Social identity, community, and learning among ERASMUS exchange students* [Stockholm University].

Turner, L., & Ash, J. (1975). *The golden hordes. International tourism and the pleasure periphery*. Constable and Company Limited.

UNWTO. (2007). Le Message de Madère (à propos du Code mondial d'éthique du tourisme). In *UNWTO Declarations | Déclarations de l'OMT | Declaraciones de la OMT* (Vol. 17, Issue 1). World Tourism Organization (UNWTO).

UNWTO. (2011). *Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008*. Organisation Mondiale du Tourisme.

UNWTO. (2024). *World Tourism Barometer. January 2024 Excerpt*. www.unwto.org/market-intelligence.

UNWTO, & European Travel Commission. (2005). *El turismo urbano y la cultura. La experiencia europea*.

Urbain, J.-D. (2016). *Sur la plage. Mœurs et coutumes balnéaires*. Payot.

Urquía-Grande, E., & Del Campo, C. (2016). Erasmus programme effects: a Spanish case. *Papeles de Europa*, *29*(2), 94–110.

Valentine, G. (2007). Theorizing and researching intersectionality: A challenge for feminist geography. *The Professional Geographer*, *59*(1), 10–21.

van Rompu, P. (2019). El turismo como herramienta: rehumanizando las favelas de la Zona Sur de Río de Janeiro a través de narrativas de turismo comunitario. *Apunte*, *46*(85), 79–110.

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. de los Á., & Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, *47*(3), 373–387.

Vaslin, J. (2018). Les espaces du graffiti dans les capitales touristiques : l'exemple de Paris et Berlin. *EchoGéo*, *44*.

Vera Rebollo, J. F. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores*.

Violier, P. (2017). Penser le tourisme pour en construir la définition. In P. Violier (Ed.), *Le tourisme. De nouvelles manières d'habiter le Monde* (pp. 19–39). Ellipses.

Violier, P., & Zárate Martín, M. A. (2007). Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España. *Estudios Geográficos*, *68*(262), 321–347.

Visser, G. (2002). Gay tourism in South Africa: Issues from the Cape Town experience. In *Urban Forum*.

Visser, G. (2003). Gay men, tourism and urban space: Reflections on Africa's "gay capital." *Tourism Geographies*, *5*(2), 168–189.

von Briel, D., & Dolnicar, S. (2021). The evolution of Airbnb's competitive landscape. In S. Dolnicar (Ed.), *Airbnb before, during and after COVID-19* (pp. 79–100). The University of Queensland.

Vorobjovas-Pinta, Oscar. (2021a). Gay Tourism: New Perspectives. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 1–14). Channel View Publications.

Vorobjovas-Pinta, Oscar. (2021b). LGBTQI+ resort workers: Blurring the lines of work and leisure. In Oscar Vorobjovas-Pinta (Ed.), *Gay Tourism. New Perspectives* (pp. 119–133). Channel View Publications.

Vorobjovas-Pinta, Oscar, & Hardy, A. (2014). Rethinking gay tourism: a review of literature. In P. M. Chien (Ed.), *CAUTHE 2014: Tourism and Hospitality in the Contemporary World: Trends, Changes and Complexity* (pp. 635–644). The University of Queensland.

Vorobjovas-Pinta, Oskaras. (2018). Gay neo-tribes: Exploration of travel behaviour and space. *Annals of Tourism Research*, *72*, 1–10.

Vorobjovas-Pinta, Oskaras, & Hardy, A. (2016). The Evolution of Gay Travel Research. *International Journal of Tourism Research*, *18*(4), 409–416.

Waitt, G., Markwell, K., & Gorman-Murray, A. (2008). Challenging heteronormativity in tourism studies: Locating progress. *Progress in Human Geography*, *32*(6), 781–800.

Weintrob, A. (2018). *LGBTQ + Mobility : Visibility , Fear and Travel Behaviour The Case of Tel-Aviv* (Issue August).

Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, *28*(2), 269–290.

Woodhead, D. (1995). Surveillant gays': HIV, space and the constitution of identities. In D. Bell & G. Valentine (Eds.), *Mapping Desire* (pp. 231–244). Routledge.

Woosnam, K. M., Draper, J., Jiang, J. (Kelly), Aleshinloye, K. D., & Erul, E. (2018). Applying self-perception theory to explain residents' attitudes about tourism development through travel histories. *Tourism Management*, *64*, 357–368.

Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management*, *58*, 89–100.

Yrigoy, I. (2017). Airbnb en Menorca: ¿Una nueva forma de gentrificación turística?: Localización de la vivienda turística, agentes e impactos sobre el alquiler residencial. *Scripta Nova*, *21*.

Zerva, K., & el Quardi Ahbouch, N. (2021). Me, Myself and I: Exploring the Micro-moments of Local, Immigrant and Tourist Self in Bicultural Identities. *Journal of International Migration and Integration*, *22*(1), 247–264.

Zerva, K., Palou, S., Blasco, D., & Donaire Benito, J. A. (2018). Tourism-philia versus tourism-phobia: residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*.

Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban - Rural border region. *Tourism Geographies*, *8*(2), 182–204.

Table des illustrations

Table des tableaux

Tableau 3.1 Résumé des profils des personnes interviewées 95
Tableau 3.2 Canaux de diffusion du questionnaire 110
Tableau 3.3 Blocs du questionnaire en ligne 113
Tableau 3.4 Observations et observations participantes avant, durant et après la Covid-19 115
Tableau 3.5 Rôle des répondants en fonction de leur profil et de la méthode de collecte des données 124
Tableau 7.1 Identification des quartiers LGBT+ dans des guides et des moteurs de recherche de services 230
Tableau 7.2 Localisation des lieux LGBT+ dans les quartiers selon les revenus disponibles des foyers 240
Tableau 8.1 Lieux utilisés par les répondants en fonction de leurs pratiques sexuelles 280

Table des figures

Fig. 3.1 Identités LGBT+ : Combinaison des deux épithètes principales choisies par les résidents interviewés 96
Fig. 3.2 Les interviewés par tranches d'âge 98
Fig. 3.3 Niveau de formation des interviewés 98
Fig. 3.4 Lieu de naissance des interviewés 98
Fig. 3.5 Lieu de résidence des interviewés 98
Fig. 3.6 Lieux où les entretiens avec les résidents LGBT+ ont été réalisés 100
Fig. 3.7 Chronologie des entretiens et des événements de pandémie de Covid-19 101
Fig. 3.8 Plan d'entretien avec les résidents LGBT+ 102
Fig. 3.9 Orientation sexuelle des touristes enquêtés 107
Fig. 3.10 Identité de genre des touristes enquêtés 107
Fig. 3.11 Touristes LGBT+ enquêtés selon leur âge 107
Fig. 3.12 Usage d'applications de rencontres pour contacter des touristes LGBT+ 111
Fig. 4.1 Résidence-Nationalité. Concordance ou non entre les touristes enquêtés 145
Fig. 4.2 Mobilités selon l'origine nationale et la région de résidence des touristes enquêtés 145
Fig. 4.3 Motivations pour s'installer, rester ou quitter Barcelone 150
Fig. 5.1 Types de lieux LGBT+ fréquentés par les touristes LGBT+ à Barcelone (en pourcentage 172
Fig. 5.2 Caractérisation d'une destination touristique LGBT+ 189
Fig. 5.3 Destination touristique LGBT+ vs destination touristique ordinaire 190
Fig. 6.1 Socialisation des touristes LGBT+ : nombre de personnes LGBT+ rencontrées lors de leurs séjours à Barcelone (en pourcentage) 210
Fig. 6.2 Ce que les touristes ont partagé avec des résidents et d'autres touristes LGBT+ rencontrés lors de leurs différents séjours à Barcelone (en pourcentage) 210
Fig. 6.3 Applications de rencontre utilisées par les touristes ayant contacté des résidents de Barcelone 215
Fig. 6.4 Applications et réseaux utilisés par les résidents 215
Fig. 6.5 Moments où les touristes ont contacté les résidents (en pourcentage) 217

Fig. 6.6 Ce que les touristes pensent être l'avis des résidents sur l'arrivée de touristes LGBT+ 221
Fig. 7.1 Répartition de l'offre LGBT+ annoncée 232
Fig. 7.2 L'offre LGBT+ annoncée, regroupée par catégories 233
Fig. 7.3 Répartition des lieux fréquentés par les résidents 239
Fig. 7.4 Lieux LGBT+ fréquentés par les résidents, regroupés par catégories 243
Fig. 7.5 Lieux LGBT+ fréquentés par les touristes par catégories (en pourcentage) 256
Fig. 7.6 Lieux LGBT+ que les touristes se souviennent avoir fréquentés 256
Fig. 7.7 Identification de Barcelone comme destination LGBT+ pour ceux qui l'avaient visitée avant 2017 (en valeurs absolues) 258
Fig. 7.8 Évolution de l'identification de Barcelone comme destination LGBT+ pour ceux qui ont effectué leur première visite après 2017 (en pourcentage) 259
Fig. 8.1 Ce que les touristes viennent faire chez les habitants (en pourcentage) 289
Fig. 8.2 Motivations et pratiques de loisirs/tourisme des personnes LGBT+ 295

Table des images

Img. 0.1 Mural de K. Haring (1989) de lutte contre le Sida au quartier du Raval, Barcelone 2
Img. 0.2 La Sorbonne, Paris 2
Img. 0.3 Faculté de Lettres et Tourisme, Gérone 2
Img. 0.4 Poème écrit par un inconnu d'Ispahan en 2001 2
Img. 0.5 Vignette d'*Astérix chez les Helvètes* [1970] R. Goscinny et A. Uderzo, Hachette, p. 44 2
Img. 3.1 Exemple de carte mentale riche en informations personnelles et collectives 104
Img. 3.2 Exemple de carte mentale réalisée par un interviewé peu enclin à dessiner 104
Img. 3.3 Flyer posté en face de l'Axel Hotel 111
Img. 5.1 Brochures à l'intention du public LGBT+ à Barcelone 171
Img. 7.1 Visualisation des établissements LGBT+ à l'aide du drapeau arc-en-ciel 235
Img. 7.2 Utilisation de l'image de l'homme jeune et musclé comme attrait commercial 235
Img. 7.3 Hauru (21) : Une vie LGBT+ déconnectée de la ville 247
Img. 7.4 Sara (27) : Le décalage entre les lieux personnels et les lieux LGBT+ de la ville 251
Img. 7.5 Appropriation de l'espace public pour la célébration d'événements LGBT+ 252
Img. 7.6 Lieu de mémoire LGBT+ dans le parc de la Ciutadella 252
Img. 8.1 Ferran (54) : Le Gaixample en tant qu'espace de loisirs personnel et urbain 266
Img. 8.2 Ari (22) : Des circuits de loisirs personnels différenciés des sites de loisirs centraux de la ville 266
Img. 8.3 Nico (28) : Ségrégation délibérée des pratiques de loisirs au regard du modèle du Gaixample 272
Img. 8.4 Joel (27) : Négocier avec le capital pour répondre aux besoins personnels 273
Img. 8.5 Santiago (58) : Pratiquer la ville avec le souci des droits des plus vulnérables 273
Img. 8.6 Mercè (53) : Une ville de sites réservés aux femmes et de sites mixtes 277
Img. 8.7 Paula (30) : Des espaces pour les femmes qui ne correspondent pas à la ville LGBT+ 277
Img. 8.8 Miquel (53) : Une cartographie d'elle-même et de la ville qui pivote autour du sexe gay 282
Img. 8.9 Pol (28) : Une cartographie influencée par la perspective professionnelle du sexe 282
Img. 8.10 Salvador (38) : La promenade comme forme d'épanouissement du couple 288
Img. 8.11 Mayo (24) : Une vie LGBT+ autour du manga, des jeux vidéo et des pâtisseries japonaises 288

Table des cartes

Carte 3.1 Pays de résidence et orientation sexuelle des touristes enquêtés ayant visité Barcelone 108
Carte 3.2 Lieu de résidence des touristes enquêtés selon le type d'agglomération 109
Carte 4.1 Trajectoires de vie. Lieux de résidence des interviewés avant d'habiter à Barcelone 144
Carte 5.1 Destinations touristiques LGBT+ identifiées par les touristes ayant visité Barcelone 194
Carte 5.2 Destinations touristiques LGBT+ selon l'expérience des résidents et endroits à éviter 196
Carte 7.1 Barcelone LGBT+ selon l'industrie des loisirs 2020-2023 231
Carte 7.2 Barcelone LGBT+ selon les lieux fréquentés par les résidents 239
Carte 7.3 Lieux LGBT+ fréquentés par les résidents 243
Carte 7.4 Lieux qui constituent la ville LGBT+ selon les résidents 250
Carte 7.5 La Barcelone des touristes LGBT+ selon les résidents 255

Table de matières

DEDICACE **3**

REMERCIEMENTS **4**

NOTES DE LECTURE **6**

INTRODUCTION GENERALE : DEPASSER LA DUALITE RESIDENT-TOURISTE ? **7**

PARTIE I · ÉTAT DE L'ART ET METHODE **13**

1 LES RELATIONS ENTRE LA POPULATION LOCALE ET LES TOURISTES **15**

1.1 Prioriser une approche par les enjeux de l'industrie touristique *16*

a Améliorer l'expérience touristique 16

b Éviter le rejet de la population locale pour poursuivre la croissance 21

1.2 L'approche méthodologique pour aborder le problème des relations entre touristes et résidents *30*

a Le dilemme du choix des acteurs 30

b Bases théoriques et méthodes d'analyse 34

1.3 Pour faire du tourisme, il faut se rendre à la destination *41*

a La destination touristique comme point de rencontre inégal 41

b L'expérience de voyage en évolution permanente 46

CONCLUSIONS DU CHAPITRE 1 49

2 LES GEOGRAPHIES DU TOURISME LGBT+ **51**

2.1 Qui sont les touristes LGBT+ ? *52*

a Les acteurs, une mosaïque d'identités 52

b Des pratiques récréatives entre la consommation et la vie sociale 54

2.2 Les espaces sont-ils particuliers pour les personnes LGBT+ ? *58*

a Un regard LGBT+ sur l'espace et les territoires 58

b Les territoires du tourisme LGBT+, bien plus que le quartier gay 62

CONCLUSIONS DU CHAPITRE 2 66

3 ABORDER LE TOURISME LGBT+ A BARCELONE PAR LE RELATIONNEL **67**

3.1 Une approche relationnelle du tourisme LGBT+ *68*

a Une démarche qualitative pour penser le tourisme LGBT+ autrement 68

b Des questionnements à la croisée des résidents, des touristes, de l'espace, du genre et des sexualités ... 72
3.2 Un lieu pour réfuter les hypothèses : Barcelone ... 77
a L'essor fulgurant de Barcelone vers le statut d'icône touristique ... 77
b Barcelone, ville LGBT+ ? ... 82
3.3 Une méthode mixte pour mener à bien l'enquête ... 87
a La définition de l'objet d'étude ... 87
b Des entretiens avec les résidents LGBT+ : le principal atout ... 94
c Un questionnaire pour saisir l'expérience touristique ... 106
d Observations in situ en quête de vérification et de témoignages supplémentaires ... 114
3.4 Posture personnelle du chercheur ... 120
a Moi et mes intersectionnalités ... 120
b Mon rapport avec le terrain ... 122

CONCLUSIONS DU CHAPITRE 3 ... 124

PARTIE II · FAÇONNER UNE COMMUNAUTE LGBT+ AVEC LES RESIDENTS ET LES TOURISTES ... 125

4 NEGOCIER LA PRESENCE DE SOI EN SOCIETE ... 127
4.1 Le défi d'être soi-même ... 129
a S'assumer en tant que personne LGBT+ ... 129
b L'angoisse de se montrer en société ... 133
c Les cercles de socialisation LGBT+ à Barcelone ou ailleurs ... 137
4.2 Les mobilités et les expériences de vie comme facteurs fondamentaux de la socialisation ... 142
a Des mobilités résidentielles qui contribuent à créer la « population locale » ... 142
b Migrer à Barcelone en tant que personne LGBT+ ... 147
c Vivre avec leurs propres intersectionnalités et les discriminations du fait d'être une personne LGBT+ ... 151
4.3 Gérer la peur en tant que personne LGBT+ ... 157
a Cette LGBT+phobie qui rôde en permanence ... 157
b Une insécurité rarement attribuée au lieu, mais plutôt aux personnes ... 160
c Stratégies pour rester en sécurité ... 164

CONCLUSIONS DU CHAPITRE 4 ... 167

5 S'EPANOUIR AU TRAVERS DES LOISIRS ET DES VOYAGES ... 169
5.1 Une offre de loisirs gay et consumériste qui domine le discours ... 170
a Tout un système de prestations marchandes dites LGBT+ ... 170
b Des limites et porosités du système de loisirs dominant ... 175
c Le rôle majeur du sexe chez les loisirs des gays ... 178

5.2 Voyager en tant que LGBT+ n'est pas toujours synonyme de faire du tourisme LGBT+ 183
a Comment l'identité LGBT+ redéfinit les manières de voyager 183
b À la découverte des lieux au travers des gens 188
c Où se rendre ? 193
CONCLUSIONS DU CHAPITRE 5 199

6 LA SOCIALISATION ENTRE RESIDENTS ET TOURISTES, ELEMENT INCONTOURNABLE DE L'ACCEPTABILITE 201
6.1 Résidents et touristes en résonance 203
a Stratégies de relation des résidents envers les touristes 203
b Des touristes en quête de résidents, ou plutôt à la recherche d'autres touristes ? 209
6.2 Médiations numériques au service de l'acceptabilité 213
a Le numérique, prélude au face-à-face et outil pour maintenir le contact ultérieurement 213
b L'acceptabilité en contexte touristique LGBT+ à Barcelone 218
CONCLUSIONS CHAPITRE 6 222

PARTIE III · DES TERRITOIRES AUX TERRITORIALITES : UNE ANALYSE DE LA BARCELONE LGBT+ 225

7 LES TERRITOIRES LGBT+ DE BARCELONE : DE LA VISIBILITE DU COMMERCIAL A L'INVISIBILITE DE CERTAINES PRATIQUES 227
7.1 L'offre commerciale comme carte de visite ou la Barcelone publicisée 229
a Une scène LGBT+ centrée sur le Gaixample 229
b Les gays, la nuit, le pécuniaire 233
7.2 Panorama élargi d'une ville LGBT+ plus personnelle 237
a Il y a une vie LGBT+ au-delà du Gaixample 237
b Serait-ce que l'argent ne fait pas tout ? 241
c « Je ne peux marquer aucun endroit » : Quand « LGBT+ » a une dimension spatiale incertaine 246
7.3 Des Barcelone LGBT+ : entre perception, représentation et visibilité des zones branchées 249
a Aller « là où vont les gens » 249
b Où rencontrer des touristes LGBT+ 253
CONCLUSIONS DU CHAPITRE 7 260

8 PRODUIRE LA VILLE LGBT+ PAR DES PRATIQUES RECREATIVES 263
8.1 « Les espaces LGBT+ se construisent avec les personnes » 264
a Les multiples territorialités de la fête 265

b Idéaux et politique. Pratiques de loisirs qui défient le mainstream 269
c La ville récréative d'un point de vue féminin et lesbien 275
d Le sexe, moteur de la diversité des lieux de loisirs gays dans la ville 279
e La « longue traîne » des motivations personnelles pour identifier des lieux LGBT+ au-delà des seuls loisirs 286
8.2 Des hybridations au service d'une ville inclusive 291
a Construire des espaces hybrides en négociant avec des rythmes dissonants 291
b Du quartier gay à la destination inclusive 294
CONCLUSIONS DU CHAPITRE 8 298

CONCLUSION GENERALE 301
Discussion et perspectives de recherche 306

ANNEXES 311

RESUME EN CATALAN · RESUM EN CATALÀ 312
RESUME EN ESPAGNOL · RESUMEN EN CASTELLANO 314
RESUME EN ANGLAIS · ABSTRACT 316
RESUME EN FRANÇAIS 318

QUESTIONNAIRE AUX TOURISTES 320

VERBATIMS ORIGINAUX 335

BIBLIOGRAPHIE 349

TABLE DES ILLUSTRATIONS 375
TABLE DE MATIERES 379

...OUI, POUR LA PREMIÈRE FOIS, UN ROMAIN EST INVITÉ À PARTICIPER À UN DE CES FESTINS QUI, TRADITION-NELLEMENT FÊTENT LE RETOUR DE NOS AMIS. DE NOS AMIS HEUREUX ET FIERS, CAR ILS RÉALISENT QUE CHAQUE VOYAGE ENRICHIT LEUR SAVOIR ET LEUR EXPÉRIENCE.
ALORS, OBÉLIX, L'HELVÉTIE C'EST COMMENT ?
PLAT.
Fin
DE L'ÉPISODE

FRANÇAIS

Résumé :

Au croisement des études touristiques et des géographies des sexualités, cette thèse porte sur les pratiques et les lieux des résidents et des touristes LGBT+ à Barcelone. Elle part du constat que la dimension sociale de la durabilité du tourisme reste souvent négligée face aux dimensions environnementale et économique. Pour dépasser l'opposition classique touriste/consommateur et résident/fournisseur, une approche relationnelle est privilégiée afin de comprendre les relations entre les personnes LGBT+ présentes dans la ville. Trois méthodes ont été mobilisées : des entretiens semi-directifs avec 49 résidents LGBT+, incluant l'élaboration de cartes mentales ; un questionnaire auprès de touristes LGBT+ ; et des observations participantes. Cette thèse montre que la représentation de la ville touristique LGBT+ coïncide largement avec les espaces commerciaux, mais révèle aussi des pratiques et lieux qui dépassent le Gaixample, quartier de loisirs LGBT+, et la consommation. L'identité LGBT+, vécue de manière diverse, s'entrelace avec des trajectoires personnelles – mobilités résidentielles et touristiques, sens de la sécurité, identification communautaire –, produisant une cartographie plus ouverte et complexe, moins prévisible. Les connexions entre personnes et espaces apparaissent moins rigides que dans le discours dominant, et les micro-géographies – quartiers, établissements culturels, espaces publics ou domiciles privés – y occupent une place significative. En mettant en avant les relations sociales, les pratiques et les espaces d'une ville qui occupe une place importante dans le panorama LGBT+, cette thèse revisite les territorialités comme constructions sociales, repense le tourisme LGBT+ à partir des acteurs plutôt que de l'offre, et interroge la notion de destination LGBT+, souvent en décalage avec les attentes d'inclusivité et de diversité.

Mots-clés :

Tourisme LGBT+ / Géographies des sexualités / Relations résident-touriste / Durabilité sociale / Perspective relationnelle / Acceptabilité du tourisme / Barcelone

ENGLISH

Abstract:

At the intersection of tourism studies and the geographies of sexualities, this thesis examines the practices and spaces of LGBT+ residents and tourists in Barcelona. It begins from the observation that the social dimension of tourism sustainability has often been neglected compared to its environmental and economic aspects. To move beyond the conventional dichotomy of tourist/consumer and resident/service provider, the study adopts a relational perspective to understand interactions among LGBT+ individuals in the city. Three methods were employed: semi-structured interviews with 49 LGBT+ residents, including the production of individual mental maps; a survey of LGBT+ tourists; and participant observation. This thesis shows that the representation of the LGBT+ tourist city largely overlaps with commercial spaces but also reveals practices and places extending beyond the Gaixample leisure district and consumption. LGBT+ identity, and the diverse ways in which it is lived, intertwines with personal trajectories –residential and tourist mobility, perceptions of safety, and degrees of community identification– producing a more open and complex, less predictable cartography. Connections between people and spaces appear less rigid than suggested by dominant discourse, while micro-geographies –neighbourhoods, cultural venues, public spaces, and private homes– play a significant role. By highlighting social relations, practices, and spaces within a city that holds a prominent place in the LGBT+ scene, this thesis revisits territorialities as social constructions, rethinks LGBT+ tourism through the lens of actors rather than supply, and critically examines the notion of the LGBT+ tourist destination, often falling short of inclusivity and diversity.

Keywords :

LGBT+ tourism / Geographies of sexualities / Host-guest relationship / Social sustainability / Relational perspective / Acceptability of tourism / Barcelona

CASTELLANO

Resumen:

En la intersección entre los estudios turísticos y las geografías de las sexualidades, esta tesis aborda las prácticas y los espacios de los residentes y turistas LGTB+ en Barcelona. Parte de la constatación de que la dimensión social de la sostenibilidad del turismo ha sido a menudo relegada frente a las dimensiones ambiental y económica. Para superar la oposición clásica entre turista/consumidor y residente/proveedor de servicios, se privilegia una perspectiva relacional que permita comprender las relaciones entre las personas LGTB+ presentes en la ciudad. Se han empleado tres métodos: entrevistas semiestructuradas con 49 residentes LGTB+, incluyendo la elaboración de mapas mentales; un cuestionario dirigido a turistas LGTB+; y observaciones participantes. Esta tesis muestra que la representación de la ciudad turística LGTB+ coincide en gran medida con los espacios comerciales, pero también revela prácticas y lugares que van más allá del Gaixample, barrio de ocio LGTB+, y del consumo. La identidad LGTB+, vivida de manera diversa, se entrelaza con trayectorias personales –movilidades residenciales y turísticas, percepción de la seguridad, identificación comunitaria– produciendo una cartografía más abierta y compleja, menos previsible. Las conexiones entre personas y espacios aparecen menos rígidas de lo que sugiere el discurso dominante, y las microgeografías –barrios, establecimientos culturales, espacios públicos o domicilios privados– ocupan un lugar significativo. Al poner de relieve las relaciones sociales, las prácticas y los espacios de una ciudad que ocupa un lugar destacado en la escena LGTB+, esta tesis revisita las territorialidades como construcciones sociales, replantea el turismo LGTB+ desde la perspectiva de los actores más que de la oferta, y cuestiona la noción de destino LGTB+, que a menudo no encaja con las expectativas de inclusividad y diversidad.

Palabras clave :

Turismo LGTB+ / Geografías de las sexualidades / Relaciones residente-turista / Sostenibilidad social / Perspectiva relacional / Aceptabilidad del turismo / Barcelona

CATALÀ

Resum:

A la intersecció entre els estudis turístics i les geografies de les sexualitats, aquesta tesi tracta sobre les pràctiques i els espais dels residents i dels turistes LGTB+ a Barcelona. Parteix de la constatació que la dimensió social de la sostenibilitat del turisme sovint queda relegada davant les dimensions ambiental i econòmica. Per superar l'oposició clàssica entre turista/consumidor i resident/proveïdor, es privilegia una perspectiva relacional que permeti comprendre les relacions entre les persones LGTB+ presents a la ciutat. S'han emprat tres mètodes: entrevistes semiestructurades amb 49 residents LGTB+, incloent l'elaboració de mapes mentals; un qüestionari adreçat a turistes LGTB+; i observacions participants. Aquesta tesi mostra que la representació de la ciutat turística LGTB+ coincideix en gran mesura amb els espais comercials, però també revela pràctiques i llocs que van més enllà del Gaixample, barri d'oci LGTB+, i del consum. La identitat LGTB+, viscuda de manera diversa, s'entrellaça amb trajectòries personals –mobilitats residencials i turístiques, percepció de la seguretat, identificació comunitària–, produint una cartografia més oberta i complexa, menys previsible. Les connexions entre persones i espais apareixen menys rígides del que suggereix el discurs dominant, i les microgeografies –barris, establiments culturals, espais públics o domicilis privats– hi ocupen un lloc significatiu. Posant en relleu les relacions socials, les pràctiques i els espais d'una ciutat que ocupa un lloc destacat en l'escena LGTB+, aquesta tesi revisita les territorialitats com a construccions socials, replanteja el turisme LGTB+ des de la perspectiva dels actors més que de l'oferta, i qüestiona la noció de destinació LGTB+, que sovint no encaixa amb les expectatives d'inclusivitat i diversitat.

Paraules clau:

Turisme LGTB+ / Geografies de les sexualitats / Relacions resident-turista / Sostenibilitat social / Perspectiva relacional / Acceptabilitat del turisme / Barcelona