



Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**LA EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD LGTB
THE EFFECTIVENESS OF THE LGTB COMMUNITY COMMUNICATION**

Modalidad de trabajo “A”

**Nombre: DANIEL CASTELLS ANDRADE
Tutora: FRANCISCO JOSÉ FERNÁNDEZ BELTRÁN**

Fecha: 24 de junio del 2016

Resumen:

La investigación realizada, ha tenido como objetivo la comprensión de cómo se ha llegado a la situación de igualdad legal y aceptación social de la comunidad LGTB+ actual en España. Así, se ha sido capaz de hacer un estudio cualitativo y cuantitativo para obtener una vía de acción óptima para trabajar dentro de nuestra sociedad y alcanzar una más tolerante. Se ha contextualizado en un marco histórico sobre creencias y actitudes, con lo cual se ha podido definir una investigación basada en puntos de inflexión para el grupo en cuestión, y la comunicación que les acompañaba en esos momentos.

Esto ha dado oportunidad para entender cómo funciona la comunicación social y la estrategia utilizada para el movimiento homosexual. Ha permitido el análisis de los *insights* empleados en diferentes situaciones, y comparar los *feedbacks* con encuestas de opinión pública y de la misma comunidad que se han realizado para este trabajo. De esta manera, se ha logrado tener una idea más clara de la imagen y reputación que posee el colectivo, y cómo estos resultados obtenidos a lo largo de su lucha, nos sirven hoy en día para mantener el mismo tipo de estrategia o modificarla.

En conclusión, la primera posición entre los países más tolerantes, y la plena igualdad legal para la comunidad LGTB+ que tiene España, resulta una afirmación positiva para los integrantes del colectivo del país. Sin embargo, los resultados de las encuestas presentadas, difieren en las estadísticas y estudios realizados previamente a este trabajo. Pero, dado que este estudio fue realizado con un grupo pequeño de sujetos y una investigación de recursos limitados, sólo podemos decir que las conclusiones a las que hemos llegado sobre la situación de igualdad social, apartado de lo que es la Constitución, aún coloca al colectivo en una mejor situación de aceptación e igualdad que en otros países. Que, no obstante, podría realizar una comunicación más eficaz con un cambio de estrategia.

Palabras clave: comunidad, cultura, eficacia, insight, imagen, reputación

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. HIPÓTESIS	7
4. OBJETIVOS	7
5. MARCO TEÓRICO	8
5.1. Historia	8
5.1.1. Contexto sociológico actual	10
5.2. El movimiento homosexual	12
5.2.1. Las tácticas del movimiento homosexual	14
5.3. Estructura organizacional de la comunidad LGTB+ en España	15
5.4. Comunicación y la comunidad LGTB+ como una marca	19
5.4.1. Publicidad gay-friendly	24
5.5. Retórica anti-LGBTB+	26
a) Religión: “God created Adam and Eve, not Adam and Steve”	26
b) Seguridad: Abuso infantil	27
c) Moral: La homosexualidad como pecado	27
d) Sanidad: El sida como una enfermedad LGTB+	27
5.6. Enfoque comunicacional hacia los Derechos Humanos	28
5.7. Imagen y Reputación	30
6. METODOLOGÍA	31
6.1. Comunidad LGTB+ y la legislación	32
6.1.1. Comunicación LGTB+ y la legislación en España	34
a) <i>Agosto, 1970: Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social</i>	34
b) <i>1980-1982: primera agrupación LGTB+</i>	35
c) <i>1988: eliminación de la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social</i> ..	35
d) <i>1995: nuevo Código Penal</i>	36
e) <i>1996-1998: el Orgullo y la visibilidad</i>	36
f) <i>Julio, 2005: matrimonio y adopción</i>	37
g) <i>2008: año de la visibilidad lésbica</i>	37
h) <i>2009: año de la diversidad afectivo sexual en la educación</i>	37
i) <i>2010: año para Trans-formar</i>	38
j) <i>2011: año del VIH</i>	38

k) 2012: <i>¡Jóvenes sin armarios!</i>	38
l) Octubre, 2014: <i>LEY 11/2014, de 10 de octubre en Cataluña</i>	39
m) Mayo, 2015: <i>promueven la denuncia de delitos en la comunidad de Madrid.</i>	39
6.2. Imagen y Reputación LGTB+ en España	40
6.3. Aceptación social	43
6.3.1. Aceptación externa e interna	44
6.4. Insights utilizados en el tiempo en España	46
6.5. Trabajo de campo	50
6.5.1. Resumen encuestas a la Comunidad LGTB+	50
6.5.2. Resumen encuestas al resto de la sociedad	54
6.5.3. Análisis resultados	57
a) Grado de información	58
b) Opinión	59
7. CONCLUSIÓN	63
8. ABSTRACT	66
9. INTRODUCTION	67
10. JUSTIFICATION	68
11. HYPOTHESIS	69
12. OBJECTIVES	69
13. THEORETICAL FRAMEWORK	69
14. CONCLUSIONS	89
15. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA	93
16. ANEXOS	105

1. INTRODUCCIÓN

Según un artículo de la CNN basado en el estudio del centro Pew Research, de aproximadamente 194 países en el mundo, a día de hoy, solamente 22 de ellos aceptan el matrimonio homosexual en su constitución, de lo cuales 8 son de los 50 países europeos. Esto supone un promedio de 1,34 países por año desde que en el 2000 Holanda tomo la iniciativa en el tema hasta el 2015.

La eficacia en la comunicación de la comunidad LGTB+ (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales y demás identidades sexuales y de género fuera del sistema heteronormativo) se ha visto obstaculizada por la mala imagen y reputación que llevan consigo. Lo que más destaca en dicha comunidad, es la polémica sexual y religiosa ligada a esta. Que, a pesar de ser una visión honesta y más abierta de la sexualidad de nuestra sociedad en general, esta aun no está completamente implantada, ni aceptada, dentro de la comunidad heterosexual que, de cierta manera, hace que los resultados en la simple aceptación de relaciones no comunes, sea más difícil de conseguir.

Sin embargo, los avances que se han obtenido son notorios y se han venido construyendo con una serie de valores, iconos y acciones propias de una marca con una estrategia de comunicación mínima y que entiende su importancia. Con ello, los objetivos de guiar un cambio sociocultural por la lucha de los derechos a la igualdad, con la utilización de herramientas de las ciencias de la comunicación, es el interés que hemos extraído para intentar concluir y definir si las estrategias utilizadas y sus respectivos *insights* son lo más eficaz para lograr los resultados que se desean.

Por ello, a continuación, vamos a analizar los mensajes que se han realizado y los resultados que se han obtenido en consecuencia desde “la era de revolución sexual” en la década de los sesenta.

Para la exposición de la investigación, empezaremos por entender mejor los precedentes del tema con un poco de su historia y, así también, conocer la situación actual de la comunidad LGTB++ y la legislación a nivel mundial y

concretamente en España, pasando desde la comunicación que han realizado hasta los puntos de inflexión y acontecimientos más importantes.

Una vez tengamos un conocimiento general de lo que estamos tratando, pasaremos a analizar los *insights* utilizados y la opinión sobre los mismos por parte de la comunidad y del resto de la sociedad. De esta manera, podremos obtener estadísticas y resultados de la situación actual en cuanto a su imagen y reputación. Trataremos la información obtenida para lograr concluir si el enfoque utilizado es eficaz o descifrar cual sería el más idóneo.

2. JUSTIFICACIÓN

Sociedad: entendido por la primera definición de la RAE (Real Academia Española) como “conjunto de personas, pueblos o naciones que conviven bajo normas comunes”. Definición que, si nos la planteamos para definir a todos aquellos que nos consideramos parte del grupo de personas que hemos decidido vivir en este mundo como parte de lo que conocemos popularmente como sociedad, se queda un poco corta.

A pesar de tener Constituciones y normas morales implícitas, aunque estas difieran según culturas, existen grupos minoritarios que, a día de hoy, necesitan ser específicamente protegidos y tomados en cuenta para llenar un vacío legal que les permita conseguir un estilo de vida igualitario, y una convivencia real bajo las normas comunes a las que se refiere la definición mencionada.

Para alcanzar esta igualdad, los distintos grupos han tenido que manifestarse y mantener una consecución de acciones constantes para conseguir un trato igualitario por el resto de la sociedad. Acciones que podemos entender como parte de una estrategia más global. Es decir, podemos entender las diferentes luchas por los derechos humanos como entidades con imágenes y reputaciones forjadas gracias a estrategias comunicacionales realizadas como una marca.

De ahí el interés en profundizar sobre las tácticas utilizadas y los resultados obtenidos de la comunidad LGTB+ específicamente, ya que ha conseguido una mayor visibilidad en los últimos años. De esta manera, podremos entender el grado de eficacia de su comunicación y sus factores tanto positivos como negativos. Permittiéndonos de esta manera, un mayor acercamiento hacia una estrategia más eficaz.

3. HIPÓTESIS

La eficacia en la comunicación de la comunidad LGTB+ (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales y demás identidades sexuales y de género fuera del sistema heteronormativo) se ha visto obstaculizada por la mala imagen y reputación que llevan consigo.

4. OBJETIVOS

Se persiguen los siguientes objetivos:

- Conocer el recorrido del movimiento gay
- Revisar campañas y resultados obtenidos de la Comunidad LGTB+
- Comprender la estructura y la estrategia comunicacional de la Comunidad LGTB+ en España
- Comprender la Comunidad LGTB+ como una marca
- Analizar la situación actual de los derechos y aceptación de la Comunidad LGTB+
- Analizar la imagen y reputación y conocer la opinión de sus públicos

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Historia

Como podemos encontrar en el libro *Born to be Gay: A history of homosexuality* de William Naphy, la homosexualidad es algo que encontramos desde los tiempos más remotos de la existencia del hombre. Que, como extraemos del artículo “Historia de la homosexualidad” de Fertilab, primera unidad de reproducción humana de Venezuela, nos permite afirmar con estudios antropológicos, que la homosexualidad es una constante universal, desde el mismo Aristóteles hasta el integrante de los Beatles, John Lennon.

Por ello, basándonos en el mismo artículo de Fertilab, vemos que, en épocas precolombinas, por ejemplo, la homosexualidad era respetada. Incluso, corroborando con el texto “Homosexualidad en la historia” de la web Ciencia Popular, estos eran considerados como sabios y seres especiales por ser representación de lo masculino y femenino en un solo ser. Así mismo, en el lejano oriente, esta también se vio divinizada algunas veces en la India antigua, creyendo que estas prácticas atraerían la fertilidad.

Y, enfocándonos en otras culturas como la griega, romana, egipcia y africana, las prácticas entre dos personas del mismo sexo era algo permitido dentro de la élite o en el pueblo, pero con ciertas restricciones. Pudiendo amos tener amantes jóvenes a modo de aprendices, como puede ser el de Alejandro Magno y Hefaiestión, uno de sus generales. Y, en Grecia, por ejemplo, la aceptación de la prostitución masculina, aunque no era visto con normalidad relaciones entre dos hombres adultos.

Además, volviendo al texto de Ciencia Popular, la motivación de relaciones homosexuales en los batallones, ayudaban a generar un sentimiento de cercanía mucho más fuerte entre parejas que luchaban juntos y, de esa manera, combatir en defensa y venganza hasta la muerte.

Pero, también podemos ver algunos puntos más negativos. En territorio andaluz, cuando estaba bajo la cultura árabe, a pesar de que era algo bien visto entre la élite, el Corán y los primeros escritos religiosos del Islam daban a entender puntos de vista negativos al respecto. Que, adentrándonos un poco más en la religión, la imposición del cristianismo, y con él las conquistas españolas en América, empezaron a dar lugar a ideas poco favorables para las prácticas homosexuales.

Como lo exponen en Fertilab, la imposición del cristianismo y la prohibición de religiones que aceptasen la prostitución femenina y masculina en el imperio romano, comenzó con la idea de que la única razón válida para las relaciones sexuales era la procreación. Es entonces cuando empezaron los castigos más severos dentro de la comunidad y las persecuciones. Tema que, como dice la Dra. Diana Rocco en su blog “La homosexualidad a través de la historia”, toman mayor importancia cuando estas costumbres se convierten en ley y las prácticas antes mencionadas pasan a ser penadas en el imperio romano por el Código Teodosiano.

Y, no fue hasta finales del siglo XIX, y a lo largo del XX, que se comenzó a notar movimientos por parte de la comunidad en defensa de la igualdad. Que, motivados por la lucha del feminismo y la aparición de la cultura hippie, la lucha empezó a tomar relevancia en los sesenta y setenta con eventos destacables como lo fue el festival de música Woodstock, que fue posible gracias a Elliot Tiber, uno de sus organizadores¹, donde se dio gran notoriedad a muchos iconos de la comunidad. Esto provocó que poco a poco se vaya aceptando dentro de la cultura popular ya cerca de la década de los ochenta.

Fue en esta misma época, en 1981, cuando se reconoce el primer caso de SIDA, que rápidamente se asoció a la población homosexual por ser estos la mayoría de afectados, lo cual, evidentemente, esparció una mala imagen. Pero, más adelante, ya se dio a conocer la enfermedad como algo posible para toda la sociedad. Esto ayudó a que la aceptación de la comunidad continuase

¹ CADELL, Ian. *Taking Woodstock reveals gay past*. Straight.com. Agosto, 2009.

avanzando y además, verse incluida en los medios (música, series, películas, presentadores...).

5.1.1. Contexto sociológico actual

La comunidad LGTB+, como se le ha denominado recientemente al grupo que componen todas las minorías sexuales (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales y demás identidades sexuales y de género fuera del sistema heteronormativo), según Lambda Legal, organización internacional que aboga por la igualdad, ha continuado con la lucha por la igualdad hasta el día de hoy. Y, a continuación, veremos dentro de qué contexto se están moviendo para lograr entender, de una forma más clara, hacia donde se quiere llegar.

En el grupo de la comunidad femenina, por ejemplo, podemos ver una concienciación por parte de la sociedad, además, por parte de organizaciones del nivel de la ONU. En el 2000, en la Cumbre del Milenio, que se puede ver en detalle en la página oficial², se firmó la Declaración del Milenio donde se reconocía la discriminación de género, y se planteó como objetivo el promover su igualdad, así como el empoderamiento de las mujeres; objetivos que tenían como fecha límite el año 2015.

Pero, además de esto, la ONU Mujeres motivó a cumplir otros objetivos independientes al de los establecidos en la cumbre. Y los plantea en tres grandes objetivos: poner fin a la violencia, igualdad de oportunidades, recursos y responsabilidades y escuchar lo que tienen que decir todas las mujeres, democratizar más el movimiento.³

Y, en cuanto a la comunidad LGTB+, una de las noticias más notables hasta el momento, ha sido la aprobación del matrimonio homosexual en la constitución

² Cumbre del Milenio: <http://www.un.org/spanish/milenio/>

³ PURI, Lakshmi. *Un objetivo mundial en materia de igualdad de género, derechos de las mujeres y empoderamiento de las mujeres*. Unwoman.org. Mayo, 2013.

con un apoyo de más del 60% de los votantes en Irlanda, según expone la BBC Mundo en su artículo “Irlanda, el primer país en aprobar el matrimonio gay por voto popular”.

A esto se le añade un momento importante en la cultura popular, que es la decisión que tomó el atleta olímpico, Bruce Jenner, también conocido por el famoso reality show del canal de televisión E!, “Keeping up with the Kardashians”, de dar a conocer al mundo sobre su decisión de retomar su vida como una persona transexual. Después de dar una entrevista y aparecer en la portada de la revista Vanity Fair con su nueva identidad, tuvo una acogida en su nueva cuenta de Twitter con más de dos millones de seguidores en menos de cuatro horas demostrando su apoyo, según el artículo “Caitlyn Jenner bate récord en redes sociales y recibe apoyo del clan Kardashian”, de la revista colombiana, Fucsia.

Aunque vemos que ha habido cambios positivos, y organizaciones y cargos importantes han tomado el tema con mayor interés, aun vemos un estancamiento e incluso, un retroceso en el avance hacia la igualdad. Dentro de la comunidad LGTB+, según un estudio de la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, la mitad de los encuestados había sufrido algún tipo de discriminación debido a su orientación sexual que, junto al crecimiento de los partidos ultraderechistas, y los eventos neonazis tomando represalias por cuenta propia sobre la comunidad en países como Rusia, podemos concluir que no todo son avances.

Sin embargo, cabe destacar que es difícil generalizar en un tema como este, en el que influye muchos factores socioculturales. Es por eso que ahora veremos la situación tanto por el extremo bueno y malo, así como en España, concretamente.

Una encuesta realizada por PewResearch, centro de investigación estadounidense de problemas sociales, en el 2013 preguntando si la sociedad debería aceptar la homosexualidad, demostró que la población española, entre los 39 países encuestados, es la que demuestra un mayor grado de aceptación, llegando a un 88% de respuestas a favor entre los encuestados. A

ella le siguen Alemania con un 87%, República Checa con un 80%, Francia con un 77%, Gran Bretaña con un 76% e Italia con un 74%. Esto, demuestra un aumento en la aceptación dentro de la sociedad española de un 6% en relación con resultados obtenidos en el 2007.

Y, enfocándonos hacia los países menos favorables, el estudio demostró un fuerte rechazo mayormente en el continente africano. Nigeria obtuvo un total de 98% de encuestados en contra de la igualdad, al que le sigue Senegal, Ghana y Uganda con un 96% y Kenia con un 90%. En ambos casos, el porcentaje de aceptación por parte de las mujeres es mayor que el de los hombres, así como también es mayor entre personas jóvenes de 18 a 29 años de edad.

Está claro que el nivel de desarrollo, calidad de vida y la cultura influyen a la hora de combatir con estereotipos y discriminaciones. Lo cual, centrándonos en la situación de la sociedad en general de hoy en día, a la que llamamos sociedad de la información, decimos que ya no es solo en sí misma un derecho, apoyado en la Declaración del Milenio que ya mencionamos, sino que también “se ha convertido en una condición para el ejercicio y la defensa de los demás derechos”.⁴

5.2. El movimiento homosexual

Repetidas veces ya hemos mencionado la repercusión que tuvo los disturbios en el bar Stonewall de Nueva York en 1969. Estos disturbios, en los que la policía tomó como pretexto el control de bebida para cometer actos discriminatorios contra las personas LGTB+ del local, como ya vimos anteriormente, tomaron relevancia por la rebelión que provocó en las personas que presenciaron el evento.

⁴ DEL RÍO Sánchez, Olga (2009). *TIC, derechos humanos y desarrollo: nuevos escenarios de la comunicación social*. Universidad Autónoma de Barcelona (mayo), resumen.

Era la primera vez que las víctimas se defendían antes las autoridades. Los estragos causaron gran conmoción dentro de la comunidad haciendo que se haga eco en todos los grupos de apoyo. Esto provocó un auge en la creación de organizaciones y fundaciones LGTB+. Y, un año después, el Gay Liberation Front (GLF) organizó la primera manifestación pacífica desde Greenwich Village, lugar donde se encontraba Stonewall, hasta Central Park.

Acudieron entre cinco mil y diez mil personas. Este fue el nacimiento de lo que hoy conocemos como el día del Orgullo Gay. Y, es este proceso y acciones las que se consideran el inicio del movimiento gay. Por lo tanto, entendemos por movimiento gay a la movilización de todas aquellas personas que componen el colectivo en dirección hacia un estilo de vida igualitaria, tanto legal como socialmente.⁵

Este tipo de acciones, empezaron a ponerse un poco más agresivas en la década de los ochenta, debido a la falta de interés por parte de las instituciones frente a los problemas que estaban teniendo en la comunidad por el virus del VIH. En la película “The Normal Heart” de Ryan Murphy, basada en hechos reales, se puede ver como la expansión del virus y las muertes a causa de este en la comunidad, eran completamente ignoradas por las instituciones públicas, obligando a los activistas a hacerse cargo.

Es entonces que, como podemos encontrar en un artículo del apartado “Cultura Pro-Gay” de la web EsPosibleLaEsperanza.com, el editor Marshall De Bruhl, editor especializado en historia y biografías, se puso en contacto con dos antiguos alumnos homosexuales de la universidad de Harvard, Marshall Kirk, investigador de neuropsiquiatría y Hunter Madser, experto en tácticas de persuasión pública y marketing social. Juntos hicieron “After the Ball: How America Will Conquer Its Fear & Hatred of Gays in the 90s”, un manifiesto que pretende hacer aceptable la revolución cultural homosexual en Estados Unidos.

⁵ Byron. *Historia del Movimiento Gay*. Triángulo rosa [Blog en línea]. Junio, 2012.

En este trabajo, los autores citados exponen una serie de consejos a los activistas LGTB+, sobre cómo deberían actuar y comunicar sus ideas y valores al resto de la sociedad para que la respuesta por parte de esta sea más positiva. En el siguiente punto realizaremos un resumen de las ideas más destacables que aporten mayor interés para nuestro trabajo.

5.2.1. Las tácticas del movimiento homosexual

Todas las recomendaciones e ideas que expondremos a continuación han sido extraídas del artículo que hemos mencionado con anterioridad, “Las técnicas del movimiento homosexual”.

Como mención a destacar, los autores recomiendan que, además de siempre tener claro y definido nuestro público objetivo, nos dirijamos a la parte más emocional de este en lugar de a la lógica. A continuación mencionaremos algunas de las acciones que nos ayudarían a lograr esto:

- Incentivar a las figuras públicas a llevar su sexualidad abiertamente para lograr inseguridad en las personas a la hora rechazar la homosexualidad públicamente.
- Aislar y silenciar a la oposición radical:
 - o Trabajar sobre la imagen de este grupo, tornándola lo más negativa posible, para causar incomodidad y desconformidad por parte del resto de la sociedad en su presencia.
 - o Exponer la doctrina de la iglesia como anticuada y como un obstáculo para el avance de la ciencia y la psicología.
- Presentar a la comunidad como víctimas para conseguir una reacción de protección por parte de los demás.

- Convertir los desfiles públicos en un acto de comprensión sobre la homosexualidad para la comunidad heterosexual en lugar de un acto de autoafirmación.
- Debilitar el movimiento opositor religioso dividiéndolo entre conservadores y los más liberales.
- Aumentar el uso de lesbianas en las gráficas de la comunicación para tener un mayor grado de aceptación por parte del público.
- Dar mayor notoriedad a los grandes personajes homosexuales de la historia para desestimar ideas negativas y asociar a la comunidad con grandeza.

5.3. Estructura organizacional de la Comunidad LGTB+ en España

Los datos que recogeremos a continuación, se encuentran en la Memoria de Actividades de La Federación Estatal de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales de España (FELGTB) (véase anexo 1). Esta, al ser la primera federación estatal y la más numerosa, toma el mando en lo que respecta a las principales acciones comunicacionales hacia la igualdad. Por ello, detallaremos su estructura organizacional y veremos cómo se relaciona con las otras organizaciones y asociaciones del país.

Con una misión que resume la aspiración de conseguir igualdad social para el grupo LGTB+, solidaridad social y mayor justicia, y una visión de ser el referente social y político de este movimiento, la FELGTB suma más de 56 asociaciones cubriendo todo el territorio nacional español.

Desde el 2012, la Federación está precedida por una Presidencia a cargo de Boti García Rodrigo, Licenciada en Filosofía y Letras. A esta le apoyan 3 secretarías, 6 vocalías, Tesorería y 9 distintas áreas de trabajo. En conjuntos, toman acción principalmente sobre:

- Incidencia Política
- Denuncia
- Sensibilización
- Trabajo Social
- Formación
- Investigación y Estudios

A continuación, enlistaremos las áreas que conforman a la organización, los responsables correspondientes en las que se aplique y los objetivos de cada una.

- Secretaria General
 - o Desireé Chacón, Abogada
- Secretaría de Organización
 - o Arnaldo Gancedo, considerado pionero en la organización del Orgullo.
- Secretaría de Actas
 - o Elena Llanes, Bióloga Inmunológica
- Vocalía de Diversidad
 - o Luisa Notario
 - o Trabaja sobre las realidades que no tienen gran visibilidad. Es decir, las minorías dentro de la comunidad LGTB+.
- Vocalía de Comunicación
 - o Ignacio Paredero, Licenciado en Derecho y Sociología
 - o Dinamiza la comunicación interna y externa. Tiene especial énfasis en lo que se refiere a comunicación 2.0 pero, también se encarga de gestiones de marketing, relaciones públicas y redacción de notas de prensa.

- Vocalía de Relaciones Institucionales
 - o Boti García Rodrigo, Licenciada en Filosofía y Letras
 - o Apoya a la Presidencia con el trabajo que implica las relaciones con los sindicatos, partidos políticos y otras representaciones insititucionales.

- Vocalía Laboral
 - o Ximo Cádiz Rádenas, Técnico de Juventud del Ayuntamiento de Mislata
 - o Lucha contra la discriminación en el ámbito laboral.

- Vocalía Jurídica
 - o Martín Berenguer, Licenciado en Derecho y funcionario de la Administración de Justicia
 - o Trabaja para eliminar los obstáculos administrativos y legales, además de encargarse que los derechos obtenidos se vean adecuadamente reflejados en las normas jurídicas.

- Vocalía de Formación y Voluntariado
 - o Josefa Suárez
 - o Formar y otorgar un mejor nivel de capacitación al grupo de voluntarios para ayudar en la gestión y actividades de la Federación.

- Tesorería
 - o Miguel Ramos, Ingeniero informático
 - o Además de conseguir nuevas fuentes de financiación privada, trabaja por la visibilidad del colectivo en el deporte.

- Áreas de trabajo:
 - o Asuntos Religiosos
 - Juan Antonio Ferriz, Profesor en la Universidad de Alicante de Desarrollo Sostenible.

- Trabaja por la diversidad e inclusión de las personas LGTB+ creyentes.
- o Bisexualidad
 - Montse Silvan
 - Se busca aumentar la presencia mediática de este grupo, y poder derribar estereotipos.
- o Cooperación Internacional y Derechos Humanos
 - Alejandro Alder, Licenciado en Derecho y Dr. En Derechos Humanos.
 - Aborda cualquier atentado contra los Derechos Humanos, y trabaja en red con Europa y Latinoamérica.
- o Cultura
 - Joxean Zapirain
 - Trabaja por la visibilidad y valoración de los hechos culturales LGTB+.
- o Educación
 - Jesús Generelo
 - Pretende despertar en la conciencia del sistema educativo, sobre los prejuicios y desigualdades sociales.
- o Joven
 - Joana Berger, estudiante de medicina
 - Área donde se concentran activistas menores de 31 años para incentivar el sentimiento en jóvenes y apoyar a las otras áreas.
- o Políticas Lésbicas
 - Esther Martínez, Trabajadora Social

- Su principal labor es la visibilidad y empoderamiento lésbico.
- o Salud Integral y VIH/Sida
 - Rubén Sancho, Licenciado en Psicología
 - Recobrar la seriedad de la enfermedad para aumentar su prevención. Además, trabaja para informar sobre la misma para conseguir erradicar la discriminación hacia personas afectadas.
- o Transexualidad
 - Mar Cambrollé, mujer transexual
 - Mejorar la atención sanitaria para este grupo, así como eliminar la exclusión social y laboral.

El trabajo que se realiza desde la FELGTB se da gracias a las subvenciones públicas estatales, cuotas de socios anuales, y donaciones privadas. A partir de aquí, la Federación es capaz de coordinar la labor de las más de 50 asociaciones para conseguir un mensaje más coherente. Pero, cabe recalcar que las iniciativas son independientes de cada organismo.

La FELGTB trabaja como mediadora para poner en contacto a los distintos representantes, realizar eventos de gran escala con un tema común (como puede ser el día del Orgullo Gay) y asistir en lo posible en los proyectos de intereses más locales para llevarlos a cabo y, de alguna manera, se puedan aprovechar en otras asociaciones en diferentes partes del país.

5.4. Comunicación y la comunidad LGTB+ como una marca

«Una marca puede definirse como una reputación en el mercado que tiene una identidad (el origen de la marca) que se ha traducido en una imagen (la percepción de los clientes) que confiere un valor competitivo a las ventas

adicionales, o precios altos, o ambos.» (Laver, p.17 c.p. GestioPolis.com Experto, 2002).

El párrafo que hemos citado, sustituyendo las ventas y los precios por otras variables como la religión, la sociedad y/o la política, podemos considerar a la comunidad LGTB+ como cualquier otra marca. Además, tomando literalmente el nombre por el que nos dirigimos hacia este grupo minoritario, podemos compararlo directamente con uno de los mayores objetivos de las marcas de hoy en día: crear una comunidad de marca⁶.

Por ello, daremos a conocer métodos que han adoptado a lo largo de los años, para identificarse y comunicar los valores que les acompañan. Al ser una cultura tan expandida actualmente, solamente destacaremos aquellos aspectos más destacables y que han tenido mayor relevancia y notoriedad en la sociedad que nos presenta la FELGTB.

De los primeros símbolos que aparecieron para identificar a los homosexuales fue el triángulo invertido de color rosa y negro. Estos fueron creados en 1940 con el inicio de la segunda guerra mundial para diferenciar a las personas homosexuales, lesbianas y mujeres transexuales, respectivamente. Pero, no fue hasta 1980 que ACT UP (AIDS Coalition to Unleash Power, entendido en castellano como Coalición del sida para desatar el poder), grupo estadounidense que actúa directamente sobre los problemas del virus del VIH, le dio un nuevo significado modificando la dirección del triángulo rosa y lo convirtió en la imagen de su lucha contra esta enfermedad⁷. (Véase ilustración 1)

Como se ha mencionado al inicio de este trabajo, los disturbios de 1969 en Stonewall, provocaron el alce de la comunidad para darse a escuchar y dejar

⁶ *Conjunto de personas que se sienten fuertemente vinculadas y comprometidas con determinada marca. Gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación, estas personas ahora pueden estar en contacto y formalizar a través de grupos en línea su afición por una marca.* Fuente: Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo

⁷ *Triángulo rosa invertido.* EcuRed. Disponible en:
http://www.ecured.cu/index.php/Triángulo_rosa_invertido

de ser reprimidos por las autoridades. Y, como bien se expone en el artículo del diario 20 minutos, “El día en que la comunidad gay resistió heroicamente... por primera vez”, en 1985 se eligió, a modo de símbolo, el 28 de junio como el día del Orgullo Gay en conmemoración de lo sucedido, durante una conferencia internacional de coordinadores de asociaciones gays. Dando así gran notoriedad sobre los valores y la lucha del grupo.

Los reconocidos símbolos sexuales de la flecha y la cruz para distinguir entre lo masculino y lo femenino, fueron adoptados por la comunidad en los años setenta. Estos se modificaron intercalando dos símbolos del mismo sexo para representar la relación entre personas de igual género. Además, para la representación transexual, se utiliza la fusión de los dos símbolos en unos sólo. (Véase ilustración 2)

A inicios de la misma década, la letra lambda fue elegida como símbolo de la Alianza de Activistas Gay de Nueva York. Y, en 1974 fue oficialmente declarada por el Congreso Internacional de los Derechos Gay en Escocia, como el símbolo de los derechos de gays y lesbianas. Con el curso de los años varios grupos LGTB+ adoptaron dentro de sus nombre la palabra “lambda” en honor a este símbolo. Esta letra, en griego, evoca la “liberación”, uno de los motivos de su elección por definir ese objetivo de la comunidad. (Véase ilustración 3)

La bandera arcoíris, por otro lado, es el principal símbolo en todo el mundo para identificar al colectivo. Apareció en 1978 tras un concurso realizado por el Gay Pride de San Francisco para crear un símbolo que identificase al Orgullo. El ganador fue Gilbert Baker, artista especializado en banderas. Presentó una bandera de ocho colores, cada uno con un significado pero, por problemas de producción, se tuvo que modificar dos de ellos en 1979, quedando una bandera de seis colores. Cada uno y sus significados son los siguientes:

- Rojo: *vida*
- Naranja: *curación*
- Amarilla: *luz del sol*

- Verde: *naturaleza*
- Azul: *arte, serenidad y armonía*
- Violeta: *espiritualidad* (Véase ilustración 4)

Años después, en 1990, se comenzó a utilizar las siglas LGTB en representación de los que entonces eran los grupos de interés para la comunidad. Ahora se han incluido más letras como la “i” de intersexo o la “q” de *questioning*, pero se intenta mantener lo más simple posible para no complicar la comunicación. Se llegó a estas siglas ya que, cuando se referían a una “comunidad gay” los bisexuales y transexuales no se sentían del todo representados. (Swain, Keith W., 2007 c.p.)

Ligado a las siglas, el término comunidad fue designado poco a poco por los grupos de activistas. Estos, que en sus inicios eran pocos y veían la necesidad de tener más integrantes para ampliar sus acciones, comenzaron a llamar la atención de otras personas para ser parte de lo que ellos llamaban su comunidad. Esto lo podemos ver en la película británica, *Pride* de Matthew Warchus, donde presenta los hechos reales del grupo de gays y lesbianas que apoyaron económicamente a las familias de mineros, y necesitaban más apoyo por parte de la comunidad en 1984 con Margareth Thatcher al poder.

Con esto, hemos recopilado lo que comparamos como identidad visual, lo que identifica a la comunidad LGTB+. Aunque hay mucho más, como símbolos que representan a los bisexuales, transexuales y otras subculturas como los denominados osos y amantes del cuero.

Ahora vamos a pasar a lo que podríamos denominar tácticas de comunicación. Y lo haremos empezando con el ejemplo de la utilización de famosos y celebridades de una lista proporcionada por 20 minutos⁸, como referencias y vinculación a su éxito, desde Judy Garland, protagonista de la película *El mago de Oz*, pasando por Elton John, ex Beatle, Ellen Degeneres, presentadora de

⁸ Anon. *Iconos gay de ayer y hoy*. 20 minutos. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/393808/0/dia/orgullo/gay/>

televisión, Madonna, hasta la más actual, la cantante Lady Gaga y, en el ámbito español, Alaska y Mario. Todos ellos grandes defensores de los derechos por la igualdad.

Además, como un gran paso, la comunidad también se ha visto integrada en los distintos medios de comunicación. El blog especializado en la reflexión sobre los medios de comunicación y sociedad, Mediosfera, enlista algunas de las inclusiones que se han tenido en los distintos medios.

La comunidad ha realizado desde revistas propias para dar a conocer su cultura, hasta los distintos tipos de aparición en series de televisión, películas de Hollywood, talk shows, e incluso, han conseguido colaboración del nivel de ilustrar al Rey Felipe en la revista gay, RAGAP.

Como ya habíamos mencionado con anterioridad, el colectivo también se ha valido de campañas acompañadas de sus respectivos eslóganes. A continuación, vamos a enlistar los que hemos considerado más relevantes a nivel global:

- “Gay? There’s nothing queer about it”: Este eslogan fue el primero utilizado en un anuncio de televisión. Bajo el nombre de la asociación Real de Futbol Holandés junto a Delight, una agencia creativa especializada en comunicación para un mundo mejor.
- “We’re here. We’re queer. Get use to it!”: Este eslogan tuvo gran acogida y se hizo popular por Queer Nation, una organización que trabaja por la lucha de los derechos LGTBI, fundada en Nueva York en 1990.
- “Two, four, six, eight! How do you know your kid is straight?”: Este eslogan también fue popularizado por la organización Queer Nation, y tenía matices más claros de la lucha contra las imposiciones de una vida heterosexual.

- “I’m gay and that’s OK”: Este eslogan tiene relevancia debido a que fue utilizado por Klaus Wowereit, alcalde de la ciudad de Berlín, Alemania.

Y por último, vamos a ver una acción que podemos comparar con la responsabilidad social y medio-ambiental a la que las marcas intentan asociarse hoy en día.

Volviendo a la década de los ochenta, retomando la Historia del Movimiento LGTB+ en España de FELGTB, vemos como los activistas empezaron a tomar acción frente a los problemas que suponía el virus del VIH. Es entonces cuando en España, se inicia la colaboración entre asociaciones LGTB+ y las instituciones públicas.

Siendo las asociaciones las que toman las iniciativas, las autoridades, viendo la capacidad de hacer frente ante un problema de tal gravedad, comenzaron a mostrar un mayor respeto por el colectivo. Además, esto les otorgó recursos económicos y les proporcionó contactos políticos y sociales, convirtiendo así a la comunidad, en una parte esencial dentro del marco español.

5.4.1. Publicidad gay-friendly

El término *gay-friendly*, según *englishDictionaryOnline.com*, supone cualquier ambiente y/o persona simpatizante con la comunidad LGTB+. Continuando con lo que se refiere a la comunicación, en este punto veremos algunos ejemplos de anuncios y campañas *gay-friendly* que apoyan y exigen la igualdad para todos. Convirtiéndose así, estas marcas, en simpatizantes e incluso plataformas para la comunidad para ampliar la cobertura y la fuerza de sus mensajes. Vamos a mencionar cinco marcas enlistadas en un artículo sobre tendencias de Merca20.com, web dedicada a la mercadotecnia, publicidad y a los medios.

El primero será una de las más potentes: Google. El buscador lleva apoyando los derechos de la comunidad desde hace mucho tiempo. Y, como ejemplos a destacar están: el personalizar su página inicial durante los juegos olímpicos de invierno de Sochi, Rusia, con un doodler relacionado con estos acompañados de los colores de la bandera LGTB+, mostrando así, su desacuerdo con las leyes anti-propagandistas gay del primer ministro, Putín. Y, como una acción permanente, cada vez que se realiza una búsqueda relacionada con la homosexualidad, Google presenta un banner festivo con los colores de la bandera.

Por otro lado, tenemos a la gran cadena de café, Starbucks. Su CEO, Howard Schultz, ha demostrado ya su apoyo en varias ocasiones pero, en el 2014, la marca colocó una bandera arcoíris sobre el edificio de su sede en Seattle durante la semana del Orgullo Gay.

A esto le sigue Aeroméxico. Esta compañía ha sabido reaccionar frente al gran auge que supone la comunidad LGTB+ como segmentación de mercado. Nos presentan en su página web un apartado llamado “Aeroméxico Friendly”, haciendo referencia al término “gay-friendly”. Aquí podemos encontrar todo un bloque de recomendaciones de destinos, hoteles, bares y paquetes de viaje ideales para el colectivo y tener la mejor experiencia posible.

También, dos marcas alimenticias, como Lucky Charms y Oreo, demostraron su apoyo a la comunidad realizando campañas en el mes del Orgullo. La marca de cereales creó el hashtag #LuckyToBe, y lo lanzó vía Twitter con una imagen de uno de sus cereales en forma de arcoíris, y el texto “Being brave enough to be yourself. #LuckytoBe Original”. Y, Oreo, por su parte, mostró su apoyo en el 2012 con una imagen de una galleta con el relleno con los colores de la bandera arcoíris. Estos son sólo algunos ejemplos a los que se les pueden sumar muchísimas otras marcas como McDonald, Armani, Desigual entre otras.

Además, en el marco nacional, podemos destacar anuncios de marcas como El Corte Inglés, “El amor mola: cupido in love”, spot de una serie, donde vemos la

interacción entre dos hombres recordando una relación pasada sin terminar. Y, para terminar, el anuncio “Familias”, de Coca Cola que, a pesar de ser americano, también fue distribuido con su respectiva traducción en España. En este spot podemos ver distintos tipos de familias, incluyendo una homoparental, donde los hijos, al tener la opción, siempre eligen a los padres que tienen. A esto le acompaña el eslogan: la felicidad siempre es la respuesta.

5.5. Retórica anti-LGTB+

Continuando la comparación de la Comunidad en cuestión como cualquier otra marca, podemos decir que esta también tiene competidores. Esas otras *empresas*, como las llamaríamos en un caso tradicional, también tienen sus fortalezas y oportunidades que pueden suponer una amenaza, y se tienen que combatir para que no afecten a las debilidades del grupo en la lucha por la igualdad.⁹

Por ello, a continuación veremos algunas de las motivaciones y mensajes que acompañan a los que se oponen al movimiento LGTB+ que nos valdrán para enfocar sobre las principales problemáticas destacadas por la oposición: religión, sanidad, moral y seguridad:

a) Religión: “God created Adam and Eve, not Adam and Steve”

En julio del 2015, la revista semanal estadounidense Newsweek, publicó un artículo cultural bajo el título “The Surprising History of the Phrase “God created Adam and Eve, not Adam and Steve”, donde revelan el origen de este lema, utilizado principalmente por la población de ideologías derechistas.

Craig Chester, de Dallas, Estados Unidos, recibió esta frase a modo de argumentación por parte de su pastor en 1980 para indicar el error

⁹ UNDERWOOD, C.R. and HENDRIXON, Z. 2014. *Communication Intervention for Gender Equality and Social Equity in Aquatic Agricultural Systems: A review of the Literature*. Pag. 23

de sus preferencias amorosas. Desde entonces, se ha seguido utilizando con el mismo propósito pero a mayor escala contra el movimiento LGTB+ en general.

b) Seguridad: Abuso infantil

En una entrevista al Dr. Richard Meyer, parte del Departamento de Arte e Historia de la Universidad de Stanford, realizada por la revista *The Advocate* en el 2000, habla sobre cómo se ha arrastrado la relación entre pedofilia y homosexualidad a los días contemporáneos, y cómo se ha convertido convenientemente en una argumentación de lo que llaman “reclutamiento homosexual”.

Esta idea es sustentada por el hecho de que las parejas entre personas del mismo género no pueden tener hijos, por ello, es una alternativa a considerar. Como parte de este argumento, en 2015, el grupo conservador americano, Campaign for Houston, lanzó una petición para que no se apruebe la Houston Proposition 1¹⁰. En este caso, la creencia es de tomar beneficio sobre su aprobación y poder facilitar el contacto en un ambiente cerrado con menores.

c) Moral: La homosexualidad como pecado

Existe un gran grupo de personas ligadas en contra de una vida LGTB+ que se basan puramente en la religión. En la web de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos días, podemos encontrar una lista de proverbios pertenecientes a la biblia, con los que justifican eslóganes como "God Hates Fags", "Fear God Not Fags", utilizados en contra de la comunicación igualitaria.

d) Sanidad: El sida como una enfermedad LGTB+

Con eslóganes como “Enfermedad gay”, “AIDS Kills Fags Dead” y “El sida cura gays”, se han realizado varios tipos de acciones de comunicación en contra de la igualdad de derechos y, como

¹⁰ Referéndum de noviembre del 2015 contra la discriminación hacia transexuales.

podemos ver en el artículo sobre el famoso asesinato por homofobia de Mathew Shepard en 1998, “The truth behind America’s most famous gay-hate murder” de The Guardian, estos slogans fueron utilizados incluso durante su entierro. Esta relación se debe por el boom de la enfermedad en los 80 como lo comentamos en puntos anteriores.

5.6. Enfoque comunicacional hacia los derechos humanos

En este apartado, nos centraremos en los distintos aspectos que la Dra. Alison Brysk, científica política con un Máster y PhD expedido por la Universidad de Stanford, especializada en Derechos Humanos, destaca como indispensables a la hora de trabajar en dirección hacia la igualdad y los derechos humanos. Esta información, extraída del seminario “Violencia de género y Derechos Humanos” de diez días impartido en Viena, Austria en abril del 2016, nos permitirá perfilar aun más cuál sería el mejor enfoque de nuestra estrategia de comunicación y las acciones que deberíamos tomar.

Para iniciar con las recomendaciones, empezaremos por lo que Brysk considera la causa principal de cualquier problema relacionado con los Derechos Humanos: el “Nest Model”, también entendido en castellano como “Modelo arraigado”. Este modelo tradicional con el que la mayoría de países vive desde hace muchísimo tiempo atrás, supone un patrón de vida donde los roles de cada género están bastante definidos, donde la figura masculina es vista como el género fuerte y la femenina como el género débil. Es entonces que, cuando se intenta implementar roles no tradicionales, invade la inseguridad.

Tomando en cuenta esto, la Doctora aclara ciertos puntos generales que debemos conocer para poder comenzar a trabajar la comunicación según sus recomendaciones, y los enlistaremos a continuación:

- Entender como funciona la aprobación de normas y las jerarquías que estas siguen.
- Tener claro quién es la oposición, por qué, y cómo se beneficia de esto.
- Saber que, para aquellos en contra de los Derechos para las minorías, las personas pertenecientes a estas, son considerados individuos desechables.
- Diferenciar la discriminación y sus acciones entre la esfera pública y la esfera privada.

Una vez tengamos esto esclarecido, trabajar según los siguientes puntos:

- Basar nuestra comunicación hacia uno de estos marcos:
 - o Derechos Humanos
 - o Crimen/Seguridad
 - o Humanitario
 - o Desarrollo
 - o Sanidad
- Destacar los beneficios que la minoría en cuestión aporta para la sociedad y el gobierno.
- Relacionarse con temas de importancia para la sociedad.
- Coalición con entidades privadas que puedan tener relevancia sobre decisiones de altos cargos públicos, y relacionarse con organizaciones y causas para tener un mayor reconocimiento e integrarse de forma casi indispensable.
- Tener un representante carismático.

- Utilizar *influencers* de diferentes comunidades en distintos medios para dar notoriedad y ejemplo más allá de la propia minoría.

5.7. Imagen y Reputación

Con motivo de una mejor comprensión sobre lo que tratamos en este documento y los factores para las conclusiones del mismo, en este apartado definiremos los conceptos de imagen y reputación en el ámbito de las ciencias comunicación.

Por imagen corporativa, según Joan Costa (2001), entendemos un concepto mental en la mente de los públicos que se ve originado tras diversos elementos que intervienen en su creación. Es decir, pueden ser percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los sujetos que participan activamente en dicho proceso.

Es decir, la imagen es una opinión de las personas. Esta se puede manipular mediante la identidad visual, gráficos y los mensajes que las marcas decidan en las acciones comunicacionales.

Por otro lado, según Ángel Alloza (2003), se puede definir que la reputación corporativa como «el conjunto de evaluaciones colectivas, suscitadas por el comportamiento corporativo, en las distintas audiencias, que motivan sus conductas de apoyo u oposición.»

Podemos entonces, diferenciar entre imagen y reputación diciendo que, la imagen se centra más en la perspectiva mental forjada por parte de los públicos objetivos, y la reputación en cómo es percibida la conducta de la organización en la mente de todos los *stakeholders* con resultados duraderos.

6. METODOLOGÍA

El presente trabajo se centra en analizar la eficacia de la comunicación de la Comunidad LGTB+ en España. Al ser un grupo de interés social desde los años 60, habiendo logrado, específicamente en este país, la igualdad plena en lo que respectan a las Leyes, faltándole sólo un pequeño porcentaje para alcanzar la aceptación social total, según el estudio que ya hemos mencionado de PewResearch, pone en evidencia la real posibilidad de un avance social.

Aun así, a nivel internacional, siguen habiendo casos de agresión por odio, como es el caso del atentado al bar Pulse de Orlando en junio del 2016, y Leyes que autorizan la criminalización, persecución y la pena de muerte a personas homosexuales, como es el caso de países como Mauritania, Sudán, Irán o Yemen.

Por eso, intentaremos analizar las estrategias utilizadas y poder concluir si existe alguna alternativa para llegar a la igualdad total. Dividiremos el estudio de la eficacia en dos partes: la primera, nos basaremos en la calidad de las Leyes que se han aprobado y existen actualmente a favor de la comunidad en España. Además, también veremos las campañas que se han realizado por parte de las organizaciones LGTB+ para poder, posteriormente, analizar los *insights* utilizados.

Una vez esclarecido lo que entendemos por imagen y reputación, rescataremos algunos comentarios, opiniones e ideas sobre la percepción que se tiene del colectivo en cuestión. Siguiendo en la línea de imagen y reputación, expondremos también información sobre el avance en la aceptación social de la comunidad, y de esta sobre ella misma conociendo los datos sobre suicidio que afectan al colectivo. Y para finalizar, como trabajo de campo, nos serviremos de la opinión pública por encuestas realizadas para este estudio, dentro del ámbito nacional.

6.1. Comunidad LGTB+ y la legislación

En el siguiente apartado lo que veremos será una idea sobre lo que es, lo que enfrenta y lo que ha conseguido hasta el día de hoy el colectivo LGTB+ en España. Si bien hemos contextualizado nuestro trabajo desde los inicios de la historia, tomaremos como referencia el suceso de Stonewall en Nueva York, bar donde tuvo lugar una revuelta contra el ataque homofóbico de la policía local, y ahora es considerado como el punto de partida para el movimiento de la igualdad de derechos para los homosexuales.¹¹

Dos años después del acontecimiento mencionado, según el artículo que habla sobre el mismo, presentado por The Leadership Conference, la mayoría de las principales ciudades de Estados Unidos se unieron a la lucha y formaron grupos de apoyo hacia los derechos LGTB+. A día de hoy, esto se ha convertido en un total de 15 organizaciones internacionales, 3 en África, 26 en Asia, 10 entre Australia y Oceanía, 82 en Europa, 7 en Norte América y 4 en Sur América, sin contar fundaciones y grupos de apoyo independientes.¹²

Estos avances políticos se ven acompañados de una serie consecuente de momentos, como los mencionados anteriormente de la legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo en Irlanda, y la aceptación por parte de los medios y la cultura *mainstream* frente a casos como el de Bruce Jenner. Y este, solamente es uno más de muchas demostraciones de vivir una vida homosexual abierta por parte de iconos de nuestra sociedad como, presentadores de televisión (ej. Ellen Degeneres, *The Ellen Show*), deportistas (ej. Tom Daily, *nadador olímpico*), actores (Neil Patrick, *How I met your Mother*) e incluso *influencers* del mundo digital (ej. Tyler Oakly, *Youtuber con más de 8 millones de suscriptores*).

¹¹ The Leadership Conference. *Stonewall Riots: The Beginning of the LGBT Movement*. Civilrights.org. Junio, 2009.

¹² Anon. *LGBTQ Organizations Worl Wild*. International + LGBT, at the University of Michigan.

Por otro lado, también vemos que, en países como Rusia, donde este tipo de demostraciones de vida homosexual abierta, como la del presentador de noticias de un canal del gobierno, Anton Krasovsky, pueden costarles sus puestos de trabajo y estar desamparados ante la Ley. Rusia, liderada por su actual presidente Vladimir Putin, es uno de los países que ha dado más de qué hablar en los últimos años con sus leyes anti-propagandistas gays. Estas, según el artículo “Discriminación y clima hostil en Rusia contra los homosexuales” del diario El País de Uruguay, se han visto apoyadas por un 88% de la población rusa.

Por acciones semejantes, Zeid Raad Al-Hussein, Alto Comisionado de los Derechos Humanos de la ONU ha realizado un informe sobre la aun elevada discriminación sufrida por parte del colectivo, y el desamparo legal que tienen, donde afirma sobre un «omnipresente abuso violento, acoso y discriminación» y cita cientos de casos ocurridos desde su último informe del 2011.

Entre los delitos recogidos en el informe se encuentran las tasas de homicidio y suicidios a causa de la homofobia, así como también las leyes vigentes discriminatorias de algunos países. Entre estos, encontramos los 1.612 asesinatos a transexuales en 62 países entre el 2008 y el 2014¹³, mostrando un aumento del 13%, según la última actualización de Transgender Europe. Y, entre enero del 2013 y marzo del 2014, se sumaron un total de 594 homicidios en la comunidad dentro de los 25 países de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

En cuanto a las legislaciones se refiere, 76 países aun establecen leyes de criminalización contra las minorías sexuales y de género. En países como Irán, Arabia Saudí, Mauritania y Sudán entre otros, llegan a la pena de muerte. A esto, países como Nigeria, Ucrania, Uganda, Kirguistán y Moldavia, siguen los pasos de Rusia con leyes del tipo que prohíben la expresión pública de prácticas homosexuales a favor de la protecciones de los menores.

¹³ Fuente: Observatorio de Asesinatos Trans

Asociado a la parte política, a principios del 2015, el Primer Ministro de Luxemburgo, país vecino de dos de los países que hemos mencionado en el contexto sociológico actual entre los más tolerantes, Xavier Bettel, se convirtió en el primer político, con un cargo vigente, en contraer matrimonio con una persona del mismo sexo.

Es este tipo de sucesos los que nos llevan a analizar, en el siguiente apartado, aquellos acontecimientos importantes que se dieron lugar en España con la meta de conseguir la igualdad plena. E intentaremos ligar la comunicación llevada en esos momentos para entender dónde nos encontramos a día de hoy, tanto legal como socialmente.

6.1.1. Comunicación LGTB+ y la legislación en España

Debemos clarificar que, por ser 1969 un año de inflexión para la comunidad debido a lo sucedido en Stonewall, Nueva York, partiremos la exposición de acontecimientos en España desde este punto de referencia.

a) Agosto, 1970: Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social

Como bien se expone en el artículo que habla de la ley mencionada en el título, la asociación privada, La Comuna, que lucha contra la dictadura desde la década de los 60, dice que el sistema franquista estableció esta ley como medio para tomar medidas de alejamiento, control y retención de los supuestamente peligrosos. La ley incluía entre los individuos peligrosos a las personas homosexuales. Estas podían llevar de 3 meses hasta 5 años de prisión y tratamiento de rehabilitación en manicomios.

Evidentemente, en esa época no existía ningún tipo de comunicación para la igualdad de la comunidad pero, según Herrero-Brasas, desde 1969 ya se daban pequeñas reuniones clandestinas con ese objetivo hasta que, en 1972 se inicia ya la publicación de un boletín promoviendo la igualdad, llegando hasta París gracias a la ayuda de la organización

francesa Arcadie. Lo hacía bajo el nombre de Agrupación Homófila para la igualdad sexual (AGHOIS).

b) 1980-1982: primera agrupación LGTB+

Tras la Constitución de 1978, donde se reconoce el derecho a la igualdad y la libertad de toda ciudadanía, se legalizó en 1980 la primera agrupación LGTB+, Front d'Alliberamente gay de Catalunya (FAGC), cuenta en una charla el ex-presidente de la Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales (FELGTB), Antonio Poveda. Esto fue posible tras la primera manifestación el 26 de junio de 1977 en Barcelona, bajo el lema "Nosotros no tenemos miedo, nosotros somos". La cual dio lugar a la expansión de la Federación a ciudades como Valencia, Madrid, Málaga y Bilbao.

Y, fue este grupo que, en 1982 bajo la petición de cierre de bares concurridos por homosexuales, por el actual Delegado del gobierno de la Unidad de Centro Democrática (UCD), a razón de dar una buena imagen a los visitantes que llegarían a Barcelona por motivo del mundial de fútbol, promovieron un movimiento.

Respondieron con protestas y una campaña de reivindicación. Bajo el lema "Lo nuestro sí que es mundial", acompañaron la imagen de la mascota del mundial, de la bandera arcoíris, símbolo distintivo de la comunidad. Lograron así obtener *publicity* en los medios de comunicación, lo que llevó a la supresión de la petición de cierre de los locales.

c) 1988: eliminación de la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social

Dieciocho años después de la muerte de Franco, finalmente la lucha del colectivo consiguió la eliminación de la Ley de 1970. Que, según un archivo del diario El País, podemos destacar la campaña realizada por la Coordinadora d'Iniciatives Gais (CIG), donde se motivaba a parar las donaciones a la iglesia que iba en contra de la comunidad. Esta tenía como lema "Bota Wojtyła", siendo Wojtyła el apellido original del Papa

Juan Pablo II, quien se oponía a las leyes antidiscriminatorias contra la homosexualidad y, con la colaboración de la asociación Gais per la Salut (GPS), se inició una recogida de firmas para que la Administración dedique el mismo 0,5% de los ingresos de la declaración de la renta, a la lucha contra el SIDA.

d) 1995: nuevo Código Penal

En este año se pone en marcha el nuevo Código Penal con una inclusión positiva para la comunidad. Los artículos 510, 511 y 512, especialmente, protegen la orientación social y consideran un agravante de delito la homofobia.

Este mismo año se creó la Mostra Fire¹⁴, primer festival de cine temático LGTB en España. La mostra nació gracias a Casal Lambda, asociación que lucha por los derechos a la igualdad del colectivo. Lo cual supuso una exposición de lo que significa el colectivo y empieza a tomar más forma de cultura integrándose más, oficialmente, al mundo de las artes.

e) 1996 – 1998: el Orgullo y la visibilidad

Guiados por un recorrido histórico en el artículo “Así han cambiado las marchas del Orgullo Gay en España desde 1977” del Waffington Post España, podemos ver como el Código Penal significó un sentido de libertad y protección para todos. Es entonces que en 1996 más de 3.000 personas salieron a celebrar el día del Orgullo en las calles de Madrid donde se utilizó la primera carroza.

En 1998, la exposición sigue tomando relevancia y aparece la revista Zero, primera revista gay en español. En esta aparecieron en portada artistas, un sacerdote y un militar gay que contribuyeron a ampliar la notabilidad dentro de la sociedad.

¹⁴ Fuente: <http://www.lambda.cat/cinema/news.html>

f) Julio, 2005: matrimonio y adopción

Este logro, considerado de los más destacables en cualquier parte del mundo, tiene sus inicios desde que el ex-presidente de España, José Luis Rodríguez Zapatero, se presentó a las elecciones generales del 2004 con la posibilidad de incluir el matrimonio homosexual en la Ley. Y fue el 30 de junio del 2014 que la ley fue aprobada¹⁵. Esto, junto a todos los derechos que lleva consigo, la opción personas LGTB+ de poder optar por la adopción también se convirtió en realidad.

g) 2008: año de la visibilidad lésbica

El 26 de abril ha sido escogido como el día oficial de las lesbianas gracias a la Federación de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales (FELGB). Como se describe en la web de la misma (igual que en los próximos cuatro puntos), esta decisión se ha dado a favor de la concienciación de las necesidades que se pasan por alto para este colectivo, como puede ser el derecho a la fertilización asistida. Además, se promueve a las mujeres no heterosexuales que trabajan al público, para convertirse en referentes sociales y tener mayor visibilidad como comunidad. Este mismo año, el lema escogido para el día del Orgullo fue “Por la visibilidad lésbica”. Se realizaron lecturas públicas de un manifiesto, marchas, actividades recreativas y simbólicas.

h) 2009: año de la diversidad afectivo sexual en la educación

Este año, la FELGTB decide priorizar la educación como parte de su agenda política. Con la idea de que la enseñanza es la base para conseguir transmitir los valores de igualdad, se pretende que todos los avances, tanto legales como sociales, sean asimilados e integrados en el inconsciente.

La Federación presentó demandas específicas consideradas idóneas para implantar en el sistema educativo, específicamente sobre la LOE

¹⁵ Ragap. *Hace 10 años que empezó todo: el matrimonio gay en España*. Ragap.es. España: abril, 2015.

(Ley Orgánica de Educación) (véase anexo 2). Aunque, desde el 2012, toda Ley sobre educación sexual, se suprime bajo la Ley Wert¹⁶.

i) 2010: año para Trans-formar

Como continuación del foco del año anterior sobre la educación, esta vez se pretende aumentar la visibilidad y la conversación sobre las personas trans. De este modo, seguir trabajando contra el sexismo, la homofobia y la transfobia. Esto se realizó al margen de tres ejes principales: sanidad, educación y ámbito laboral.

j) 2011: año del VIH

Bajo el eslogan “En positivo: + salud, + solidaridad”, la Federación conmemora el 30 aniversario de los primeros diagnósticos de personas infectadas, y toma la iniciativa para la concienciación, mantener y aumentar el apoyo sanitario, y alejar discriminación relacionada con enfermedades de transmisión sexual de la comunidad. Los objetivos se han desglosado de forma específica en una nota de prensa lanzada por la FELGTB. (Véase anexo 3)

k) 2012: ¡Jóvenes sin armarios!

Esta campaña es una cooperación entre organizaciones de 10 países europeos en la que la FELGTB representa a España. Este proyecto trabaja sobre ONG interesadas en temas LGTB+, profesorado e instituciones educativas, y sobre los jóvenes. Se pretende aumentar la tolerancia, así como disminuir la intimidación dentro de las aulas, y aumentar el conocimiento y familiaridad con los conceptos de homosexualidad, bisexualidad y transexualidad¹⁷.

Entre las acciones principales dentro de la campaña, específicamente en España, está la creación de una web donde cualquier persona puede enviar una postal a las instituciones a modo de incentivo, así como

¹⁶ PORTALATÍN, Beatriz. *En cuestión de educación sexual, 'las aulas sin barrer'*. El Mundo [Versión online]. España: marzo, 2013.

¹⁷ Escuelas sin Armarios. Página web oficial: www.ittakesallkinds.eu

también existe un apartado de material educativo destinado para el profesorado, además de charlas y talleres puestos a disposición.

Y para finalizar, aunque somos conscientes de que los acontecimientos que mencionaremos a continuación no son de carácter nacional, consideramos suponen un avance en la materia muy importante, para reforzar y continuar con los logros conseguidos y la sociedad actual; por ello los destacamos.

l) Octubre, 2014: LEY 11/2014, de 10 de octubre en Cataluña

De acuerdo con los informes presentados por parte de la policía local, en Cataluña, en el 2014, se registró una baja en las denuncias de discriminación. Mismo año en el que se aprobó la Ley 11/2014, publicada en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya¹⁸, que garantiza, y además privilegia, los derechos del colectivo. En conjunto, la policía de la comunidad promovió jornadas para prevenir conductas discriminatorias y la formación para enfrentarse ante los casos que se presenten a la Oficina de Atención al Ciudadano.

Esta Ley supone un momento crucial porque, entre los apartados que aborda, también se hace incidencia en la obligación que tienen las instituciones educativas en dar a conocer acerca de la naturaleza positiva de las prácticas homosexuales. Esto comienza a introducir un cambio de mentalidad desde temprana edad, logrando así, alejar a los jóvenes de preconceptos consolidados a través de la historia.

m) Mayo, 2015: promueven la denuncia de delitos en la Comunidad de Madrid

“Denuncias tú. Nos beneficiamos tod@s”, es el slogan que ha utilizado el Observatorio español contra la LGTBfobia, en la campaña creada para promover las denuncias de discriminación hacia cualquier persona

¹⁸ Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. Núm. 6730 – 17.10.2014

que se considere parte de la comunidad, para así aumentar la confianza en las autoridades ya que el 78% de las víctimas no denuncian.¹⁹

Esta acción por parte de las autoridades madrileñas, supone un avance en la formación de la policía hacia casos de este tipo, así como en la concientización para las personas LGBT sobre la importancia de dar a conocer cualquier tipo de actos de odio que se den, dice el presidente de Colegas-Madrid, Samir Bargachi en una declaración en respuesta a dicha campaña.

6.2. Imagen y Reputación LGTB+ en España

Ahora vamos a referirnos a la imagen y reputación que tiene la comunidad LGTB+ en España a modo de contextualización de la marca y, posteriormente, poder realizar una comparativa con a opinión dada en las encuestas.

En el diario digital lainformacion.com, podemos encontrar el artículo “7+7 argumentos de homosexuales (a favor y en contra) de la imagen que proyecta el Orgullo Gay” donde, Francisco Ramírez, presidente de la Confederación española LGTB COLEGAS, de las dos representantes más importantes del país, expone los siguientes puntos:

- Se fomenta un estereotipo muy alejado de la “normalidad”. Compara el día del Orgullo Gay con un circo del que los medios se valen para vender.
- El trabajo realizado a lo largo del año, en el día más importante para la comunidad, no se ve reflejado ya que ha adquirido un carácter netamente lúdico, dando así, una imagen errónea de que ya no queda nada por reivindicar.

¹⁹ Fuente: Agencia Europea de Derechos Fundamentales

- La homosexualidad es visto como algo del ámbito urbano y se olvida de las áreas rurales, lo cual en sí, resulta discriminatorio.
- Dada su gran acogida por turistas y por parte algunos fuera de la comunidad, el Orgullo es visto como un gran negocio de pocos. Se incluye entre los beneficiados a la FELGBT, principal organización LGTB+ de España.
- Se ve como una comunidad politizada. Los partidos mayormente de izquierda se ven dueños del movimiento, y la comunidad se ve como sus aliados. Esto resulta, al igual que en uno de los puntos anteriores, contradictorio con los ideales de igualdad y tolerancia por parte de la marca y se refleja como una agenda.
- Las personas LGTB+ pueden ser percibidas de hipócritas y con ánimo de tener más derechos que los demás. Esto ocurre a causa de las parodias y ridiculizaciones que se crean sobre la iglesia y organizaciones de derecha. Piden respeto e igualdad disminuyendo a otros.

Por otro lado, Esperanza Montero, presidenta del Colectivo homosexual COGAM, expone los siguientes puntos a favor de la imagen y reputación de la comunidad:

- El colectivo refleja la positividad y energía que se necesita para reivindicar derechos básicos que no se han tenido siempre, además de la tenacidad y seriedad que se toma sobre el asunto. Esto se logra siendo capaces de realizar lecturas, comunicados y charlas informativas al mismo tiempo que se logra atraer la atención de los medios y proveer de diversión a más personas fuera de la comunidad, creando así, un movimiento inclusivo.
- Según un estudio del BBVA, el uso de datafonos aumenta en un 30% los días de celebración. Esto no implica solo un beneficio relacionado

con la acogida del Orgullo, sino también para la economía en general de la sociedad española.

- Se ven reflejados como un colectivo apartidista, pero no apolítico.

Siguiendo con algunas opiniones, esta vez fuera de la comunidad, vemos como el asunto religioso es uno de los más relevantes. El día del Orgullo Gay 2016 en Valencia, presentó la imagen de dos vírgenes populares besándose en la boca. Esto, según el artículo “Profanan la imagen de la Virgen María para convocar marcha gay en Valencia” del diario digital religioso aciprensa.com, ha provocado que el Arzobispo de Valencia, en nombre de los católicos, denuncie la <<grave profanación>> que se ha cometido, además de ver heridos los sentimientos de la comunidad religiosa. Exigiendo además, que todas las personas tienen que ser tratadas con dignidad y respeto.

Sobre este acto liderado por Endavant, organización de izquierda radical, la Asociación GayValencia LGTB dice no tener ningún tipo de implicación ni apoyo ya que no entra dentro del lema del Orgullo 2016 “Personas Bisexuales, diversas e iguales”.

Y, para concluir este apartado, describiremos algunos pensamientos sobre los ideales LGTB+ que se pueden encontrar en el artículo “Doce argumentos para decir no al matrimonio homosexual” en la web de opiniones, forumlibertas.com, considerada a sí misma como diario digital.

- La agenda LGTB+ no es conseguir igualdad, sino erradicar tradiciones arcaicas e imponer su estilo de vida para que todas las familias sean como la de ellos. Eliminando de esta manera, valores como la fidelidad, monogamia, compromiso, fecundidad, maternidad/paternidad, etc.
- La implantación de las Leyes para la igualdad de este colectivo, supone un cambio en la estructura educativa y mediática. De esta forma, las personas LGTB+ pasan a ser líderes persuasivos para que

el estado contribuya al adoctrinamiento de sus ideales desde el colegio hasta las series de televisión.

- La Comunidad LGTB+ supone un obstáculo para mejorar las relaciones entre Occidente y Oriente al destruir bases morales.

6.3. Aceptación Social

En este punto, introduciremos la teoría de la Pirámide de Maslow para comprender la importancia de la aceptación e inclusión social de la Comunidad LGTB+ más allá de lo legal. Y, una vez expuesta esta información, pasaremos a ver algunos estudios a través de los años sobre la aceptación por parte de la sociedad española hacia nuestro grupo de estudio.

La Pirámide de Maslow, como podemos encontrar en el libro de Fernando Vidal, "Pan y Rosas. Fundamentos de exclusión social y empoderamiento", es una teoría psicológica sobre las necesidades humanas que precisamos cubrir para poder alcanzar la autorrealización.

Estas necesidades están divididas en 5 niveles: fisiológicas, de seguridad, afiliación, reconocimiento y afiliación. Los dos primeros niveles, que consisten básicamente en cubrir necesidades básicas como respirar, dormir, hogar, transporte, educación, etc. podemos considerar no suponen un problema para la Comunidad LGTB+. Pero, a partir del tercer nivel, que consta de amistad, inclusión social, aceptación social y necesidad de estima del tipo baja (reconocimiento, dignidad, aprecio, etc., particularmente, estas personas ya se ven con un obstáculo para alcanzar el último nivel. (Véase ilustración 5)

Ahora pues, continuaremos a tener una mejor noción sobre el nivel de aceptación en España y los cambios que ha tenido a lo largo del tiempo.

6.3.1. Aceptación externa e interna

El siguiente apartado, lo dividiremos entre aceptación externa, entendiéndose por la proveniente la comunidad heterosexual, y por otro lado, la aceptación interna, para saber el grado de aceptación propia por parte de las personas LGTB+.

En el 2014, como podemos ver en el artículo “Si te llaman ‘maricón’, denuncia” del diario El País, la FELGBT lanzó una campaña bajo el slogan “Con la voz bien alta”. Esta fue difundida con un vídeo en el que se ve una pareja homosexual de turistas en busca de su hostel y cómo son asistidos por diferentes ciudadanos de Madrid. El correo electrónico que sostenía la dirección de dicho hostel, también contenía un comentario homófobo del que la pareja no tenía conocimiento por no entender el idioma. Entonces, se puede ver la calidez y soberanía por parte de los habitantes hacia estos turistas.

Esta campaña nos da ya un vistazo de la discriminación que aun existe en el país, pero también de la gran aceptación y respeto que se tiene por parte una mayoría. Esta mayoría, como vemos en las estadísticas antes citada de PewResearch, de la encuesta realizada en el 2013 sobre si se debería aceptar a los homosexuales, España alcanza un 88% de respuestas positivas. Este porcentaje nos da la entrada para analizar el nivel de aceptación desde un punto de vista externa al de la comunidad.

Dado que no tenemos acceso a estudios similares de años anteriores o posteriores, nos valdremos de los informes anuales sobre incidentes relacionados con los delitos de odio en España desde el 2010, otorgados por el Ministerio del Interior de España y otras noticias.

Analizando específicamente los delitos acontecidos contra el grupo de interés de este trabajo, podemos ver un constante aumento. En 2010, la Comunidad LGTB+ resumía el 36 del total de delitos, en 2011 el 89, 2012 con el 104, en 2013 se ve un aumento casi triplicado con 452 casos, que dio lugar a 513 en 2014. Pero, en 2015, el colectivo, juntos a los delitos cometidos con motivos

antisemitas, son los únicos que se vieron reducidos. En el caso de los agravios contra las personas LGTB+, se vio una disminución de 344, quedando así en 169 del total de casos registrados.

Además, según vemos en el artículo “España sí quiere el matrimonio homosexual” del diario El Mundo, el Eurobarómetro sobre matrimonio homosexual y discriminación, estadísticas realizadas por la empresa especializada en estos servicios, TNS para la Comisión Europea, demostró que, en el 2015, ocho de cada diez españoles apoya el matrimonio entre personas del mismo sexo situando a España en el cuarto lugar en Europa. Se ha visto un aumento del 28% en comparación al 2006, cuando se aprobó la Ley que permite estas uniones.

Y, viéndose una diferencia positiva del 2% frente al estudio de PewResearch, el 90% de los encuestados dieron su voto a favor sobre si las personas LGTB+ deberían tener los mismos derechos que el resto de la sociedad. Esto números se ven favorecidos por el sexo femenino. El 73% de las mujeres encuestadas están a favor frente al 68% de los hombres encuestados. Además, la aceptación entre jóvenes de entre 15 y 24 años, también suponen una mayoría, siendo el 80% de personas receptivas con la comunidad.

No obstante, a pesar de los altos números de aceptación por parte de la sociedad, dentro de la comunidad aun no existe una aceptación total. Entendiéndose esta como la aceptación de sí mismo como una persona no heterosexual y sin prejuicios para sentirse cómodo en situaciones relacionadas con personas fuera de la Comunidad LGTB+.

En el artículo “España, ese paraíso gay” del diario digital eldiario.es, un 75% de personas LGTB+ ocultan su orientación o identidad sexual en el ámbito laboral. Incluso, se dice que las personas bisexuales son víctimas de prejuicios y juzgamientos parte del resto del colectivo. Según Ana Gómez, psicóloga en el Programa de Información y Atención a Homosexuales y Transexuales (PIATH) de la Comunidad de Madrid, este grupo de la comunidad sufre de un mayor

nivel de angustia y problemas mentales derivados de lo que podemos llamar bifobia, logrando así estas personas tengan un mayor riesgo de suicidio.

A esto se le agregan los actos homofóbicos que se dan en las aulas y la contemplación de suicidio de los jóvenes. En el estudio “Acoso escolar homofóbico y riesgo de suicidio en adolescentes y jóvenes gais, lesbianas y transexuales” realizado en 2013 por la FELGBT, demuestra que, de los 653 chicos menores de 25 años encuestados, el 43% confirma haberse planteado el suicidio como alternativa al acoso, el 35% lo había planificado y el 17% lo había intentando.

6.4. *Insights* utilizados en el tiempo en España

A continuación, vamos a esclarecer el significado de *insight* para poder continuar con el análisis de la comunicación realizada por parte de la Comunidad LGTB+ expuesta en puntos anteriores.

Según el Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo, *insight* es un «anglicismo que hace referencia a una motivación profunda del consumidor en relación a su comportamiento hacia un sector, marca o producto. Se basa en percepciones, imágenes o experiencias del consumidor con la marca. Término que hace referencia a la psicología del consumidor, importante en marketing directo para conectar con el consumidor de forma individual y que se sienta identificado con el mensaje propuesto y que actúe en consecuencia.»

Esto, dicho en otras palabras, es una emoción de nuestro público, consciente o inconsciente, de la cual nos valemos para lograr crear un mensaje cercano, personal, casi íntimo y así, poder perdurar en el tiempo de manera eficaz utilizándose estratégicamente.

Ahora, pasaremos a revisar, cronológicamente, las acciones comunicativas realizadas por el colectivo para intentar descifrar los *insights* utilizados, o si no se ha tomado en cuenta ninguno.

Primera manifestación en 1977: “Nosotros no tenemos miedo, nosotros somos”. Ese es el primer lema con el que se condujo la primera manifestación LGTB+ a nivel nacional, nacida en Barcelona.

Con el lema, y con el año en que se realizó, podemos asumir que el *insight* detrás de estas manifestaciones, es el popularmente conocido miedo ante lo desconocido. En este caso, ante el poco conocimiento de la verdadera dimensión y poder de la comunidad LGTB+.

Lucha contra el VIH en los 80's: al tomar responsabilidad sobre un tema que concierne a toda la sociedad, el colectivo adopta la popular idea compartida por una mayoritaria inconformidad sobre la actuación del estado sobre los problemas, y decide actuar sobre este a modo de apoyo. Esto supone convertirse en un eslabón esencial para todos, no solo para los pertenecientes a la comunidad LGTB+.

Mundial de fútbol de 1982: como ya citamos anteriormente en el punto de “Comunicación LGTB+ y Legislación en España”, en respuesta a la petición del cierre de los bares LGTB+ para dar una buena imagen durante el mundial, el colectivo reaccionó con una campaña bajo el lema “Lo nuestro sí que es mundial”. Reforzando de esta manera, el *insight* utilizado en 1977 además de recalcar la relación que compartir todos cuando se trata de un tema social.

“Bota Wojtyla” en 1988: en este caso, nos atrevemos a relacionar el lema escogido para la campaña, con los populares lemas de campañas políticas donde se incita al voto con una frase en modo indicativo. La idea dentro de esta parodia, por llamarla de alguna manera, supone relacionar la importancia de la selección de los representantes del gobierno, con la responsabilidad que cada ciudadano posee al apoyar un área u otra cuando se declara la renta. Es decir, en ese momento, en el que el Papa Juan Pablo II se oponía a las leyes antidiscriminatorias, apoyar a la iglesia, supondría un agravio a la propia dignidad de las personas LGTB+.

“Por la visibilidad lésbica” en 2008: el lema por sí mismo nos da a entender el objetivo de la campaña que, en esta ocasión, dejando de lado la creatividad, podemos decir que no se trabaja con ningún *insight*.

“Escuela sin armarios” en 2009: con el objetivo de aumentar la importancia sobre la educación afectivo sexual en los jóvenes, y así disminuir, tanto los casos de discriminación como de problemas psicológico, la FELGBT utiliza un *insight* relacionado con la terminología popular de “salir del armario”, utilizada cuando una persona LGTB+ decide comenzar a expresar sus preferencias sin esconderse.

De esta forma logran relacionar los obstáculos en el sistema educativo para un avance social significativo hacia la igualdad, así como para la protección y libre elección de los jóvenes.

“Año para Trans-formar” en 2010: este año, se enfocan en un determinado grupo como ya lo hicieron en 2008. La diferencia, a pesar de buscar prácticamente los mismos resultados, es en un mejor intento de creatividad con el juego de palabras entre “transexuales” y “transformar”. Aun así, analizando en conjunto con las acciones realizadas, no logramos encontrar ningún tipo de *insight*.

“En positivo: + salud, + solidaridad” en 2011: retomando el tema del VIH, y buscando los mismos resultados de prevención, disminuir la discriminación y aumentar la solidaridad, este año se enfoca más en modificar la imagen negativa de las personas que han contraído el virus. Aquí, se toma la misma percepción negativa sobre el virus y los infectados como *insight*, y se le da un aspecto positivo destacando los valores que debería surgir a causa de esta problemática.

“Jóvenes sin armarios” en 2012: con un lema bastante similar al de 2009, y con los mismos objetivos, se vuelve a utilizar el *insight* de la expresión popular “salir del armario” haciendo hincapié en la parte negativa de tener que vivir “encerrados”.

“Con la voz bien alta” en 2014: según el mismo artículo de El Mundo donde citamos anteriormente esta campaña, solamente el 10% de las víctimas denuncian su caso. Por eso, este año, se utiliza el *insight* relacionado con el orgullo de ser quien eres y valorarse como persona que se ha venido trabajando desde que se nombró al mayor día de manifestación, Día del Orgullo Gay. La campaña incentiva tanto a las propias personas de la comunidad a denunciar sus casos de discriminación, como a la sociedad a no ser cómplices de los mismos y actuar en solidaridad.

Por ser 2014 un año de inflexión para la Comunidad LGTB+, con un aumento sobre la aceptación por parte de la sociedad y la aprobación de la Ley por el matrimonio homosexual, vamos a destacar una campaña, aun no mencionada, para promover el turismo del colectivo extranjero.

“Welcome to freedom” en 2014: como cuenta el artículo de la revista RAGAP, “‘Welcome to freedom’, la nueva campaña para promocionar el turismo gay en España”, esta misma organización realiza la campaña acompañada del mensaje “choose Spain this summer”, entendido en castaño como “elige España este verano”.

Aprovechando el porcentaje de aceptación hacia el colectivo, expuesto por PewResearch en el 2013, la revista expone la campaña a las de 17 países llegando a más de 57 organizaciones. De esta manera logran vender la imagen de España como un país moderno y receptivo, al mismo tiempo a ayuda a movilizar el turismo y los beneficios que este conlleva.

Entonces, podemos deducir que el pensamiento detrás de la idea de esta campaña, es cercano al del sentimiento que tienen las personas sobre el gran deseo de muchos de tener y experimentar lo que es la verdadera libertad, como lo explica el filósofo Rudolf Steiner en su trabajo “La filosofía de la libertad”.

“Denuncias tú. Nos beneficiamos tod@s” en 2015: esta campaña, realizada en la Comunidad de Madrid para motivar a las víctimas de acosos a denunciar

sus casos, toma como *insight* el sentimiento de comunidad, lucha y unidad del colectivo.

6.5. Trabajo de campo

Cómo trabajo de campo hemos decidido realizar encuestas digitales, y las hemos dividido en dos tipos. Una específicamente ser respondida por la Comunidad LGTB+, y otra dirigida hacia el resto de la sociedad. (Véase anexo 4)

El objetivo de las mismas, es recoger información cuantitativa y cualitativa sobre el apoyo y conocimiento sobre los problemas del colectivo, así como llegar a conocer la opinión de los encuestados sobre la imagen que se proyecta. Las preguntas se han dirigido a un grupo de 59 personas provenientes de distintas regiones del país, con un amplio espectro de nivel socio-económico, y de edades comprendidas entre los 20 y 54 años.

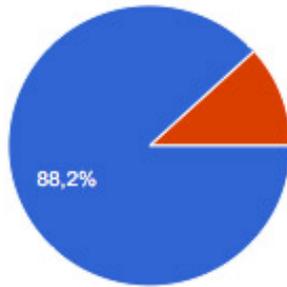
6.5.1. Resumen de las encuestas a la comunidad LGTB+

De los 59 encuestados, 34 personas no pertenecen a la comunidad heterosexual. De entre las cuales, solamente podemos destacar 3 mujeres, quedando así 31 hombres dentro de este grupo. Seguidamente, plantearemos las preguntas realizadas con sus respectivos resúmenes de respuestas.

Orientación sexual

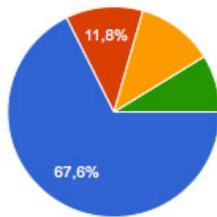
- Homosexual: 29 personas (todos hombres)
- Lesbiana: 2 personas (mujeres)
- Bisexual: 2 persona (hombres)
- Pansexual: 1 persona (mujer)

¿Conoces la terminología LGTB?



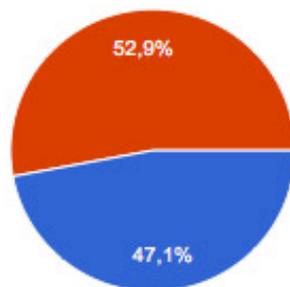
Si	30	88.2%
No	4	11.8%

¿Cuál es el motivo de la celebración del Orgullo Gay?



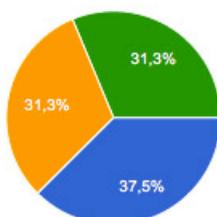
Commemorar un momento histórico de la lucha por la igualdad	23	67.6%
Comercializar la imagen de la comunidad homosexual para normalizarla	4	11.8%
Es sólo un pretexto para hacer fiesta y exhibirse	4	11.8%
Llamar la atención de las personas y crear unión en la comunidad	3	8.8%

¿Has asistido alguna vez al Orgullo Gay?



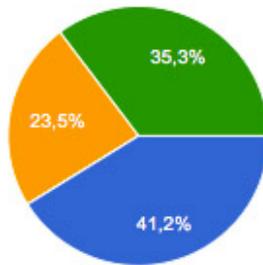
Si	16	47.1%
No	18	52.9%

¿Por qué si?



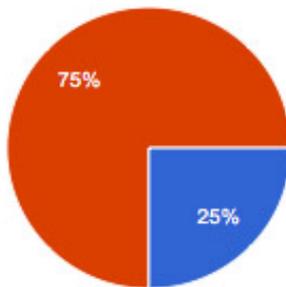
Por diversión con mis amigos	6	37.5%
Costumbre. Lo hago regularmente todos los años	0	0%
Creo que es una manera de lograr más avances	5	31.3%
Creo que es una buena manera de mantener los derechos que tenemos	5	31.3%

¿Por qué no?



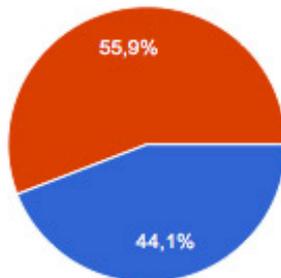
No me identifico con ese tipo de celebraciones	7	41.2%
No creo que sirva de nada	0	0%
No tengo con quien ir	4	23.5%
Nunca me lo había planteado	6	35.3%

¿Crees que el resto de la sociedad entiende la celebración del Orgullo Gay?



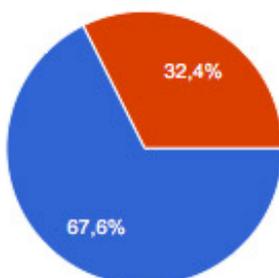
Si	8	25%
No	24	75%

¿La homosexualidad está socialmente aceptada en España?



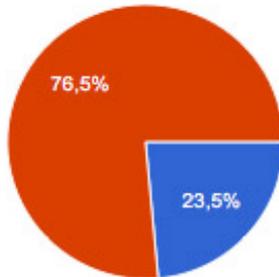
Si	15	44.1%
No	19	55.9%

¿Te sientes cómodo con tu sexualidad dentro de la sociedad española?



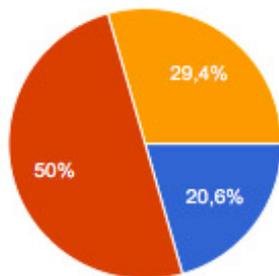
Si	23	67.6%
No	11	32.4%

¿Crees que la comunidad ha ganado un nivel de igualdad óptimo, legalmente, a día de hoy?



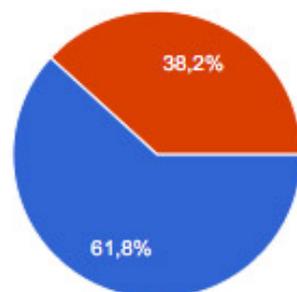
Si	8	23.5%
No	26	76.5%

¿Estás al corriente de los derechos que aun no tiene la Comunidad? ¿Y de las acciones que se toman para alcanzarlos?



Si y si	7	20.6%
Si y no	17	50%
No y no	10	29.4%
No y si	0	0%

¿Crees que la imagen que da la Comunidad al resto de la sociedad es buena?



Si	21	61.8%
No	13	38.2%

¿Por qué?

El 38.2% que ha contestado negativamente, coincide en que la imagen de la comunidad se ve distorsionada por un estereotipo reforzado por los medios de comunicación. Se exhiben solamente promiscuidad, vanidad, egocentrismo, vicios y poca seriedad.

En cambio, con el 61.8% de respuestas positivas, se considera que sí tiene una buena imagen. Este porcentaje se ve argumentado la idea de que no importa lo que piensen los demás, la comunidad se retrata tal cual es, además de que algunos consideran que la sociedad percibe a esta como una minoría que lucha por los derechos de todos y que, el único evento que supone una imagen distorsionada y alejada de la realidad, es el desfile del día del Orgullo.

¿Alguna vez has sido víctima de discriminación por tu orientación sexual?

De los encuestados, 16 personas han dicho que sí han sufrido de acoso por motivo de su orientación sexual, y además, en las respuestas más detalladas, coinciden en que la mayor parte de estos acosos, son en el colegio.

Y, con respuestas más optimista, 6 personas nunca han sido víctimas de discriminación a causa de su sexualidad. Este total de respuestas, nos deja 12 personas sin responder, lo cual supone un 35% de personas que no dan voz sobre su experiencia en este tipo de casos.

¿Qué crees que necesita la Comunidad para tener más logros de camino a la igualdad?

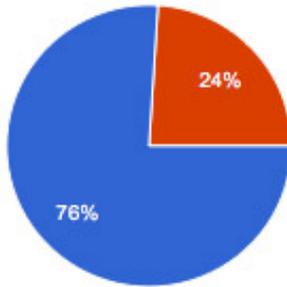
En esta pregunta, a la cual respondieron 16 de los 34 encuestados, coincide la idea de la necesidad de retratar una comunidad más intelectual, madura y con valores más relacionables y menos la idea de ser un colectivo de fiesta y sexo. Además, también se hace referencia sobre la importancia en la educación, publicidad más visible y sobre Leyes más ad hoc para la Comunidad LGTB+.

6.5.2. Resumen de las encuestas al resto de la sociedad

En este caso, son las 25 personas restantes las que se consideran como heterosexuales. A diferencia del punto anterior, entre estas, encontramos una mayoría en el grupo de mujeres con un total de 15 y, por otro lado 10 hombres

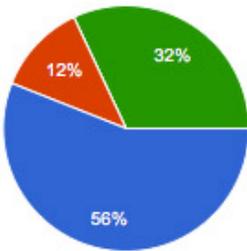
encuestados. Igualmente, procederemos ahora a detallar el resumen de sus respuestas.

¿Conoces la terminología LGTB?



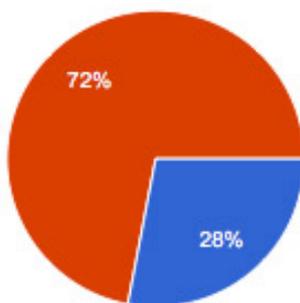
Si	19	76%
No	6	24%

¿Cuál es el motivo de la celebración del Orgullo Gay?



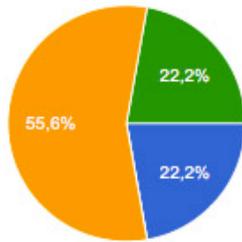
Conmemorar un momento histórico de la lucha por la igualdad	14	56%
Comercializar la imagen de la comunidad homosexual para normalizarla	3	12%
Es sólo un pretexto para hacer fiesta y exhibirse	0	0%
Llamar la atención de las personas y crear unión en la comunidad	8	32%

¿Has asistido alguna vez al Orgullo Gay?



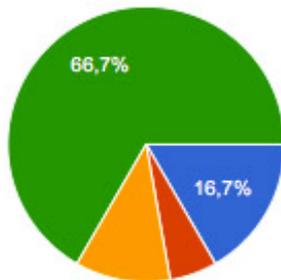
Si	7	28%
No	18	72%

¿Por qué si?



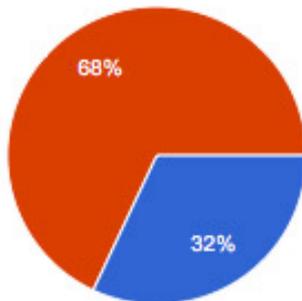
Por diversión con mis amigos	2	22.2%
Costumbre. Lo hago regularmente todos los años	0	0%
Creo que es una manera de lograr más avances	5	55.6%
Creo que es una buena manera de mantener los derechos que tenemos	2	22.2%

¿Por qué no?



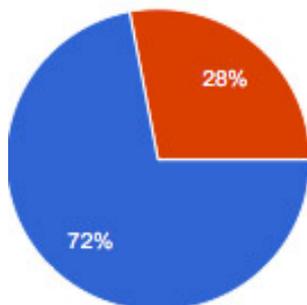
No me identifico con ese tipo de celebraciones	3	16.7%
No creo que sirva de nada	1	5.6%
No tengo con quien ir	2	11.1%
Nunca me lo había planteado	12	66.7%

¿Crees que la sociedad entiende la celebración del Orgullo Gay?



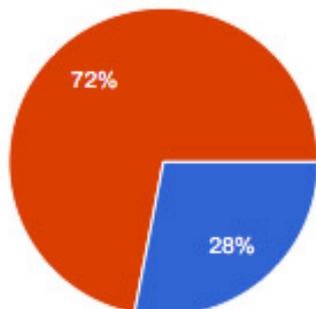
Si	8	32%
No	17	68%

¿La homosexualidad está socialmente aceptada en España?



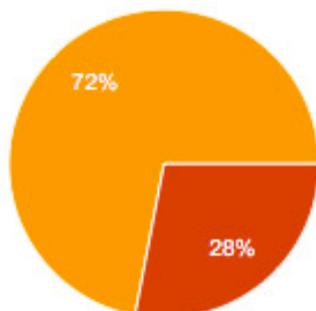
Si	18	72%
No	7	28%

¿Crees que la comunidad ha ganado un nivel de igualdad óptimo, legalmente, a día de hoy?



Si	7	28%
No	18	72%

¿Estás al corriente de los derechos que aun no tiene la comunidad homosexual? ¿Y de las acciones que se toman para alcanzarlos?



Si y si	0	0%
Si y no	7	28%
No y no	18	72%
No y si	0	0%

¿Crees que la imagen que da la comunidad homosexual, al resto de la sociedad, es buena?

En esta ocasión, en la que todos los encuestados dieron una respuesta, 11 de ellos, el 44%, lo hicieron negativamente. Dejando pues, al 55% restante con una respuesta positiva.

6.5.3. Análisis resultados

En este apartado, lo que pretendemos, es dar mayor profundidad a las respuestas otorgadas en el trabajo de campo, y analizarlas con información relacionada recopilada en puntos anteriores de este documento.

Para comenzar, destacaremos la coincidencia entre las estadísticas mencionadas del 2013 de PewResearch, el Eurobarómetro sobre el matrimonio homosexual y discriminación y los resultados de nuestro trabajo de campo, donde las mujeres y los jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 30 años son los grupos que más aceptación demuestran hacia el colectivo.

A continuación, para tener una mayor comprensión sobre el tema, estructuraremos el análisis según preguntas de las que nos valdremos para medir el grado de información que se tiene, y según las que nos ayudarán a construir una opinión más general sobre la imagen y la reputación de la comunidad.

a) Grado de información

Valiéndonos de las dos primeras preguntas de las encuestas, en las que preguntamos sobre el conocimiento que se tiene sobre la terminología “LGTB” y los motivos detrás del día del Orgullo, una gran mayoría dentro del colectivo, 88.2% y 67.6% respectivamente, ha respondido positiva y correctamente. Así mismo, el resto de la sociedad obtuvo resultados similares con un 76% y un 56%.

No obstante los buenos resultados, estos dos componentes, dentro de la cultura homosexual, suponen de lo más básico y que todos sus integrantes deberían estar al corriente. Lo cual, teniendo porcentajes tan similares al resto de la sociedad, nos permite ver aun un panorama difuso en lo que respecta a la integración total de todas las personas de la comunidad que, como consecuencia, supone una pérdida de recursos para esparcir el mensajes del colectivo.

Además, cuando se le ha preguntado al colectivo si consideran que el resto de la sociedad entiende los motivos de la celebración del Orgullo, el 75% ha respondido que no. Coincidiendo con el 68% de las respuestas del resto de la sociedad en que no todos la entienden.

Esto querría decir que, la principal y más conocida acción realizada por la Comunidad, no pasa desapercibida, pero no difunde el mensaje que pretende. Perdiendo así, una gran visibilidad y atención de un público considerable.

Y, por último en lo que son preguntas de nivel de información, hemos planteado si conocen los derechos que aun no tienen las personas LGTB+ y qué se hace para alcanzarlos. El 50% ha respondido que sí conocen sus propios derechos, pero que no están al tanto sobre las acciones que se toman para ello, frente al 28% con la misma respuesta por parte del resto de la sociedad. Un 29.4% de los encuestados LGTB+, ha contestado que no saben nada sobre el tema, frente al 78% del resto de la sociedad. Dejando así, solamente un 20.6% dentro del colectivo con información plena sobre los derechos que poseen y lo que se realiza para alcanzar más.

Esto quiere decir que un 79.4% de las personas LGTB+, no saben las acciones que se toman por parte de su propia comunidad para alcanzar derechos de los que ellos mismos se benefician, y un 100% en el caso del resto de la sociedad. Que, si lo analizamos como a una marca o empresa, supone un nivel bastante bajo de la comunicación interna o, lo podemos ver también, como un fracaso en el intento de crear implicación en los públicos. Lo cual, como hemos dicho anteriormente, supone un agravio para la difusión y eficacia del mensaje que se pretende enviar.

b) Opinión

Empezaremos, al igual que el punto anterior, analizando respuestas en relación al día del Orgullo por ser este el mayor referente. En este caso, les hemos preguntado si alguna vez han asistido, y el 52.9%, dentro de la comunidad, han dicho que no. Y en el caso del resto de la sociedad, la mayoría también ha coincidido con esta respuesta, con un 72% de los encuestados.

Entre los principales motivos dentro del colectivo, está el hecho de que no se sienten identificados con ese tipo de celebraciones o que nunca se lo habían planteado.

La argumentación presentada implica una desvinculación entre la mayoría de los encuestados con los valores retratados por la comunidad en este día. Y, el otro 47.1% que sí ha asistido, lo hace, principalmente, porque consideran que es una buena manera de lograr más avances y mantener los derechos que se tiene. Quedando así, en segundo plano, una motivación lúdica.

Al contrario de los resultados de las primeras preguntas, la gran mayoría, el 75% de los encuestados LGTB+ y el 68% del resto de la sociedad, no cree que la sociedad española entienda la celebración de la comunidad. Sin embargo, la opinión sobre si la sociedad española es receptiva con el colectivo, las conclusiones están más divididas. Aunque, el grupo que considera que no, dentro de la comunidad, sigue siendo mayor, con una diferencia del 11,8%, el 78% del resto de la sociedad considera que sí. Pudiendo comparar estos resultados positivos con los del estudio del 2013 de PewResearch.

Pero, en cuanto a los resultados del colectivo, no han supuesto un factor para que la mayoría de los encuestados, el 67.6%, se sienta cómoda con su sexualidad dentro del país. Lo cual, puede estar relacionado a que, el 76.5% considera que se ha obtenido un nivel de igualdad óptimo para el colectivo a día de hoy. Por lo tanto, a pesar de sentir que no se vive en una sociedad tan aceptable, se tiene la garantía legal de estar seguro. Contrario a estos últimos resultados, el 72% de los encuestados fuera del colectivo, consideran que no se ha alcanzado un nivel óptimo de igualdad.

No obstante, recopilando el estudio del 2013 de la FELGTB sobre acoso en las aulas, con resultados de un 43% que se plantean el suicidio, 35% lo planifican y un 17% lo intenta una o varias veces; 16 de las 22 personas que respondieron si alguna vez han sufrido acoso por su condición sexual, han dicho que sí, y que la mayoría acontecieron en el colegio. Que, si tomamos en cuenta la edad de nuestros sujetos, y las respuestas del párrafo anterior, se puede concluir que la problemática se centra en la adolescencia.

Adentrándonos más específicamente sobre la imagen que tienen las personas LGTB+ sobre la propia comunidad, podemos empezar con el 61.8% que considera que sí se da una buena imagen, igual que el 55% del resto de la sociedad. Mientras que el 38.2% y el 44% respectivamente, no.

Estas conclusiones, detalladas en los argumentos que nos han proporcionado 9 de las 21 personas LGTB+ desde el lado positivo, dan razón a que la sociedad no se preocupa sobre la imagen del colectivo. Es la propia comunidad la que se tiene que sentir bien consigo misma y con lo que expresa y refleja. Además, puntualizando la celebración el Orgullo como una excepción, se dice que se da una buena imagen por ser un grupo que se preocupa por los derechos humanos.

En cambio, las personas contrarias a las estadísticas positivas, donde 6 de las 13 que han respondido nos han dado su opinión, argumentan que la imagen de la comunidad se ve distorsionada por el enfoque banal que se da en los medios, además de considerar que la percepción sobre las personas LGTB+ se centra en un pequeño grupo estereotipado, dejando fuera a una mayoría.

Que, si recordamos opiniones mencionadas anteriormente en este documento, se coincide con la idea de que se fomenta estereotipos

alejado de lo normal, exhibiendo, particularmente el día del Orgullo, como una acción netamente de carácter lúdico.

Y, para finalizar con el análisis de las encuestas dentro de la Comunidad LGTB+, hemos preguntado qué consideran que es necesario para aumentar los logros hacia la igualdad. Las respuestas obtenidas se podrían separar en 3 tipos: legales, cambio de estrategia y sociedad.

Las de tipo legal, se resumen en que, además de los derechos que ya se tiene, se tiene que buscar una mayor cobertura legal para la protección de la integridad de la comunidad, tanto nacional como internacionalmente.

Con las de cambio de estrategia, nos referimos a respuesta como que se considera que la imagen de un colectivo muy extrovertido, lúdico y promiscuo, tiene que cambiar. Se considera que, diversificar la presencia en medios con otro tipo de personajes, y aumentar los valores intelectuales de la comunidad, son factores básicos para conseguir la igualdad y ser percibidos como parte del resto de la sociedad.

Y en cuanto a lo social, existen respuestas que ven el patriarcado y el sistema heteronormativo como el principal problema. La imposición de la religión, y la falta de inclusión de la materia sexual afectiva en el sistema educativo. Además, como parte de iniciativa dentro de la comunidad hacia para ayudar al entendimiento del resto de la sociedad, se recalca la importancia de llevar una vida honesta en lo que se refiere a la sexualidad, en todos los ámbitos: familiar, laboral y ser parte del movimiento.

7. CONCLUSIONES

Con el presente trabajo, hemos querido percibir mejor cómo funciona la comunicación de la Comunidad LGTB+, y plantearnos su eficacia según los resultados que hemos podido obtener con la información recopilada tanto el marco teórico, como con el campo de trabajo. Al mismo tiempo que analizamos su imagen y reputación.

Conscientes de que, al ser un tema sociológico, y estar nosotros hablando más sobre el área de las ciencias de la comunicación, queremos aclarar la complejidad a la hora de presentar una conclusión 100% fiables debido a los pocos recursos de los que hemos dispuesto para realizar un estudio sociológico más adecuado, y por tener la comunidad en España resultados destacables con su labor.

Con esto, podemos comenzar destacando el primer puesto que tiene España en cuanto a los países que consideran que la homosexualidad debería ser aceptada. Incluso, es parte del grupo de países que ha otorgado al comunidad igualdad de derechos, en relación la sociedad heteronormativa. Esto ya supone un aspecto esencial a la hora de juzgar los avances que se han logrado para la igualdad de la Comunidad LGTB+. Y básico para ser consciente de los privilegios como sociedad occidental en relación a muchos otros países.

Además, cabe destacar el gran número de asociaciones dentro del territorio nacional, y la buena estructura dentro de la FELGTB, considerada la organización principal del movimiento en el país, y que coordina el trabajo con las demás. Sin embargo, las personas a cargo de dirigir los distintos departamentos y áreas de trabajo dentro de la organización, no tienen los conocimientos necesarios, académicamente hablando, para realizar una comunicación completa y eficaz.

Dentro de los cargos que hemos podido analizar en este trabajo, existen únicamente 4 personas con educación previa útil para la causa, como son los profesionales en psicología, sociología, derecho y derechos humanos y trabajo

social. Por ello, si retomamos el punto en que hemos resumido la comunicación y los *insights* utilizados a lo largo de los años, podemos entender el por qué, a pesar de grandes esfuerzos y varias acciones, se percibe una estrategia débil carente de *insights* planificados.

Sin embargo, el movimiento se ha mantenido constante en el transcurso del tiempo y ha conseguido llegar a los medios y organizaciones externas. De esta manera, el colectivo se ha visto apoyado con inversiones privadas y representación y visibilidad en los medios de comunicación. Otorgándole así, una vía más eficaz para influir dentro de la comunicación social.

Así, sumando esto a los argumentos expuestos a lo largo de este documento, sobre por qué se puede considerar la Comunidad LGTB+ como una marca, hablamos ya de una marca con una cantidad de *stakeholders* importantes, y que tiene que cuidar. Materia que se ha visto debilitada con la crisis que ha tenido con la iglesia, en junio del 2016, después del escándalo por la imagen de las dos vírgenes besándose a falta de comunicación interna entre asociaciones.

Considerando los comentarios y opiniones en contra de la imagen del colectivo, por parte de las propias personas LGTB+ y simpatizantes, donde se le considera hipersexualizada, lúdica e infantil, igualmente, rescatamos un vacío en el cuidado de su reputación. Que, aplicando los argumentos de sus competidores podemos afirmar que la comunidad tiene algunos problemas de imagen que si no se trabajan a tiempo, puede afectar a su reputación y verse afectado en sus ya conseguidos avances.

Si tomamos en cuenta los argumentos de la retórica anti-LGBTB+, que se dividían en opiniones basadas en: religión, seguridad, moral y sanidad, vemos que coinciden con las recomendaciones por parte de la Dra. Alison Brysk los marcos principales que se tienen que considerar para trabar sobre la lucha de los derechos humanos en general que son: derechos humanos, crimen/seguridad, que coincide ya con los de la retórica anti-LGBTB+.

humanitario, que lo podemos comparar con la moral, desarrollo, que se podría utilizar al mismo nivel de la religión, y sanidad, que coincide perfectamente.

Los *insights* que hemos obtenido por parte de las campañas realizadas en España, solamente las relacionadas con el VIH y las realizadas a principios del movimiento, coinciden con estas recomendaciones. Esto reafirma la falta de conocimientos en el ámbito de la comunicación dentro de la elaboración de las estrategias y el movimiento homosexual.

Así mismo, las tácticas expuestas en el manifiesto realizado por los profesionales en las áreas de neuropsiquiatría y persuasión pública y marketing de la universidad de Harvard, Kirk y Madser, como las de incentivar la exposición de figuras públicas, aumentar la visibilidad de valores intelectuales de personajes históricos LGTB+ y convertir la marcha del Orgullo Gay en un acto para la comprensión de la homosexualidad para la sociedad y no como un acto de autoafirmación, coinciden casi perfectamente con las sugerencias y opiniones dadas por parte de nuestros sujetos del trabajo de campo.

Logramos concluir así pues, que nuestra hipótesis es correcta y que se precisa de un cambio de estrategia para lograr una comunicación más eficaz. Entendiendo por más eficaz, con resultados igual de buenos que los que se han conseguido hasta el momento, pero a poder ser, en menor tiempo, con una mejor imagen global del colectivo y aumentado la inclusión de todos en el movimiento.

Refiriéndonos, para terminar, a los objetivos de la Cumbre del Milenio de la ONU que hemos mencionado con anterioridad, se pretendía, entre otras cosas, democratizar el movimiento feminista. Que, analizando los problemas y posibles soluciones planteadas en estas conclusiones, serían un buen comienzo para iniciar una nueva etapa en el movimiento homosexual del país. Porque, después de todo, recordando nuestra justificación del trabajo, no se pretende continuar por la igualdad de una comunidad con el resto de la sociedad, sino eliminar el “resto” y ser todos una.

8. ABSTRACT

The research aimed to understand how it has reached the status of legal equality and social acceptance of the current LGTB+ community in Spain. Thus, it was able to make a qualitative and quantitative study, finding out an optimal course of action to work within our society and achieve a more tolerant one. Contextualized in a historical framework on beliefs and attitudes, an investigation was able to be defined based on turning points for the group in question, and the communication that accompanied them at the time.

This gave opportunity to understand how social communication and the strategy used for the homosexual movement works. It allowed the analysis of the applied insights in different situations and the comparison of the feedbacks received from the public and the community opinion polls made for this paper. This way, it was possible to have a clearer idea of the image and reputation that the group owns, and how these results throughout their struggle, are useful for us to either maintain a strategy or modify it.

In conclusion, the first position among the most tolerant countries, and full legal equality for LGTB+ community that Spain has, turns to be a positive statement to the members of the group in the country. However, the survey results presented differ in statistics and previous studies to this work. But, since this study was conducted with a small group of subjects and an investigation of limited resources, we can only say that the conclusions we have reached on the situation of social equity, separated from the Constitution concerns, still place the group in a better acceptance and equality status than in other countries. However, they could make a more effective communication with a change of strategy.

Key words: community, culture, effectiveness, insight, image, reputation

9. INTRODUCTION

According to a CNN article based on the study by the Pew Research, approximately 194 countries in the world today, only 22 of them accept gay marriage in its constitution, which 8 are from the 50 European countries. This represents an average of 1.34 per year from countries that in 2000 the Netherlands took the initiative on the issue until 2015.

The effective communication of the LGBT+ (lesbian, gay, transgender, bisexual and other sexual and gender identities outside the heteronormative system) community has been hampered by poor image and reputation they carry. What stands out most in this community, is the sexual and religious controversy linked to it. That, despite being an honest and open view of sexuality in our society in general, this is not yet fully implemented, nor accepted, within the heterosexual community, somehow, makes the results in the simple acceptance on not common relations, more difficult to achieve.

However, advances that have been made are well known and have been built with a set of values, icons and own shares of a brand with a minimal communication strategy and understanding of its importance. With this, the objectives of guiding a cultural change in the struggle for the rights to equality, with the use of communication sciences tools, is the interest we have learned to try to conclude and define whether the strategies used and their respective insights are most effective in achieving the desired results.

Then, we will analyze the messages that have been performed and the results that have been obtained accordingly from "the era of sexual revolution" in the sixties.

For the exhibition of research, we will begin to better understand the precedents of the subject with a bit of its history and, well, know the current situation of the LGBT+ community and legislation worldwide and particularly in Spain, going from communication they have done so turning points and major events.

Once we have a general knowledge of what we are trying, we will analyze the used insights and opinion on them by the community and the rest of society. In this way, we can get statistics and results of the current situation in terms of image and reputation. We treat the information obtained to achieve conclude whether the approach is effective or figure out which would be the most suitable.

10. JUSTIFICATION

Society: understood by the first definition of RAE (Royal Spanish Academy) as "a set of individuals, peoples or nations living under common rules". Definition, if considered to define all those who consider ourselves part of the group of people we have chosen to live in this world as part of what is known popularly as a society, it falls a bit short.

Despite having constitutions and implicit moral standards, although these differ according cultures, there are minority groups, today, they need to be specifically protected and taken into account to fill a loophole that allows them to achieve egalitarian lifestyle, and a real coexistence under common rules to which the above definition refers.

To achieve this equality, different groups have had to demonstrate and maintain a constant pursuit of actions to achieve equal treatment for the rest of society. Actions we can understand as part of a global strategy. That is, we can understand the different struggles for human rights as entities with images and reputations forged through communication strategies made as a brand.

Hence the interest in learning more about the tactics used and the results obtained from the LGTB+ community specifically because it has achieved greater visibility in recent years. In this way, we can understand the effectiveness of their communication and both positive and negative factors. Allowing thus closer to a more effective strategy.

11. HYPOTHESIS

The effective communication of the LGBT+ (lesbian, gay, transgender, bisexual and other sexual and gender identities outside the heteronormative system) community has been hampered by poor image and reputation they carry.

12. OBJECTIVE

The following objectives are pursued:

- Know the path of the gay movement
- Review campaigns and results of the LGTB+ Community
- Understand the structure and the communication strategy of the LGTB+ Community in Spain
- Understand the LGTB+ Community as a brand
- Analyze the current situation of the rights and acceptance of the LGTB+ Community
- Analyze the image and reputation and know the opinion of their publics

13. THEORETICAL FRAMEWORK

13.1. History

As we can find in the book *Born to be Gay: A History of Homosexuality* William Naphy, homosexuality is something we find from the earliest times of man's existence. That as we extract the article "History of homosexuality" of *Fertilab* first unit of human reproduction Venezuela, allows us to say with anthropological studies that homosexuality is a universal constant, from Aristotle himself until Beatle, John Lennon.

Therefore, based on the same article Fertilab, we see that in pre-Columbian times, for example, homosexuality was respected. Even corroborating with the "Homosexuality in the history" of the web Popular Science, text these were regarded as wise and special beings to be representation of male and female in one being. Furthermore, in the Far East, this was also sometimes deified in ancient India, believing that these practices attract fertility.

And, focusing on other cultures such as Greek, Roman, Egyptian and African practices between two persons of the same sex was permitted within the elite or the people, but with certain restrictions. Young lovers masters may have as an apprentice, such as that of Alexander and Hephaistion, one of his generals. And in Greece, for example, the acceptance of male prostitution, but was not seen as normal relations between two adult men.

In addition, returning to the text of Popular Science, the motivation of homosexual relationships in the battalions, they helped create a sense of closeness between couples much stronger fighting together and, that way, fight in defense and revenge to death.

But we can also see some more negative points. In Andalusia, when it was under Arab culture, even though it was something well regarded among the elite, the Koran and the first religious writings of Islam implied negative points of view about it. Which, entering a little more in religion, the imposition of Christianity, and with it the Spanish conquests in America, they began to lead to unfavorable ideas for homosexual practices.

As set out in Fertilab, the imposition of Christianity and ban religions that accept female and male prostitution in the Roman Empire, he began with the idea that the only valid reason for sexual intercourse was procreation. That's when they started the severest punishment within the community and persecutions. Theme, as Diana Rocco Dr. says. In his blog "Homosexuality through history" become more important when these habits become law and practices mentioned above become punishable in the Roman Empire by the Theodosian Code.

And it was not until the late nineteenth century and throughout the twentieth, which began noticing movements by the community in defense of equality. Who, motivated by the struggle of feminism and the emergence of the hippie culture, the struggle began to take relevance in the sixties and seventies with remarkable events as was the Woodstock festival music, which was made possible by Elliot Tiber, one of his organizers, where much notoriety gave many icons of the community. This caused gradually go into the popular accepting cultural and near the eighties.

It was at this same time in 1981, when the first case of AIDS, which quickly became associated with the homosexual population being recognized these most affected, which, of course, spread a bad image. But later, already he unveiled the disease as something possible for society. This helped the acceptance of the community continue to make progress and also be included in the media (music, TV shows, movies, presenters...).

13.1.1. Current sociological context

LGBT+ community, as recently called the group that make up all sexual minorities (lesbian, gay, transgender, bisexual and other sexual and gender identities outside the heteronormative system), according to Lambda Legal, an international organization that advocates equality, he has continued to fight for equality until today. And then we will see in what context they are moving in order to understand, more clearly, to where you want to go.

In the group of female community, for example, we can see awareness by society additionally by organizations UN level. In 2000, at the Millennium Summit, which can be seen in detail on the official website, the Millennium Declaration where gender discrimination recognized was signed, and was raised aimed at promoting equality and empowerment women; goals that had a deadline of 2015.

But besides this, the UN Women motivated to meet other independent objectives to those set out in the summit. And it raises three main objectives: to end the violence, equal opportunities, resources and responsibilities and hear what they have to say all women, more democratic movement.

And as the LGTB+, one of the most notable to date news community, has been the approval of gay marriage in the constitution with support of more than 60% of voters in Ireland, according exposes the BBC World in your article "Ireland, the first country to approve gay marriage by popular vote."

To this is added an important moment in popular culture, which is the decision made by the Olympic athlete Bruce Jenner, also known by the famous reality show TV channel E!, "Keeping Up with the Kardashians" give to the world about his decision to resume his life as a transsexual person. After giving an interview and appear on the cover of Vanity Fair with its new identity, he had a reception in his new Twitter account with more than two million followers in less than four hours demonstrating their support, as the article "Caitlyn Jenner breaks record on social networks and is supported by the Kardashian clan", said in the Colombian magazine, Fuchsia.

Although we see that there have been positive changes, and organizations and important positions they have taken the issue more interest, even we see stagnation and even a setback in progress towards equality. Within the LGTB+ community, according to a study by the Agency for Fundamental Rights of the European Union, half of respondents had experienced some form of discrimination because of their sexual orientation, along with the growth of far-right parties and events neonazis retaliating self on the community in countries like Russia, we can conclude that not all progress.

However, it notes that it is difficult to generalize on an issue like this, which influences many sociocultural factors. That's why the situation now see both the good and bad end, and in Spain, specifically.

A survey by PewResearch, center US study of social problems in 2013 asking whether society should accept homosexuality, showed that the Spanish population, among the 39 countries surveyed, is showing a greater degree of acceptance, reaching 88% of respondents favor among respondents. She followed by Germany with 87%, Czech Republic with 80%, France with 77%, Britain with 76% and Italy with 74%. This demonstrates a growing acceptance within the Spanish society of a 6% compared with results obtained in 2007.

And, focusing less favorable towards countries, the study showed a strong rejection mostly on the African continent. Nigeria earned a total of 98% of respondents against equality, which is followed by Senegal, Ghana and Uganda with 96% and Kenya with 90%. In both cases, the percentage of acceptance by women is higher than men, and is also higher among young people aged 18 to 29 years old.

It is clear that the level of development, quality of life and culture influence when combat stereotypes and discrimination. Which, focusing on the state of society in general today, we call the information society, we say it is and not only in itself a right, supported by the Millennium Declaration already mentioned, but also "it has become a condition for the exercise and defense of other rights".

13.2. The homosexual movement

Time after time we have already mentioned the impact that had the riots at the Stonewall bar in New York in 1969. These riots, in which the police took as a pretext control drink to commit discriminatory acts against LGBT+ local, as we saw above, they took relevance for the rebellion that brought in people who witnessed the event.

It was the first time that victims defended themselves before the authorities. The havoc caused great commotion in the community, causing echo is done in all support groups. This caused a boom in the creation of organizations and foundations LGTB+. And, a year later, the Gay Liberation Front (GLF)

organized a peaceful demonstration from Greenwich Village, where Stonewall was, to Central Park.

They came between five thousand and ten thousand people. This was the birth of what we now know as Gay Pride Day. And is this process and actions that are considered the beginning of the gay movement. Therefore, we understand gay movement to mobilize all those who make up the group towards a style of life equal, both legally and socially.

Such actions, started to get a little more aggressive in the eighties, due to lack of interest from institutions face the problems they were having in the community for the HIV virus. In the movie "The Normal Heart" Ryan Murphy, based on real events, you can see how the spread of the virus and the deaths from this community, were completely ignored by public institutions, forcing activists to become position.

It is then that, as can be found in an article in the "Culture Pro-Gay" web EsPosibleLaEsperanza.com, Marshall De Bruhl section the area, specializing in history and biographies editor, contacted two old gay university students Harvard, Marshall Kirk and Hunter researcher Madser neuropsychiatry expert public persuasion tactics and social marketing. Together they "After the Ball: How America Will Conquer Its Fear & Hatred of Gays in the 90s", a manifesto that aims to make acceptable the homosexual cultural revolution in America.

In this paper, the authors cited a number of tips exposed to LGTB+ activists on how they should act and communicate their ideas and values on the rest of society so that the response from this more positive. In point a digest of the most remarkable ideas that bring greatest interest to our work.

13.2.1. The tactics of the homosexual movement

All suggestions and ideas that will be presented here are taken from the article mentioned above, "The techniques of the homosexual movement."

As mention note, the authors recommend that, in addition to always have clearly defined our target audience, we address the most emotional part of this rather than logic. Following are some of the actions that would help us achieve this:

- Encourage public figures to take their sexuality openly to achieve insecurity in people to reject homosexuality publicly hour.
- Isolate and silence the radical opposition:
 - o Work on the image of this group, making it the most negative possible to cause discomfort and nonconformity by the rest of society in their presence, or expose the doctrine of the church as outdated and as an obstacle to the advancement of science and psychology.
- Submit to the community as victims to get a protective reaction from others.
- Convert the public parades in an act of understanding about homosexuality for the heterosexual community rather than an act of self-assertion.
- Weaken the opposition conservative religious movement and dividing by the most liberal.
- Increase the use of lesbians in graphic communication to have a higher degree of acceptance by the public.
- Give greater visibility to major gay characters in the story to dismiss negative ideas and involve the community with greatness.

13.3. Organizational structure of the Community LGTB+ in Spain

We collect the data then found in the Annual Report of the State Federation of Lesbians, gays, transsexuals and bisexuals of Spain (FELGTB) (see Annex 1). This, being the first state federation and the largest, takes command with respect to the main communication actions towards equality. Therefore, we will detail its organizational structure and see how it relates to other organizations and associations in the country.

With a mission that summarizes the aspiration of achieving social equality for LGBT+ group, social solidarity and greater justice, and a view of is the social and political reference of this movement, the FELGTB adds more than 56 associations covering the entire Spanish territory.

Since 2012, the Federation is preceded by a presidency by Rodrigo Boti García, Bachelor of Arts. To this will support three secretariats, 6 vocals, Treasury and 9 different work areas. In sets, they take action primarily on:

- Advocacy
- Withdrawals
- Sensitization
- Social work
- Training
- Research and studies

Then will list the areas that make up the organization, the relevant responsible in which it applies and objectives of each.

- General Secretary
 - o Desiree Chacon, Lawyer
- Organization Secretary
 - o Arnaldo Gancedo, considered a pioneer in organizing the Pride.

- Ministry of Proceedings
 - o Elena Llanes, Immunologic Biologist

- Investigation Board Diversity
 - o Luisa Notario
 - o Works on the realities that have high visibility. That is, minorities within the LGTB+ community.

- Investigation Board Communication
 - o Ignacio Paredero, Attorney at Law and Sociology
 - o Dynamize internal and external communication. It has special emphasis on what terms to 2.0 communications but also handles marketing efforts, public relations and writing press releases.

- Investigation Board of Institutional Relations
 - o Boti Rodrigo Garcia, Bachelor of Arts
 - o Supports the Presidency or work involving relations with unions, political parties and other turnover institutional representations.

- Labour Investigation Board
 - o Ximo Cádiz Rádenas, Technical Youth council of Mislata
 - o Combating discrimination in the workplace.

- Legal Investigation Board
 - o Martin Berenguer, Bachelor of Law and an official of the Administration of Justice
 - o Works to remove administrative and legal obstacles, in addition to handle the rights obtained from being adequately reflected in the law.

- Investigation Board and Volunteer Training
 - o Josefa Suarez

- o Train and provide a better level of training a group of volunteers to assist in the management and activities of the Federation.
- Treasury
 - o Miguel Ramos, Computer Engineer
 - o In addition to new sources of private funding, it works for the collective visibility in the sport.
- Work areas
 - o Religious Affairs
 - Juan Antonio Ferriz, Professor at the University of Alicante on Sustainable Development.
 - Work for diversity and inclusion of LGBT + believers.
 - o Bisexuality
 - Montse Silvan
 - It seeks to increase the media presence of this group, and to break down stereotypes.
 - o International Cooperation and Human Rights
 - Alejandro Alder, Dr. Bachelor of Law and Human Rights.
 - Addresses any careful against human rights, and works in a network with Europe and Latin America.
 - o Culture
 - Joxean Zapirain
 - Work for visibility and appreciation of cultural events LGTB+.

- o Education
 - Jesus Generelo
 - It aims to awaken the consciousness of the education system, prejudices and social inequalities.

- o Youth
 - Joana Berger, a medical student
 - Area where activists under 31 are concentrated to encourage youth sentiment and support the other areas.

- o Lesbian Policies
 - Esther Martinez, Social Worker
 - Its main task is visibility and lesbian empowerment.

- o Comprehensive Health and HIV / AIDS
 - Rubén Sancho, Bachelor of Psychology
 - Regaining the seriousness of the disease to increase its prevention. It also works to inform on it to get eradicate discrimination against people affected.

- o Transgendered
 - Sea Cambrollé, transsexual woman
 - Improve health care for this group, as well as eliminate the social and labor exclusion.

The work done from the FELGTB is thanks to state government subsidies; annual fees partners, and private donations. From here, the Federation is able to coordinate the work of more than 50 associations for a more coherent message. But it should be emphasized that the initiatives are independent of each agency.

FELGTB works as a mediator to bring together the various representatives, carry out large-scale events with a common theme (such as the Gay Pride Day) and assist where possible in projects of more local interest to carry them out

and somehow, they can leverage in other associations in different parts of the country.

13.4. Communication and LGBT+ community as a brand

"A brand can be defined as a reputation in the market that has an identity (the origin of the brand) that has translated into an image (perception of customers) which confers a competitive value to upsell, or high prices, or both." (Laver, p.17, 2002).

Paragraph quoted above, replacing sales and prices for other variables such as religion, society and/or politics, we can consider the LGBT+ community as any other brand. In addition, literally taking the name by which we are heading towards this minority group, we can compare directly with one of the major goals of brands today: create a brand community.

Therefore, we will introduce methods that have adopted over the years to identify and communicate the values that accompany them. As a culture so now expanded, we highlight only those most important aspects and have had more relevance and visibility in society that presents the FELGTB.

Of the first symbols that appeared to identify homosexuals was the inverted pink and black triangle. These were created in 1940 began with the Second World War to differentiate gay, lesbian and transgender women respectively. But it was not until 1980 that ACT UP (AIDS Coalition to Unleash Power, understood in Castilian as AIDS Coalition to unleash the power), a US group that acts directly on the problems of the HIV virus, gave a new meaning changing the direction pink triangle and made him the image of his fight against this disease. (See Figure 1)

As mentioned at the beginning of this work, the 1969 Stonewall riots provoked moose community to make themselves heard and stop being repressed by the authorities. And, as is well stated in the newspaper article 20 minutes, "The day

the gay community resisted heroically... for the first time", in 1985 he was chosen as a symbol, on June 28 as the day of Gay pride in commemoration of what happened during an international conference coordinators gay associations. thus giving high visibility on the values and fight the group.

The community adopted recognized sex symbols of the arrow and the cross to distinguish between male and female, in the seventies. These were modified by sandwiching two symbols of the same sex to represent the relationship between people of the same gender. Furthermore, for the TS representation, the fusion of two symbols used only one. (See Figure 2)

At the beginning of the decade, the letter lambda was chosen as a symbol of the Gay Activists Alliance of New York. And in 1974 it was officially declared by the International Gay Rights Congress in Scotland, as the symbol of the rights of gays and lesbians. Over the years several LGTB + groups adopted within its name the word "lambda" in honor of this symbol. This letter, in Greek, evokes the "liberation", one of the reasons for their choice by defining community that goal. (See Figure 3)

The rainbow flag, on the other hand, is the main symbol throughout the world to identify the group. It appeared in 1978 after a competition held by the Gay Pride San Francisco to create a symbol that would identify the Pride. The winner was Gilbert Baker, specializing in artist flags. He presented a flag of eight colors, each with a meaning but production problems, had to modify two of them in 1979, leaving a six-color flag. Everyone and their meanings are as follows:

- Red: life
- Orange: Healing
- Yellow: sunlight
- Green: nature
- Blue: art, serenity and harmony
- Violet: Spirituality (See Figure 4)

Years later, in 1990, he began using the acronym LGBT representation of that time were the groups of interest to the community. Now they have included more letters like "i" intersex or "q" of questioning, but try to keep as simple as possible so as not to complicate communication. It came to this acronym because, when referring to a "gay community" bisexuals and transsexuals did not feel at all represented. (Swain, Keith W., 2007 C.P.)

Linked to the acronym, the term community was gradually designated by activist groups. These, which initially were few and saw the need for more members to expand their actions, began to attract the attention of others to be part of what they called their community. This can be seen in the British film *Pride of Matthew Warchus*, where he presents the facts of the group of gays and lesbians who supported financially the families of miners, and needed more support from the community in 1984 with Margaret Thatcher to power.

With this, we have compiled what we compare as visual identity, which identifies the LGBT + community. Although there is much more, as symbols representing bisexuals, transsexuals and other subcultures like bears denominated and leather lovers.

Now let's move on to what we might call communication tactics. And we will do starting with the example of the use of celebrities and celebrities from a list provided by 20 minutes, as references and links to their success, from Judy Garland, star of the movie *The Wizard of Oz*, to Elton John, former Beatle Ellen DeGeneres, TV presenter, Madonna, to the most current, singer Lady Gaga and in the Spanish area, Alaska and Mario. All great advocates for equality.

In addition, as a major step, the community also has been integrated into the various media. The blog specializes in reflection on media and society, media-sphere, lists some of the inclusions have been taken in different media.

The community has made since own magazines to publicize their culture to different types of appearance in television shows, Hollywood movies, talk

shows, and have even managed to level collaboration illustrate King Philip in the gay magazine, Ragap.

As we mentioned earlier, the group also has used campaigns accompanied by their respective slogans. Then we will list the most important we have considered globally:

- "Gay? There's nothing queer about it": This slogan was first used in a TV ad. Under the name of the Royal Dutch Football Association with Delight, a creative agency specializing in communication for a better world.
- "We're here. We're queer. Get used to it": This slogan was well received and became popular by Queer Nation, an organization working for LGBTI rights struggle, founded in New York in 1990.
- "Two, four, six, eight! How do you know your kid is straight": This slogan was also popularized by the organization Queer Nation, and had clearer in the fight against the impositions of heterosexual life hues.
- "I'm gay and that's OK": This slogan is relevant because Klaus Wowereit, mayor of Berlin, Germany, used it.

And finally, we will see an action that we can compare with the average social and environmental responsibility to try to associate brands today.

Going back to the eighties, retaking the History of LGBT Movement in Spain of FELGTB, we see activists began to take action against problems posed by the HIV virus. It is then in Spain, collaboration between LGBT+ associations and public institutions begins.

Being associations that take initiatives, authorities, seeing the ability to cope with a problem of such gravity, they began to show greater respect for the

collective. This also gave them financial resources and provided them with political and social contacts, thus making the community an essential part within the Spanish framework.

13.4.1. Advertising gay-friendly

The gay-friendly term, according to englishDictionaryOnline.com, means any environment and / or sympathizer with the LGBT+ community person. Continuing with regard to communication, at this point we will see some examples of ads and gay-friendly campaigns that support and demand equality for all. Becoming so, these brands, supporters and even platforms for the community to expand the coverage and strength of their messages. Let us mention five brands listed in an article on [trends Merca20.com](http://trends.Merca20.com), web dedicated to marketing, advertising and the media.

The first will be one of the most powerful: Google. The search engine has been supporting the rights of the community for a long time. And as examples to note are: personalizing your home page during the Winter Olympics in Sochi, Russia, a doodler related to these accompanied by the colors of the LGBT+ flag, showing its disagreement with the anti-propagandists gay Prime Minister Putin. And, as a permanent action, whenever a search related to homosexuality is made, Google presents a festive banner with the colors of the flag.

On the other hand, we have the great coffee chain, Starbucks. Their CEO, Howard Schultz, has already demonstrated its support on several occasions but, in 2014, the brand placed a rainbow flag on its headquarters building in Seattle during Gay Pride week.

This is followed by Aeroméxico. This company has been able to react to boom involving the LGBT + community as market segmentation. We have on their website a section called "Aeroméxico Friendly" referring to the term "gay-friendly". Here we can find a whole block of recommendations of destinations,

hotels, bars and travel packages ideal for collective and have the best experience possible.

Also, two food brands like Lucky Charms and Oreo, showed their support for campaigning in the community Pride month. The cereal brand created the hashtag #LuckyToBe, and threw via Twitter with a picture of one of their cereals in the form of a rainbow, and the text "Being brave enough to be yourself. #LuckytoBeOriginal". And, Oreo, meanwhile, showed its support in 2012 with an image of a cookie with filling in the colors of the rainbow flag. These are just some examples that they can add many other brands such as McDonald's, Armani, Bumpy among others.

In addition, at the national level, we can highlight ads brands such as El Corte Ingles, "El amor mola: Cupid in love", a series spot where we see the interaction between two men unfinished remembering a past relationship. And finally, the announcement "Families" by Coca Cola, which, despite being American, was also distributed with a translation in Spain. In this spot we can see different types of families, including a homoparental, where the children, to have the choice, always choose the parents they have. To this accompanies the slogan: happiness is always the answer.

13.5. Rhetoric anti-LGBT+

Continuing the comparison of the Community in question as any other brand, we can say that this also has competitors. Those other companies, as we would call a traditional case, also have their strengths and opportunities that may pose a threat, and they have to fight to not affect the group's weaknesses in the fight for equality.

Therefore, below are some of the motivations and messages accompanying those who oppose the movement LGTB+ will be worth us to focus on the main issues highlighted by the opposition: religion, health, morals and safety:

a) Religion: "God created Adam and Eve, not Adam and Steve"

In July 2015, the US weekly magazine Newsweek, published a cultural article entitled "The Surprising History of the Phrase" God created Adam and Eve, not Adam and Steve", which reveal the origin of this slogan, used mainly by the population of rightist ideologies.

Craig Chester, Dallas, United States, received this sentence as an argument by his pastor in 1980 to indicate the error of his amorous preferences. Since then, it has continued to use for the same purpose but to May scale against LGTB + movement in general.

b) Safety: Child abuse

In an interview with Dr. Richard Meyer, part of the Department of Art and History at the University of Stanford, conducted by the magazine The Advocate in 2000, talks about how he has dragged the relationship between pedophilia and homosexuality to contemporary days, and how it has conveniently become an argument for what they call "homosexual recruitment".

This idea is supported by the fact that couples between same gender can not have children, therefore, is an alternative to consider. As part of this argument, in 2015, the American conservative group, Campaign for Houston, launched a petition for the Houston Proposition 1 is not approved. In this case, the belief is taking advantage of its approval and to facilitate contact with minors in a closed environment.

c) Moral: Homosexuality as a sin

There is a large group of people linked against a LGTB+ life that are based purely on religion. On the website of The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, we can find a list of proverbs belonging to the Bible with those who justify slogans like "God Hates Fags," "Fear God Not Fags" used against egalitarian communication.

d) Health: AIDS as a LGTB+ disease

With slogans like "gay disease", "AIDS Kills Fags Dead" and "AIDS cure gays", there have been various types of communication actions against equal rights and, as we can see in the article on the famous murder homophobic Mathew Shepard in 1998, "the truth behind America's Most Famous gay-hate murder" of the Guardian, these slogans were used even during his funeral. This relationship is due by the boom of the disease in 80 as discussed in previous sections.

13.6. Communicational approach to human rights

In this section, we will focus on the various aspects that Dr. Alison Brysk, political scientist with a Masters and PhD issued by Stanford University, specializing in human rights, stands out as indispensable when working towards equality and human rights. This information, extracted from the seminar "Gender Violence and Human Rights" ten days given in Vienna, Austria in April 2016, will allow us to refine further what would be the best approach to our communication strategy and the actions we should take.

To start with recommendations start making Brysk considered the main cause of any problems related to human rights: the "Nest Model", also understood in Castilian as "rooted Model". This traditional model that most countries live a very long time ago, is a pattern of life where gender roles are well defined, where the male figure is seen as the strong gender and women as the weaker sex. It is then that, when trying to implement non-traditional roles, invades insecurity.

Given this, Dr. clarifies certain general points that we know to begin working communication according to their recommendations and will list below:

- To understand how it works the adoption of rules and hierarchies that these follow.

- Be clear about who the opposition, why, and how to benefit from this.
- Know that for those against rights for minorities, persons belonging to these, individuals are considered disposable.
- Differentiate discrimination and actions between the public sphere and the private sphere.

Once we have this clarified, work according to the following points:

- Basing our communication was one of these frames:
 - o Human Rights
 - o Crime / Security
 - o Humanitarian
 - o Development
 - o Health
- Highlight the benefits that the minority in question contributes to society and government.
- Interacting with issues of importance to society.
- Coalition with private entities that may have an effect on decisions by public leaders, and network with organizations and causes for greater recognition and integrate almost indispensable.
- Having a charismatic representative.
- Use influencers from different communities in different ways to raise visibility and example beyond the minority itself.

13.7. Image and Reputation

On the occasion of a better understanding of what we are trying in this document and factors for its conclusions, this section will define the concepts of image and reputation in the field of communication sciences.

For corporate image, according to Joan Costa (2001), we understand a mental concept in the mind of the public that is originated after various elements involved in its creation. That is, they can be perceptions, inferences and deductions, projections, experiences, feelings, emotions and experiences of individuals who are actively involved in the process.

That is, the image is an opinion of people. This can be manipulated by visual identity, graphics and messages brands decide on the communicational actions.

On the other hand, according to Angel Alloza (2003), you can define corporate reputation as "the set of collective evaluations, raised by corporate behavior in the different audiences that motivate their behavior support or opposition."

We can then differentiate between image and reputation by saying that the picture is more focused on the mental outlook forged by the target audiences, and reputation in how it is perceived behavior of the organization in the minds of all stakeholders with lasting results.

14. CONCLUSIONS

With this study, we wanted to have a better perception on how LGTB+ Community communication works, and wonder its effectiveness according to the results we have obtained with the information gathered both the theoretical framework, and with the practical work. While we analyze their image and reputation.

Aware that, as a sociological issue, and be us talking more about the area of communication sciences, we want to clarify the complexity when presenting a 100% reliable conclusion because of the few resources that we have arranged for a more adequate sociological study, and the community in Spain have outstanding results with their work.

With this, we can begin highlighting the first since it has Spain as countries that consider homosexuality should be accepted. It is even part of the group of countries that has given the community equal rights in relation heteronormative society. This already is an essential aspect when judging the progress that has been made towards equality of the LGTB+ community. And to be aware of basic privileges as Western society in relation to many other countries.

Also, note the large number of associations within the national territory, and good structure within the FELGTB, considered the main organization of the movement in the country and coordinates the work with others. However, people in charge of running the various departments and areas of work within the organization, have the necessary knowledge, academically speaking, for a complete and effective communication.

Among the charges that we have analyzed in this paper, there are only 4 people with previous education useful to the cause, as are the professionals in psychology, sociology, law and human rights and social work. Therefore, if we return to the point where we have summarized communication and insights used throughout the years, we can understand why, despite great efforts and various actions, a weak strategy devoid of planned insights perceived.

However, the movement has remained constant over time and has managed to reach the media and external organizations. In this way, the group has been supported by private investment and representation and visibility in the media. thus providing a more effective influence in social communication channels.

Thus, adding this to the arguments presented throughout this document, on why you can consider LGTB+ Community as a brand, we already talked about a brand with a number of important stakeholders, and has to take care of.

But considering the comments and opinions against the image of the group, by the very people LGTB + and supporters, where he is considered hypersexualized, playful and childish, we rescued a gap in the care of his reputation. That, applying the arguments of competitors we can say that the community has some image problems if they do not work on time, it can affect your reputation and be affected in their already made progress.

If we take into account the arguments of the anti-LGBT+ rhetoric, which were divided in opinions based on: religion, safety, morals and health, we find that they match the recommendations by Dr. Alison Brysk main frames that must be consider to lock on the fight for human rights in general: human rights, crime/security, which is a perfect match, humanitarian, wich matches with the anti-LGBT+ rhetoric aspect of moral, development, which could be used at the same level of religion, and health, which coincides perfectly.

The insights we have found in the campaigns in Spain, only those related to HIV and those made in the early days of the movement, agree with these recommendations. This confirms the lack of knowledge in the field of communication within the development of strategies and the homosexual movement.

Also, the tactics outlined in the manifiesto made by professionals in the fields of neuropsychiatry and public persuasion and marketing of Harvard University, Kirk and Madser, such as encouraging the exposure of public figures, increase the visibility of intellectual values historical figures LGTB+ and convert the Gay Pride march in a ceremony for the understanding of homosexuality to society and not as an act of self-assertion, coincide almost perfectly with the suggestions and opinions given by our subjects fieldwork.

We managed to conclude therefore that our hypothesis is correct and that requires a change in strategy for a more effective communication. Understanding more effective, with equally good results that have been achieved so far, but if possible, in less time, with better overall picture of the group and increased inclusion of everyone in the movement.

Referring, finally, to the goals of the Millennium Summit of the UN that we mentioned earlier, it was intended, among other things, to democratize the feminist movement. Which will analyze the problems and possible solutions raised in these conclusions, would be a good start to begin a new stage in the homosexual movement in the country. Because, after all, remembering our work justification of this document, it is not intended to continue for equality of a community with the rest of society, but to eliminate the "rest" and be as one.

15. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

- Anon. *26 de abril: día de la visibilidad lésbica #SoyLesbiana*. Felgtb.org. España: abril, 2015. Disponible en: <http://www.felgtb.org/temas/politicas-lesbicas/noticias/i/9682/222/26-de-abril-dia-de-la-visibilidad-lesbica-soylesbiana> [Consulta: 2 de noviembre del 2015].
- Anon. Aciprensa.com. *Profanan la imagen de la Virgen María para convocar marcha gay en Valencia*. España: junio, 2016. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/noticias/profanan-imagen-de-la-virgen-maria-para-convocar-marcha-gay-en-valencia-34639/> [Consulta: 15 de junio del 2016].
- Anon. *Anti-LGBT rhetoric*. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/Anti-LGBT_rhetoric [Consulta: 26 de enero del 2015].
- Anon. *Bajan las denuncias por homofobia en Cataluña 2014*. Ragap.es. España: mayo, 2015. Disponible en: <http://www.ragap.es/actualidad/espana/bajan-las-denuncias-por-homofobia-en-cataluna-2014/1002428> [Consulta: 7 de junio del 2015].
- Anon. *Caitlyn Jenner bate récord en redes sociales y recibe apoyo del clan Kardashian*. Revista Fucsia [Publicación en línea]. Disponible en: <http://www.fucsia.co/personajes/internacionales/articulo/bruce-jenner-portada-vanity-fair-como-caitlyn-jenner/63464#.VXjuXKW9YQZ> [Consulta: 7 de junio del 2015].
- Anon. *Código Teodosiano*. Enciclopedia jurídica. Disponible en: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/código-teodosiano/código-teodosiano.htm> [Consulta: 10 de junio del 2015].
- Anon. *El día en que la comunidad gay resistió heroicamente... por primera vez*. 20 minutos. España: junio, 2008. Disponible en:

- <http://www.20minutos.es/noticia/393808/0/dia/orgullo/gay/> [Consulta: 20 de junio del 2015].
- Anon. *El Parlamento Europeo condena la ley lituana que prohíbe 'explicar' la homosexualidad*. Diario El País [Publicación en línea] Madrid: Septiembre, 2009. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2009/09/18/actualidad/1253224813_850215.html [Consulta: 26 de enero del 2015].
 - Anon. *El pionero documentarybook "Hacia una Primavera Rosa" se presentó en la 32 edición del LIBER de Barcelona*. Noticias URJC. Octubre, 2014. Disponible en: http://www.urjc.es/informacion/noticias_urjc/noticia_completa.php?ID=1193690 [Consulta: 10 de diciembre del 2014].
 - Anon. *Doce argumentos para decir no al matrimonio homosexual*. Forumlibertas.com. España: febrero, 2007. Disponible en: <http://www.forumlibertas.com/doce-argumentos-para-decir-no-al-matrimonio-homosexual/> [Consulta: 4 de febrero del 2016].
 - Anon. *Hace 10 años que empezó todo: el matrimonio gay en España*. Ragap.es. España: abril, 2015. Disponible en: <http://www.ragap.es/actualidad/espana/hace-10-anos-que-empezo-todo-el-matrimonio-gay-en-espana/990870> [Consulta: 7 de junio del 2015].
 - Anon. *Historia de la homosexualidad*. Fertilab. Disponible en: http://www.fertilab.net/ginecopedia/sexualidad/homosexualidad/historia_de_la_homosexualidad_1 [Consulta: 12 de mayo del 2015].
 - Anon. *Homosexualidad en la historia*. Ciencia Popular. Disponible en: <http://www.cienciapopular.com/biologia-y-fosiles/homosexualidad> [Consulta: 12 de mayo del 2015].

- Anon. *Iconos gay de ayer y hoy*. 20 minutos. España: julio, 2010. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/393808/0/dia/orgullo/gay/> [Consulta: 20 junio del 2015].
- Anon. *Insight*. MarketingDirecto.com. Disponible en: <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/insight-2/> [Consulta: 24 de mayo del 2016].
- Anon. *Las tácticas del Movimiento Homosexual*. Esposableesperanza.com. Diciembre, 2008. Disponible en: http://www.esposableesperanza.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=51:3cultura-pro-gay-y-estrategia-de-manipulacion&id=142:las-tacticas-del-movimiento-homosexual-&Itemid=28 [Consulta: 17 de junio del 2015].
- Anon. *LGBTQ Organizations Worl Wild*. International + LGBT, at the University of Michigan. Disponible en: <http://internationalspectrum.umich.edu/global/worldwideorgs> [Consulta: 10 de mayo del 2015].
- Anon. *LGBT slogans*. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/LGBT_slogans [Consulta: 26 de enero del 2015].
- Anon. *LGBT symbols*. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/LGBT_symbols [Consulta: 26 de enero del 2015].
- Anon. *List of LGBT rights organizations* (s.f.). Wikipedia. Disponible en: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_LGBT_rights_organizations [Consulta: 11 de mayo del 2015].

- Anon. *Medios de comunicación LGBT en los países de habla hispana*. Instituto Cervantes. Disponible en: http://manchester.cervantes.es/es/biblioteca_espanol/lgbt/lgbt_es_media.htm [Consulta: 26 de enero del 2015].

- Anon. *Polémica portada de revista "Time" luego de los desórdenes en Baltimore*. Emol.com. Santiago: abril, 2015. Disponible en: <http://www.emol.com/noticias/internacional/2015/04/30/714958/polemica-portada-por-revista-times-luego-de-los-desordenes-de-baltimore-estados-unidos-lo-que-ha-cambiado-y-lo-que-no.html> [Consulta: 17 de mayo del 2015].

- Anon. *Timeline of LGBT history*. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/Timeline_of_LGBT_history [Consulta: 26 de enero del 2015].

- Anon. *LGTB*. Wikipedia.com. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/LGBT#cite_note-Gay_Pride_Nee-2 [Consulta: 20 de junio del 2015].

- Anon. *Si te llaman 'maricón', denuncia*. El País [Publicación en línea]. España: septiembre, 2015. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/09/30/videos/1443606926_019453.html [Consulta: 4 de febrero del 2016].

- Anon. *Triángulo rosa invertido*. EcuRed. Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Triángulo_rosa_invertido [Consulta: 20 de junio del 2015].

- Antena3.com. *La situación de los derechos de los homosexuales y colectivo LGTB en el mundo*. Antena 3 [Publicación en línea]. España: mayo, 2015. Disponible en: <http://www.antena3.com/noticias/mundo/situacion-derechos->

- homosexuales-colectivo-lgtb-mundo_2015051700027.html [Consulta: 7 de junio del 2015].
- BARBANCHO, Javier. *España sí quiere el matrimonio homosexual*. El Mundo [Publicación en línea]. Madrid: octubre, 2015. Disponible en: <http://www.elmundo.es/sociedad/2015/10/09/56178f7246163fef508b4632.html> [Consulta: 4 de febrero del 2016].
 - BBC Mundo. *Irlanda, el primer país en aprobar el matrimonio gay por voto popular*. BBC.com. Mayo, 2015. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/05/150523_matrimonio_homosexual_irlanda_hr [Consulta: 5 de junio del 2015].
 - BERNARDO, Ángela. *Cuando las Ramblas quisieron ser Stonewall*. Hipertextual.com. España: junio, 2015. Disponible en: <http://hipertextual.com/2015/06/homosexualidad-en-espana-historia> [Consulta: 17 de noviembre del 2015].
 - BINDEL, Julie. *The truth behind America's most famous gay-hate murder*. The Guardian. Estados Unidos: octubre, 2014. Disponible en: <https://www.theguardian.com/world/2014/oct/26/the-truth-behind-americas-most-famous-gay-hate-murder-matthew-shepard> [Consulta: 26 de marzo del 2015].
 - BOSCO, Juan. *7+7 argumentos de homosexuales (a favor y en contra) de la imagen que proyecta el Orgullo Gay*. Lainformacion.com. España: julio, 2015. Disponible en: http://noticias.lainformacion.com/asuntos-sociales/7-7-argumentos-de-homosexuales-a-favor-y-en-contra-de-la-imagen-que-proyecta-el-orgullo-gay_lxikfiXPI1bpxbld6bVZS5/ [Consulta: 4 de febrero del 2016].
 - BRYSK, Alison. (2016) *Genre Violence and Human Rights*, [Seminario en la Universidad de Viena para el Máster en Desarrollo Internacional]. Abril.

- Byron. *Historia del Movimiento Gay*. Triángulo rosa [Blog en línea]. Junio, 2012. Disponible en: <http://byron-tringulorosa.blogspot.pt/2012/06/historia-del-movimiento-gay-ahora-que.html> [Consulta: 20 de junio del 2015].
- CADELL, Ian. *Taking Woodstock reveals gay past*. Straight.com. Agosto, 2009. Disponible en: <http://www.straight.com/movies/taking-woodstock-reveals-gay-past> [Consulta: 26 de enero del 2015].
- CARRETERO, Rodrigo. *Así han cambiado las marchas del Orgullo Gay en España desde 1977*. Huffington Post [Publicación en línea] España: julio, 2014. Disponible en: http://www.huffingtonpost.es/2014/07/05/historia-orgullo-gay-espana_n_5557231.html [Consulta: 7 de mayo del 2015].
- CASTAÑO, Pablo. *España, ese paraíso gay*. Eldiario.es. España: enero, 2015. Disponible en: http://www.eldiario.es/zonacritica/Espana-paraiso-homosexual_6_347575266.html [Consulta: 9 de marzo del 2016].
- Chueca. *La ONU vuelve a alertar de la impune persecución global al colectivo LGTB*. Chueca.com por Office of the High Commissioner for Human Rights. Junio, 2015. Disponible en: <http://www.chueca.com/articulo/la-onu-vuelve-a-alertar-sobre-la-impune-persecucion-de-lgtb-en-todo-el-mundo> [Consulta: 17 de mayo del 2015].
- Comunidad de marca. (2015). *Diccionario de Marketing y Publicidad*. Consultado el 20 de junio del 2015, de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/>
- D., Daniel. *Cataluña pone a sus alumnos en manos del lobby gay*. Infovaticana.com. España: octubre, 2014. Disponible en:

- <http://www.infovaticana.com/2014/10/09/cataluna-aprueba-una-ley-al-servicio-del-lobby-gay/> [Consulta: 7 de junio del 2015].
- DEL RÍO Sánchez, Olga (2009). *TIC, derechos humanos y desarrollo: nuevos escenarios de la comunicación social*. Universidad Autónoma de Barcelona (mayo), resumen. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/142472/194027> [Consulta: 18 de mayo del 2015].
 - Dr. ROCCO, Diana. *La homosexualidad a través de la historia (antigua)*. Lupa Protestante. [Blog internet] Agosto, 2010. Disponible en: <http://www.lupaprotestante.com/blog/la-homosexualidad-a-traves-de-la-historia-antigua/> [Consulta: 7 de abril del 2015].
 - El País. *Campaña "gay" en Cataluña contra las aportaciones económicas*. Diario el País: Archivos [Publicación en línea] Barcelona: junio, 1988. Disponible en: http://elpais.com/diario/1988/06/04/sociedad/581378410_850215.html [Consulta: 9 de junio del 2015].
 - FEGLTB (2008). *Historia del movimiento LGTB en España* [Documento PDF]. España. Disponible en: <https://www.felgtb.com/laculta/images/stories/historia-lgtb-espana.pdf> [Consulta: 6 de abril del 2015].
 - FELGBT (2009). *Memoria de actividad 2009* [Documento PDF]. España. Disponible en: <https://issuu.com/felgtb/docs/memoria09> [Consulta: 27 de noviembre del 2015].
 - Gay-friendly. (2015). English Dictionary Online. Consultado el 20 de junio del 2015, de <http://www.englishdictionaryonline.org/es/>

- GestioPolis.com Experto. *¿Qué es una marca?*. Abril, 2002. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/> [Consulta: 21 de junio del 2015].
- HERRERO-BRASAS, Juan (2001). *La sociedad gay: Una minoría invisible*. España: Edición Foca. Pág. 294
- JIMENEZ, Samuel. *Los peores lugares del mundo para ser gay*. Estrelladigital.com. Mayo, 2014. Disponible en: <http://www.estrelladigital.es/articulo/tema-estrella/homosexualidad-mundo/20140430180741194365.html> [Consulta: 18 de mayo del 2015].
- La Comuna. *La ley de Peligrosidad social y la represión franquista*. lacomunapresxsdelfranquismo.org. España: febrero, 2012. Disponible en: <http://www.lacomunapresxsdelfranquismo.org/2012/02/08/la-ley-de-peligrosidad-social-y-la-represion-franquista/> [Consulta: 7 de junio del 2015].
- La Culta. *Símbolos LGTB*. Felgtb.com. Disponible en: https://www.felgtb.com/laculta/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=33 [Consulta: 20 de junio del 2015].
- LAMBDA. *Conceptos básicos sobre el ser LGTB*. Lambdalegal.org. Disponible en: http://www.lambdalegal.org/sites/default/files/spa-vg_conceptosbausicos_final.pdf [Consulta: 10 de junio del 2015].
- MANRIQUE, Diego. *El titán gay de Woodstock*. Diario El País [Publicación en línea]. España: agosto, 2009 Disponible en: http://elpais.com/diario/2009/08/18/revistaverano/1250546405_850215.html [Consulta: 26 de enero del 2015].
- MATILLA, Kathy. 2009. *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Editorial UOC. Barcelona, España. Págs. 23-37

- MILLER, Tim. *Taking on the Antigay Censors*. The Advocate. Estados Unidos, 2000. Pág. 73

- Ministerio del Interior (2015). *Informe sobre Incidentes relacionados con los Delitos de Odio en España 2014*. [Documento PDF]. España. Disponible en: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/1643559/Estudio+Incidentes+Delitos+de+Odio+2014.pdf> [Consulta: 22 de febrero del 2016].

- Ministerio del Interior (2016). *Informe sobre Incidentes relacionados con los Delitos de Odio en España 2015*. [Documento PDF]. España. Disponible en: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/3066430/Informe+Delitos+de+Odio+2015.pdf> [Consulta: 22 de febrero del 2016].

- OLIVAS, Oswaldo. *5 marcas que apoyan a la comunidad LGTB*. Marca 2.0. Junio, 2014. Disponible en: <http://www.merca20.com/5-marcas-que-apoyan-a-la-comunidad-lgbt/> [Consulta: 20 de junio del 2015].

- PEREDA, Cristina. *Obama impulsa un programa para el avance de los jóvenes afroamericanos*. Diario El País [Publicación en línea]. EEUU: febrero, 2014. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2014/02/28/actualidad/1393547043_723025.html [Consulta: 17 de mayo del 2015].

- PETIT, Jordi. *Reflexiones de presente y futuro para el movimiento LGBT*. Disponible en: http://www.amicsgais.org/documents/Reflexiones_de_futuro-JP.pdf [Consulta: 10 de diciembre del 2014].

- PewResearch Center. *The Global Divide on Homosexuality*. PewGlobal.org. Junio, 2013. Disponible en:

- <http://www.pewglobal.org/2013/06/04/the-global-divide-on-homosexuality/> [Consulta: 18 de mayo del 2015].
- PORTALATÍN, Beatriz. *En cuestión de educación sexual, 'las aulas sin barrer'*. El Mundo [Versión online]. España: marzo, 2013. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2013/03/27/noticias/1364379693.html> [Consulta: 12 de noviembre del 2015].
 - PURI, Lakshmi. *Un objetivo mundial en materia de igualdad de género, derechos de las mujeres y empoderamiento de las mujeres*. Unwoman.org. Mayo, 2013. Disponible en: <http://www.unwomen.org/es/news/stories/2013/5/op-ed-a-global-goal-on-gender-equality-womens-rights-and-womens-empowerment#sthash.LOqH0Unh.dpuf> [Consulta: 17 de mayo del 2015].
 - RAGAP. "*Welcome to freedom*", la nueva campaña para promocionar el turismo gay en España. [Publicación en línea]. España: mayo, 2015. Disponible en: <http://www.ragap.es/actualidad/turismo/come-to-freedom-la-nueva-campana-para-promocionar-el-turismo-gay-de-espana/793894> [Consulta: 12 de mayo del 2016].
 - RICAURTE, Paola. *La Comunidad LGBT en los Medios*. Mediosfera Reflexiones acerca de los medios y la sociedad. [Blog internet] Septiembre, 2009. Disponible en: <https://mediosfera.wordpress.com/2009/09/24/la-comunidad-lgbt-en-los-medios/> [Consulta: 26 de enero del 2015].
 - SARKAR, Mónica y TORRES, Inez. *¿En qué países del mundo es legal el matrimonio de parejas del mismo sexo?*. CNN en Español [Publicación en línea]. Febrero, 2015. Disponible en: <http://cnnespanol.cnn.com/2015/02/10/en-que-paises-del-mundo-es-legal-el-matrimonio-de-parejas-del-mismo-sexo/> [Consulta: 7 de abril del 2015].

- SCHONFELD, Zach. *The Surprising History of the Phrase “God created Adam and Eve, not Adam and Steve*. Newsweek [Publicación en línea]. Estados Unidos: julio, 2015. Disponible en: <http://www.newsweek.com/2015/07/24/surprising-history-phrase-adam-and-eve-not-adam-and-steve-348164.html> [Consulta: diciembre 14 del 2016].

- SEVILLANO, Luis. *Brecha salarial entre hombres y mujeres*. Diario El Mundo [Publicación en línea]. España: marzo, 2015. Disponible en: <http://www.elmundo.es/grafico/economia/2015/03/08/54fb5bbeca4741c5048b456f.html> [18 de mayo del 2015].

- STEINER, Rudolf (1978). *La filosofía de la libertad*. Pág. 42 [Documento PDF]. España. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/205418196/Rudolf-Steiner-La-Filosofia-de-La-Libertad-pdf> [Consulta: 12 de mayo del 2016].

- STEPP, Jessica. *¿Cómo se representa la comunidad gay, lesbiana, bisexual y transexual en el cine y los programas de televisión que miramos?*. ambientejoven.org. Enero, 2015. Disponible en: <http://www.ambientejoven.org/temas/2007/elcine.htm> [Consulta: 26 de enero del 2015].

- TERKEL, Amanda. *Marriage equality in Germany “Not A Goal” for Angela Merkel*. The Huffington Post. Estados Unidos: mayo, 2015. Disponible en: http://www.huffingtonpost.com/2015/05/27/angela-merkel-marriage-equality_n_7454090.html [Consulta: 16 de diciembre del 2015].

- The Leadership Conference. *Stonewall Riots: The Beginning of the LGBT Movement*. Civilrights.org. Junio, 2009. Disponible en: <http://www.civilrights.org/archives/2009/06/449-stonewall.html#sthash.v2y0ZtVK.dpuf> [Consulta: 10 de mayo del 2015].

- The New York Times. *Discriminación y clima hostil en Rusia contra los homosexuales*. Diario El País [Publicación en línea]. Disponible en: <http://www.elpais.com.uy/mundo/discriminacion-clima-hostil-rusia-contra-homosexuales.html> [Consulta: 20 de mayo del 2015].

- Transgender Europe. *Día de conmemoración transTDOR 2014*. [transrespect-transphobia.org](http://www.transrespect-transphobia.org). Mayo, 2015. Disponible en: http://www.transrespect-transphobia.org/es_ES/tvt-project/tmm-results/tdor-2014.htm [Consulta: 19 de junio del 2015].

- UNDERWOOD, C.R. and HENDRIXON, Z. 2014. *Communication Intervention for Gender Equality and Social Equity in Aquatic Agricultural Systems: A review of the Literature*. Penang, Malaysia: CGIAR Research Program on Aquatic Agricultural Systems. Program Report: AAS-2014-36. Pág. 23

- VIDAL, Fernando. 2009. *Pan y Rosas. Fundamentos de exclusión social y empoderamiento*. Madrid, España: Fundación Foessa y Cáritas. Pág. 197-199

16. ANEXOS

ANEXO 1

FEDERACIÓN ESTATAL DE GAYS,
LESBIANAS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES

**F
E
L
T
B**
**G
L
B**

memoria

actividades

2009

¿Quiénes somos?



Misión

“Erradicar toda discriminación por orientación sexual e identidad de género, defender y promover la igualdad, dignidad y diversidad de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales (LGTB) e impulsar una sociedad más solidaria, mediante el desarrollo de actuaciones que mejoren sus condiciones de vida en todos los ámbitos y que fomenten su empoderamiento social y político, la sensibilización, la denuncia y la incidencia política e institucional.”

Visión

Ser el referente social y político del movimiento lésbico, gay, transexual y bisexual,

- **Fortaleciendo y ampliando el número de asociaciones que integran la FELGTB, y promoviendo la solidaridad entre ellas, para la consecución de sus objetivos de organización;**
- **Sensibilizando y educando a la sociedad para eliminar la discriminación y la lgtbofobia y lograr que reconozca como valor positivo la diversidad afectivosexual;**
- **Alcanzando un alto nivel de incidencia**

política en todo aquello que afecte a la comunidad LGTB;

- **Promoviendo un estado laico como garantía de la no discriminación, independientemente de las diferentes situaciones, condiciones u opciones personales;**
- **Actuando con independencia política, siempre de acuerdo a los intereses del colectivo LGTB;**

• **A través de una gestión profesionalizada de la Federación, que garantice eficiencia y eficacia en el uso de los recursos;**

• **Interviniendo con eficiencia en el ámbito internacional y de cooperación, para promover la garantía y extensión de derechos de LGTB en el mundo,**

• **Con financiación estable que garantice el logro de objetivos e independencia de actuación.**

• **Con un grupo de personas, empleados y voluntarios adecuado para cumplir nuestros objetivos, en un entorno que favorezca su realización personal y profesional;**

• **Con un enfoque de trabajo en red con todo tipo de entidades nacionales e internacionales, que contribuyan a la consecución de nuestra misión;**

• **Interviniendo en el ámbito educativo, académico y cultural del movimiento LGTB, como vía para la sensibilización y acercamiento de nuestra realidad a la sociedad**

• **Trabajar con especial dedicación en aquellos colectivos que sufran múltiples discriminaciones: personas transexuales,**

lesbianas, personas que viven con VIH, mayores, bisexuales, personas con diversidad funcional.

- **Prevención del VIH, ITS y otros temas de salud integral**
- **Promover la reconstrucción de la memoria histórica LGTB”**

Acciones

1. **Incidencia política: para influir en las decisiones políticas que afectan al ejercicio de los derechos del colectivo LGTB.**

2. **Denuncia: de situaciones donde exista una vulneración de los derechos del colectivo LGTB, o por extensión en un ámbito más amplio, vulneración de derechos humanos.**

3. **Sensibilización: destinadas al conocimiento de la realidad LGTB, en la sociedad en general y también dentro del colectivo.**

4. **Trabajo social: programas en los que se presta un servicio de apoyo social proveyendo información y ayudando en la gestión de ayudas para las usuarias/os.**

5. **Formación: básicamente dirigido a personas de las asociaciones pertenecientes a la FELGTB, aunque no exclusivamente, y orientado a temas sobre la realidad LGTB desde diferentes perspectivas.**

6. **Investigación y estudios: sobre la realidad LGTB, que fundamenten sólidamente las actuaciones citadas anteriormente.**

Asociaciones de la FELGTB



...Y A TI QUÉ?

Mendoza con Simón, 3. 51001 Ceuta
Contacto: 956 524 542 / yatique@felgtb.org

ABLESGAY

Rosario, 6, 2 pta. 6.7 Edificio Toscana. 02001 Albacete
Contacto: 650 280 664 / ablesgay@felgtb.org
Web: www.albacetelesgay.es

ACATHI

Associació Catalana per a la Integració d'LGTB Immigrants
Violant d'Hongria 156, baixos
Contacto: 932 980 029 / acathi@felgtb.org / acathi@acathi.org
Web: www.acathi.org

ACGIL

Associació cristiana de gais i lesbianes
Verdaguer i Callís, 10. 08003 Barcelona
Contacto: 933 195 550 / acgil@felgtb.org / info@acgil.org
Web: www.acgil.org

AET-TRANSEXUALIA

Asociación Española de Personas Transexuales e Intersexuales
Barquillo, 44, 2º-Izq. 28004 Madrid
Contacto: 616 601 510 / transexualia@felgtb.org
Web: www.transexualia.org

ALEGA

Rampa de Sotileza, 8, entlo .izq, oficina 1. 39002 Santander
Contacto: 942 214 049 / alega@felgtb.org
Web: www.alega.org

ALEGAVA

Contacto: alegava@felgtb.org

ALGARABÍA

Heliodoro Rodrigo Glez. 10, local izq. 38005 Santa Cruz de Tenerife
Contacto: 638 790 420 / algarabia@felgtb.org - algarabia@algarabiatfe.org
Web: www.algarabiatfe.org

ALTIHAY

María Estrada, 3. 35613 Puerto del Rosario
Contacto: 928 859 358 / altihay@felgtb.org
Web: www.altihay.org

AMLEGA MELILLA

Contacto: 670 051 598 / amlega@felgtb.org
Web: www.amlega.es.kz

ARCADIA CÁDIZ

Cervantes, 19. 11003 Cádiz
Contacto: 956 212 200 / arcadia@felgtb.org
arcadia.cadiz@hotmail.com
Web: www.redasociativa.org/arcadia

ARCOIRIS

Cantó de Castàlia, 5, 5D. 12006 Castellón
Contacto: arcoiris@felgtb.org / arco.iris.cs@hotmail.com
Web: http://colectivoarcoiris.blogspot.com

ARCÓPOLI UPM-UCM

E.T.S. Arquitectura de Madrid, Avda. Juan de Herrera, 4. 28040 Madrid
Contacto: arcopoli@felgtb.org - buzonarcopoli@yahoo.es
Web: www.arcopoli.org

ATA

Asociación de Transexuales de Andalucía-Sylvia Rivera
Sierpes, 11, local 13. 41004 Sevilla
Contacto: 622 604 458 / ata@felgtb.org
Web: www.atandalucia.blogspot.com

BENAMICS

Conquistador, 2, ppal. 07001 Palma de Mallorca
Contacto: 971 715 670 / benamics@felgtb.org / benamics@benamics.com
Web: www.benamics.com

BOLO-BOLO

Centro Cívico de Palomarejo. Plaza de Aquisgrán, s/n. 45005 Toledo
Contacto: 925 258 090 / bolobolo@felgtb.org / info@bolobolo.es
Web: www.bolobolo.es

CARACOL

Asociación VIH/sida
Bajos de Toralín, local 8. 24400 Ponferrada
Contacto: 987 414 349/caracol@felgtb.org
Web: www.caracolsida.org

CGLI

Madrid, 52, bajo. 07800 Ibiza
Contacto: 971 192 421 / cgli@felgtb.org

CLGS

Col·lectiu de Lesbianes i Gais de La Safor
Santa Clara, 7. 46701 Gandía
Contacto: 962 876 816 / clgs@felgtb.org - info@clgs.es
Web: www.clgs.es

COGAM

Puebla, 9. 28004 Madrid
Contacto: 915 224 517 / cogam@felgtb.org - correo@cogam.es
Web: www.cogam.org

COL•LECTIU LAMBDA

Vivons, 26, baix. 46006. Valencia
Contacto: 963 342 191 / info@lambdavalencia.org - info@lambdavalencia.org
Web: www.lambdavalencia.org

COLEGA CADIZ

Encarnación, 5, bajo. 11003 Cádiz
Contacto: 956 077 576 / colegacadiz@felgtb.org

CRISMHOM

Cristinas y cristianos de Madrid homosexuales

Apartado de correos 3427. 28080. Madrid
Contacto: 647 879 188 / crismhom@felgtb.org
Web: www.crismmhom.org

DECIDE-T

Labradores, 14, 3ª. 03002 Alicante
Contacto: 630 003 219 / decidet@felgtb.org -
info@decidet.org
Web: www.decidet.org

DEFRENTE

Aniceto Sáez, 1. 43001 Sevilla
Contacto: 955 510 248 / defrente@felgtb.org
Web: www.defrente.org

DISCAPACITADOS GAYS BARCELONA

Contacto: discapgays@felgtb.org
Web: www.discapacitados-gay.org

DIVERSIDAD LEÓN

Contacto: 665 805 591 / diversidadleon@felgtb.org

EX PRESOS SOCIALES

Valencia, 3-3-11. 46950. Xirivella. Valencia
Contacto: ex-presos@felgtb.org
Web: expresos-sociales.blogspot.com

EXTREMADURA ENTIENDE

Contacto: extremaduraentiende@felgtb.org /
entremaduraentiende@gmail.com

GAG

Grup d'Amics Gais
Gran de Sant Andreu, 111. 08030 Barcelona
Contacto: 900 601 601 / gag@felgtb.org /
amicsgais@yahoo.es
Web: www.amicsgais.org

GAIS POSITIUS

Associació de i per a gais seropositius
Violant d'Hongria, 156 baixos. 08014 Barcelona
Contacto: 932 980 642 / gaispositius@felgtb.org /
gaispositius@gaispositius.org
Web: www.gaispositius.org

GALEHI

Asociación de gays y lesbianas con hij@s
Contacto: 676 229 659 / galehi@felgtb.org
Web: www.galehi.org

GAMÁ

Colectivo LGTB de Canarias
Pº Tomás Morales, 8, bajo. 35003 Las Palmas de GC
Contacto: 928 433 427 / gama@felgtb.org - gama@
colectivogama.com
Web: www.colectivogama.com

GEHITU

Arrasate, 51, 3º dcha. 20005. Donosti
Contacto: 943 468 516 / gehitu@felgtb.org - info@
gehitu.net
Web: www.gehitu.net

GALACTYCO

Asociación de LGTB Activistas de Cartagena y su
Comarca
Contacto: galactico@felgtb.org

GYLDA

Centro Arcoiris. Huesca, 61, bajo. 26005 Logroño
Contacto: 941 226 762 / gylda@felgtb.org
Web: www.gylda.org

HALEGATOS

Club Deportivo LGTB de Madrid
Contacto: 628 716 913 / halegatos@felgtb.org
Web: www.halegatos.com

IGUALES

Gran Vía, 79-81. 37001 Salamanca
Contacto: 629 379 167 / iguales@felgtb.org
Web: www.iguales.tk

IGUALES USAL, UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Gran Vía, 79-81. 37001 Salamanca
Contacto: 629 379 167 / igualesusal@felgtb.org

JERELESGAY

Tío Juane, 3-4. 11401 Jerez de la Frontera
Contacto: 696 917 832 / jerelesgay@felgtb.org
Web: www.jerelesgay.org

LÁNZATE

Vizcaya, 6, bajo. 35500 Arrecife
Contacto: 928 816 016 / lanzate@felgtb.org -
info@lanzate Lanzarote.es
Web: www.lanzate Lanzarote.org

LESGÁVILA

La Casa de las Ideas. CC El Boulevard. Avda. Juan
Carlos, I, 45, laboratorio 4. 05071. Ávila
Contacto: 644 219 733 / lesgavila@felgtb.org
Web: www.lesgavila.org

MAGENTA

Corona de Aragón 42 Casa del Estudiante, Local
e.d.u. 50009 Zaragoza
Contacto: 976 700 215 Ext109/magenta@felgtb.org

MILHOMES

Ángel del Castillo, 27, 5º izq. 15007 A Coruña
Contacto: 650 485 032 / milhome@felgtb.org

NO TE PRIVES

Plaza Yesqueros, 5. 30005 Murcia
Contacto: 968 274 589 - 665 287 370 /
noteprives@felgtb.org
Web: www.noteprives.es

NOS GRANADA

Lavadero de las Tablas, 15, bajo. 18002 Granada
Contacto: 958 200 602 / nos@felgtb.org
Web: www.asociacionnos.org

NOS MESMAS

Pontevedra
Contacto: 685 475 622 / nosmesmas@felgtb.org
Web: http://nosmesmas.forogratias.es

OJALÁ

Cruz Verde, 16, bajo. 29013 Málaga
Contacto: 952 652 547 / ojala@felgtb.org
Web: www.ojalamalaga.es

ORLANDOCEM

Contacto: 951 116 169 / orlando@felgtb.org
Web: www.orlandocem.org

PECAMINATA

Avda. Libertad, 10, 2º-A. 30009 Murcia
Tel.: 968 205 200 / pecaminata@felgtb.org

PLATAFORMA DE ACTIVISTAS SIN VERGÜENZA

Robrenyo, 49, entl. 4. 08014 Barcelona
Contacto: pasinver@felgtb.org
Web: www.activistes.info

RQTR

Universidad Complutense. Fac.CC. Políticas y
Sociología. 28223 Pozuelo de Alarcón. Madrid.
Contacto: 913 942 828 / rqtr@felgtb.org
Web: www.rqtr.org

SEGOENTIENDE

Colectivo LGTB de Segovia
Contacto: segoentiende@felgtb.org

SIN VERGÜENZA

Contacto: sinverguenza@felgtb.org
Web: www.sinver.org

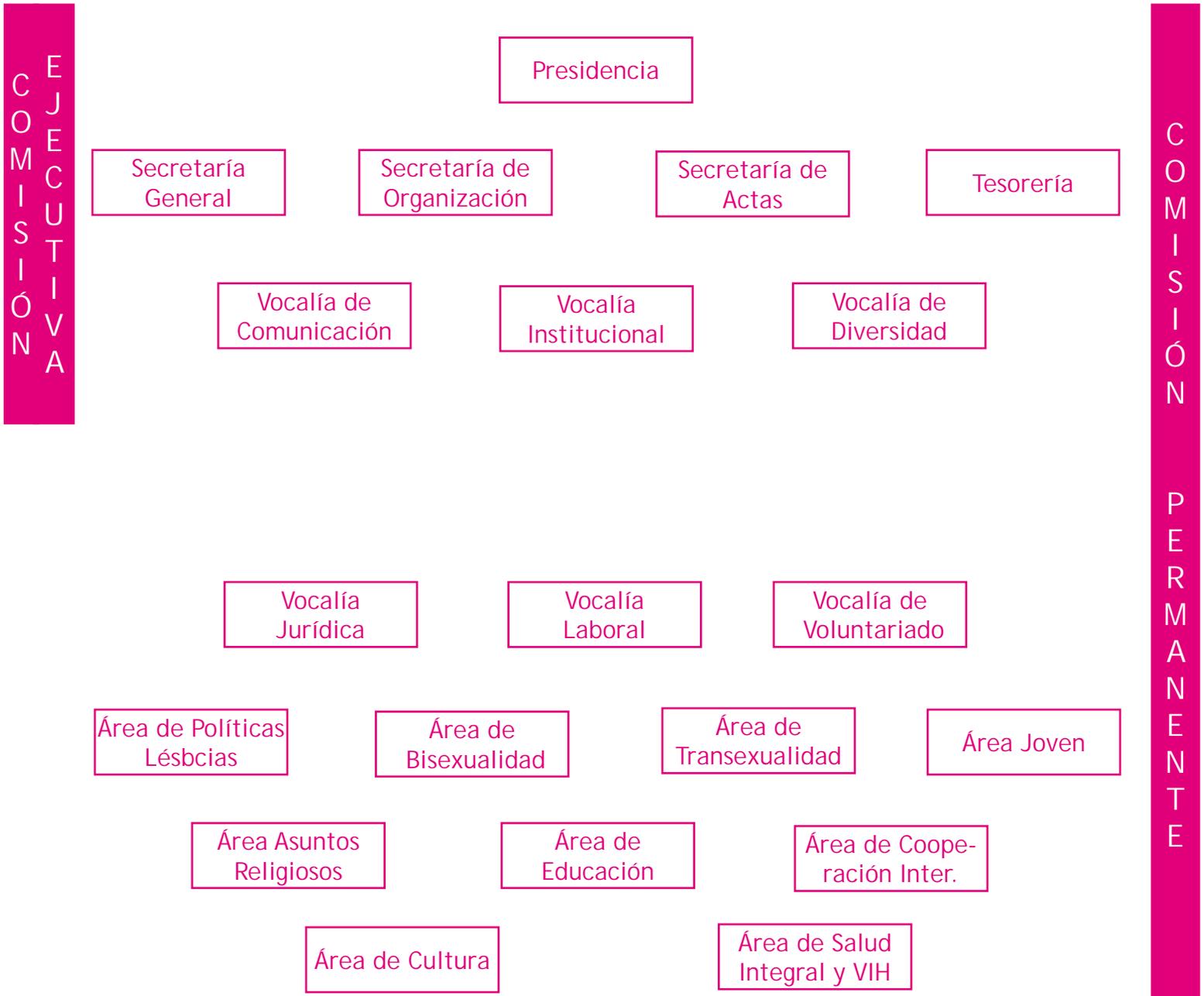
XEGA

Gascona, 12, 3. 33001 Oviedo
Contacto: 985 224 029 / xega@felgtb.org
Web: www.xega.org

XEGA XOVEN

Gascona, 12, 3. 33001 Oviedo
Contacto: 985 224 029 / xegaxoven@felgtb.org

¿Cómo nos estructuramos?



Comisión Ejecutiva

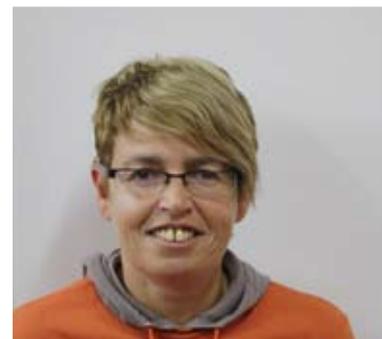


Presidencia: Antonio Poveda
presidencia@felgtb.org

Activista histórico LGTB y militante sindical durante años, fue Coordinador General del Col•lectiu Lambda y actualmente es vocal de la ejecutiva de la Coordinadora Estatal de VIH/sida (CESIDA), actividad que compagina con la Presidencia de la Federación desde que fue elegido por primera vez en el IV Congreso de la FELGTB, en 2007.

Secretaría General: Desireé Chacón
sec.general@felgtb.org

Chacón, abogada, canaria, una de las coordinadoras históricas del Orgullo LGTB, impulsora de iniciativas del alcance de la fiesta de lesbianas Rave de las Superpernas, es desde el V Congreso Secretaria General de la Federación. Anteriormente ha ocupado el puesto de tesorera y de presidenta del colectivo Altihay de Fuerteventura.



Secretaría de Organización: Arnaldo Gancedo
sec.organizacion@felgtb.org

Histórico militante LGTB, ex presidente de COGAM, co fundador de Berkana, actualmente regenta un hostel orientado al público LGTB. Gancedo es uno de los organizadores pioneros del Orgullo, y antes de ser Secretario de Organización ocupó el puesto de vocal de Voluntariado y Formación en la Comisión Ejecutiva de la FELGTB



Tesorería: Miguel Ramos
tesoreria@felgtb.org

Zaragozano de nacimiento y británico de espíritu, presidente del Club deportivo Halegatos e ingeniero informático, trabaja principalmente por la visibilidad del colectivo LGTB en el deporte y es uno de los organizadores del evento deportivo de los Juegos del Sol en Madrid. Como tesorero de la FELGTB se ha propuesto conseguir nuevas fuentes de financiación privada.



Secretaría de Actas: Elena Llanes
actas@felgtb.org

Bióloga Inmunóloga, inició su andadura activista en el movimiento LGTB en 1997, en la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente compagina su labor como Secretaria de Actas con la Vocalía de Grupos y Diversidad en la Junta Directiva de COGAM.



Vocalía de Diversidad: Luisa Notario
diversidad@felgtb.org

En el V Congreso asume esta Vocalía la que fue la primer mujer al frente del Col·lectiu Lambda de Valencia, responsabilidad que ostentó desde 2005 a enero de 2009. En julio de 2006 denunció públicamente la exclusión de la diversidad familiar en el V Encuentro mundial de las familias casándose con su mujer en el momento que el Papa Benedicto XVI ofrecía la misa.

Vocalía de Comunicación: Ignacio Paredero
comunicacion@felgtb.org

Salmantino, ex presidente de Iguales, licenciado en Derecho y estudiante de Sociología, Secretario de Organización de UNE, Ignacio Paredero trabaja principalmente en la red para la FELGTB y desde su fundación preside la Federación Castellana y Leonesa de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales.



Vocalía de Relaciones Institucionales: Boti García Rodrigo
institucionales@felgtb.org

Madrileña, Licenciada en Filosofía y Letras fue profesora y actualmente es funcionaria pública. Activista tardía pero entusiasta, ocupó cargos en la Junta Directiva de COGAM, llegando presidenta del colectivo. Izquierda Unida la lleva en sus listas en 2004 y 2008, siendo la primera lesbiana representante de un colectivo LGTB que ocupó una candidatura para el Congreso de los Diputados.

Vocalías

Vocalía de Relaciones Institucionales

La Vocalía de Relaciones Institucionales nace para apoyar la labor de la Presidencia en lo referente al trabajo de relaciones con sindicatos, partidos políticos y otras personas con representación institucional, así como acudir a aquellos actos y actividades en representación de la Federación acompañando al Presidente o cuando éste no pueda acudir.

A lo largo del año 2009, Año de la Diversidad Afectivo Sexual en la Educación, la vocalía se ha integrado en todas las reuniones, acciones y tareas que el Área de Educación ha ido diseñando y llevando a cabo para el desarrollo y el cumplimiento de los objetivos fijados en el Año de la Educación.

Se puede destacar, entre otras actividades, la visita realizada el 29 de abril al Defensor del Pueblo, junto con el Presidente y el Coordinador de Educación, la presencia el 1º de mayo en la Manifestación del Día del Trabajo, junto al Presidente y el responsable de la Vocalía Laboral; o la preparación, coordinación y organización de los actos del día 17 de Mayo.

Entre el 10 y 17 de mayo, la vocal realizó una visita a San José de Costa Rica, invitada expresamente por el Centro Cultural de España en dicho

país, durante la cual impartió una serie de charlas y conferencias relacionadas con el papel de la FELGTB en los logros del activismo lgtb español de los últimos años; mantuvo también una serie de reuniones con principales representantes políticos del país, concretamente con los candidatos de centro izquierda a las elecciones presidenciales que tendrán lugar en 2010; intervino con una charla en la Asamblea Legislativa y mantuvo varias reuniones y talleres con representantes del movimiento lbtb costarricense así como con representantes de los sindicatos.

En las primeras semanas de mayo, la actividad se centró principalmente en establecer contactos con las personas que encabezaban las candidaturas a las Europeas, realizándose una exhaustiva labor conjuntamente con el presidente, el coordinador de Exteriores y la responsable de prensa. Pasadas las elecciones,

se diversificó el trabajo: el 20 de junio, se realizó un acto conjuntamente con COGAM en homenaje a García Lorca.

El 24 de junio, se concertó una reunión con Fernández-Toxo, nuevo coordinador general de CCOO, a la que asisten también el secretario de organización de CCOO, así como las responsables confederales de juventud y de Política social, centrando la conversación también en el Año de la Educación.

Por supuesto durante el mes de junio se intensifica el trabajo de cara a la Manifestación Estatal del Orgullo, el Orgullo Ciudadano, y este año la vocal acudió a Málaga donde Ojalá le entregó uno de sus Premios del Orgullo, y a Segovia, donde participó en la manifestación organizada por SeGoEntiende.

Entre los convenios firmados destaca el rubricado con CEAPA, la Confederación Estatal de AMPAS, cuya firma se concreta el 8 de octubre en un acto conjunto.

Otra reunión importante fue la realizada con la Subdirectora de Defensa en el Ministerio para discutir los protocolos discriminatorios que llevaron al desalojo del viudo de un guardia civil. Asimismo se ha trabajado con el Ministerio de Igualdad para proponerle actuaciones durante la Presidencia española del Consejo de la UE.



Reunión con CCOO con motivo del Año de la Educación

Vocalía de Diversidad

La identidad de las personas LGTB está conformada por múltiples variables donde interviene no sólo la orientación sexual, sino otras como el género, la etnia o incluso el lugar de residencia.

La vocalía de Diversidad es la responsable de trabajar esas otras realidades no representadas específicamente en áreas como es el caso de las personas mayores, inmigrantes, de etnia gitana, y con diversidad funcional, entre otras. Además, se trabaja intensamente por el reconocimiento y el avance social y legal de las distintas estructuras familiares que conformamos las personas LGTB.

El objetivo de esta vocalía es observar, conocer, valorar y visibilizar las distintas necesidades e intereses que tienen estas personas para hacer públicas sus reivindicaciones con la finalidad de avanzar en los derechos y la consecución de la igualdad plena de nuestro colectivo, siendo la voz de esas realidades menos representadas en nuestras entidades y convirtiéndose en una herramienta de apoyo, asesoramiento y formación para su inclusión en las mismas.

En los meses transcurridos desde la celebración del V congreso, dos ejes principales han marcado la estrategia de trabajo de la vocalía. Por un lado, el contacto con las entidades para conocer y evaluar la inclusión de las distintas variables identitarias y sus necesidades al respecto. Y por otro lado, la visibilización de nuestra realidad familiar, el seguimien-

to y la evaluación de las demandas y los derechos que tienen que ver con las familias homoparentales, y el análisis de los retos pendientes para articular con mayor firmeza nuestras reivindicaciones de cara a las instituciones. El objetivo de futuro es que nuestras familias puedan encontrarse con otros modelos de familia en todos los ámbitos sociales en los que intervienen y participan desde la igualdad y sin armarios impuestos. La formación de nuestras entidades es imprescindible para establecer un discurso unificado y con coherencia y con esa intención se ha participado en talleres y charlas en aquellas asociaciones que me lo han solicitado.



Otra situación que viven las familias LGTB es la necesidad de información específica y relevante acerca de muchas cuestiones relacionadas con la pareja y la convivencia familiar, las relaciones con y entre sus hijos e hijas, derechos y deberes, formas de acceder a la maternidad y la paternidad, etc.

El Servicio de Orientación y Apoyo a Familias LGTB de la FELGTB trata de dar herramientas y recursos para que estas familias logren superar el aislamiento social al que tradicionalmente se han visto expuestas y consigan movilizar el apoyo

socio-familiar y hacer frente a los retos presentes y futuros. Durante el año 2009, el quinto desde que se comenzó con este servicio, se han atendido 236 consultas.

Cabe destacar la celebración bienal de los Encuentros Estatales de familias homoparentales de la FELGTB organizadas en esta ocasión por la asociación GALEHI. Al encuentro asistieron más de 300 personas y sirvió para debatir y compartir las distintas situaciones que afectan a las familias homoparentales, el análisis de sus necesidades y recursos para establecer las estrategias con el objetivo de seguir enfrentándonos a los retos de futuro pendientes. Además nuestros hijos e hijas compartieron emociones y diversiones.



Momentos del Encuentro de Familias

La participación en prensa ha sido continuada, no sólo en días puntuales como el día de las personas mayores, las familias, las personas sordas o el pueblo gitano, sino también cuando los medios han solicitado nuestras intervenciones y opiniones así como cuando alguna de estas realidades ha sido noticia.

Vocalía de Comunicación

La vocalía de comunicación se centra en dinamizar la comunicación interna y externa de la FELGTB, con especial énfasis en los aspectos relacionados con internet, como son la página web, la gestión de los correos electrónicos, listas de correo, vídeos, blogs, msn, skype, redes sociales, recopilación y envío de noticias, gestión de anuncios en la web, gestión de altas y bajas de usuarios, diseño web, consejería en nuevas tecnologías etc.

La vocalía sirve, asimismo, de apoyo habitual en la redacción y envío de notas de prensa y la realización de actividades de marketing ad hoc, como pueden ser la realización de vídeos, la organización de concentraciones, cenas o cualquier otro tipo de evento. También entra a cargo de sus funciones el proporcionar asistencia técnica a las personas que tengan problemas con las herramientas informáticas. Es también responsable de la base de datos interna de miembros de la permanente y, junto con la técnica, se ocupa de mantener y ampliar la base de datos de contactos con los medios de la FELGTB.

Las actividades de la vocalía en 2009 fueron las siguientes:

*Puesta en marcha de la nueva página web

En 2009 se presentó la nueva página web de la FELGTB, diseñada desde la Vocalía de Comunicación y desarrollada por una empresa externa. Esta nueva web pretende actualizar la FELGTB al entorno 2.0

*Propuestas de mejora de imagen y Mkg

Desde la vocalía de comunicación se han realizado diversas propuestas en el ánimo de mejorar la imagen corporativa de la FELGTB.

*Asistencia Técnica a las entidades

Desde la Vocalía de comunicación se proporciona asistencia técnica a las entidades en el uso de los servicios informáticos de la FELGTB, así como asistencia técnica en la realización de actividades de la propia FELGTB.

*Curso de formación en TIC

El área de salud organizó unas jornadas sobre nuevas tecnologías en la prevención del VIH, con César Calderón y el Vocal de comunicación como ponentes, en el que se impartió formación sobre TIC a las entidades asistentes.

*Informe Matrimonio en igualdad 2009

La vocalía de Comunicación realiza un seguimiento de los datos de matrimonios entre personas del mismo sexo en España. Con esos datos, aproximadamente en junio realiza un análisis de la evolución

de los mismos y emite un informe al respecto, que se envía como nota de prensa a los medios.

*Tareas de publicidad y maquetación

Bajo demanda se han realizado banners, gifs animados, maquetación de proyectos, realización de logos o de retoque gráfico etc

*Notas de prensa

La vocalía de comunicación, en coordinación con presidencia, secretaria general, la responsable de prensa y diversas áreas redacta y envía notas de prensa.

*Resumen de noticias LGTB

Es responsabilidad de la vocalía de comunicación revisar la prensa todos los días por si hubiese noticias reseñables, que merezcan acción o respuesta por parte de la FELGTB. Una vez revisadas las noticias, se compone un boletín, diario, que se envía a listanoticias@felgt.org una lista con más de 800 usuarios que reciben nuestro resumen de prensa.





Ximo Cádiz Ródenas, técnico de juventud del Ayuntamiento de Mislata, ha sido delegado sindical y ahora desde el V Congreso de la FELGTB se ocupa de la Vocalía de Diversidad Sexual y Ámbito Laboral.

La FELGTB ha marcado como uno de sus objetivos estratégicos tras sus últimos Congresos la lucha contra la homofobia, la transfobia y la bifobia en el trabajo. El ámbito laboral es un espacio de socialización fundamental en la vida de las personas, el tiempo de trabajo es, por su cotidianidad y por su proximidad, una clave vital para visibilizar, para hacer patente la igualdad, la dignidad de las lesbianas, gays, transexuales y bisexuales. Un ejemplo de esto es que nadie ocultará ante los compañeros/as comentarios o actitudes que nos identifique como heterosexuales, sin embargo sí existe temor o dudas a hacerlo en el caso de que ello pueda dar indicios sobre la homosexualidad, bisexualidad o la transexualidad. Y la opción de ocultar la afectividad o

“Nuestro reto: conquistar nuestra dignidad, nuestra visibilidad”

sexualidad, el modelo de convivencia, la pareja (matrimonio o unión de hecho) conlleva, automáticamente no poder acceder a los derechos y beneficios reconocidos en el Estatuto de los trabajadores y los convenios correspondientes. Las históricas reformas legales de estos últimos años eran imprescindibles pero no suficientes. Tras la igualdad legal ha de llegar la igualdad real, la de cada día. De ese día a día el ámbito laboral representa una buena parte. Nuestro reto: conquistar nuestra dignidad, nuestra visibilidad también en esos espacios.

En estos momentos nuestra Federación mantiene unas especiales y cordiales relaciones con los sindicatos de trabajadores más representativos. También son muchas las asociaciones de la Federación que tienen una dinámica estable y fructífera de cooperación con sindicatos, tanto con las confederaciones como son alguna federación sectorial.

No obstante la temática laboral es aún incipiente en las asociaciones de la Federación y la primera tarea será consolidar una línea de trabajo federal y, progresivamente, extenderla a las entidades que conforman la FELGTB.

Entre los objetivos de esta Vocalía están, principalmente, estimular el respeto hacia la diversidad por motivo de orientación o identidad sexual o VIH-sida

en el ámbito laboral; y sensibilizar a los agentes sociales del mundo del trabajo, sindicatos y asociaciones empresariales, sobre la necesidad de combatir la discriminación por orientación o identidad sexual o VIH-sida en el ámbito laboral.

2009 se ha centrado en la recolección de documentación (estudios, legislación, propuestas, campañas, experiencias...)



que aborda la discriminación por orientación o identidad sexual o VIH-sida en el ámbito laboral, tanto en el ámbito español como internacional, la elaboración de materiales que han tomado forma en el Dossier de autoaprendizaje para facilitar la formación sobre estos asuntos en las aso-

ciaciones de la FELGTB y también en los sindicatos. El Dossier se complementa con una guía virtual con más contenidos, noticias, legislación, sentencias... que se actualiza puntualmente. Además, se ha analizado el trabajo que realizan el conjunto de las entidades de la FELGTB en esta materia partiendo de un cuestionario enviado a las entidades.

Actuaciones en 2010

- Colaborar con los sindicatos para desarrollar acciones de sensibilización entre sus representantes y cuadros así como intervenir en los programas de formación de los mismos, revisando e incorporando transversalmente a las acciones y materiales de formación sindical la lucha contra la discriminación laboral del colectivo LGTB.

- Plantear un catálogo de indicaciones a introducir en la negociación colectiva para abordar la diversidad sexual en los convenios laborales (la conciliación de vida familiar y laboral, los permisos, las prestaciones sociales, sanitarias... contemplando la realidad de las parejas de hecho; estableciendo en su régimen disciplinario referencias claras a las faltas de respeto, insultos o agresiones relacionadas con la orientación sexual o la identidad de género o haciendo declaraciones de principios que defiendan la no discriminación en el ámbito de la empresa)

- Establecer una línea de diálogo y colaboración con las asociaciones empresariales para desarrollar acciones de sensibilización

- Preparar a las asociaciones de la FELGTB para trabajar sobre todo aquello relacionado con la homofobia y la transfobia y VIH-sida en el ámbito laboral y favorecer la colaboración con los sindicatos

- Elaborar un documento de referencia sobre los compromisos que una empresa ha de adoptar si pretende incorporar el respeto a la diversidad sexual a su definición corporativa.

Vocalía Jurídica
juridica@felgtb.org



Martín Berenguer es ex coordinador del Área de Transexuales, y extesorero. Este canario es licenciado en Derecho y funcionario de la Administración de Justicia, así como miembro de Gamá (Gran Canaria)

Esta vocalía se ha creado en el último Congreso por dos razones principalmente: La FELGTB ha crecido, se han incorporado más y más asociaciones que trabajan en realidades sociales como VIH, personas trans, emigrantes, familias o discapacitados que no siempre encuentran fácil acomodo con unas normas jurídicas que, a nivel local, autonómico o



Con el parlamentario Ioseba Eceolaza (Nafarroa Bai) en el Parlamento navarro

incluso estatal, han sido elaboradas por técnicos y políticos ajenos, no siempre de forma deliberada, a la diversidad de la realidad LGTB.

Por otro lado, la FELGTB tiene entre sus objetivos la lucha política por la igualdad real de las personas LGTB, y como demuestra la experiencia diaria (y las consultas que nos llegan), ésta no es posible sin la eliminación de numerosos obstáculos administrativos y legales en aspectos cruciales como inscripción de hijos e hijas en el registro civil, permisos laborales o duplicados de títulos académicos en los casos de personas trans. Es un trabajo complejo, que va más allá de buscar la solución de casos concretos, pues las posibilidades de arreglo de la situación que nos da el ordenamiento jurídico son mínimas.

“La igualdad no es posible sin eliminar los obstáculos administrativos y legales”

La Vocalía Jurídica ha de centrarse en la búsqueda de soluciones que puedan servir a todos y todas: si queremos que las campañas y eventos que realizamos tengan una repercusión en el conjunto de la sociedad más duradera que el simple titular o la foto, es básico que nuestros derechos se vean adecuadamente reflejados en esas normas jurídicas. Y al igual que esas normas no se han hecho en dos días, tampoco se puede improvisar en materia de derechos; lo que se haga en este sentido desde la FELGTB tiene que ser meditado, reposado y encajado en el ordenamiento jurídico, sin perder de vista la transversalidad que ha de caracterizar, conforme a nuestros Estatutos, la

labor de la Comisión Ejecutiva, la Comisión Permanente o los Coordinadores de Áreas.

En este sentido, el trabajo a desarrollar desde la Vocalía no es sólo asesorar en el aspecto técnico-jurídico a los órganos y personas que he mencionado. Parte de la tarea que hay por delante -necesaria, sin duda- es la elaboración de propuestas concretas para leyes y reglamentos (concepto éste que incluye, por poner un ejemplo, decretos y reales decretos), así como de guías prácticas en asuntos determinados, los más frecuentemente consultados por las entidades, y que por norma general nos a través de la Coordinación del Área o Vocalía correspondiente (Diversidad, Trans, Educación, Asuntos Religiosos, etc).

Hasta la fecha, dada su reciente creación, la Vocalía se encuentra en plena fase de estructuración de sus ejes de actuación; aún así, se han redactado propuestas concretas para incluir la realidad LGTB en la Ley Orgánica sobre Salud Sexual y Reproductiva -actualmente en tramitación parlamentaria-, y sobre todo, de cara al año 2010 y al año temático, la elaboración de los borradores de las Leyes integrales para la no discriminación por motivos de identidad de género que estamos impulsando en varias CC.AA, empezando por la Ley Foral de no discriminación por motivos de identidad de género y de reconocimiento de los derechos de las personas transexuales, aprobada en noviembre de 2009 por el Parlamento navarro (cuya tramitación se inició durante mi anterior etapa como coordinador del Área Trans), y que entrará en vigor el 28 de febrero de 2010.

Vocalía de Formación y Voluntariado

Desde la Vocalía de Formación, encabezada desde el V Congreso de la FELGTB por la sevillana procedente de la Asociación de Transexuales de Andalucía Josefa Suárez, se organizan y coordinan las actividades orientadas a formar y dotar de una mejor capacitación a nuestro voluntariado, con la ayuda para la gestión de las actividades formativas de la oficina técnica de la FELGTB.

No podemos olvidar que son los voluntarios y voluntarias quienes sacan adelante las asociaciones con su trabajo y dedicación diarios.

La mejor manera de facilitar su labor es proporcionándoles herramientas y aportando conocimientos tanto teóricos como prácticos a través de cursos de formación que permiten, mediante una metodología de aprendizaje grupal, analizar y mejorar la gestión de nuestro movimiento y compartir ideas y estrategias en cuanto a las líneas de trabajo.

Para facilitar la difusión de las actividades de Voluntariado y Formación se está trabajando en habilitar un espacio en la página de la Federación donde informar sobre los diferentes cursos y actividades de voluntariado. Con ello se trata de hacer la comunicación más accesible y manejable.



Una de las múltiples formaciones que reciben las personas voluntarias de las asociaciones de la FELGTB. En la imagen, Luisa Notario

Nuestras áreas

- Área de Asuntos Religiosos
- Área de Bisexualidad
- Área de Cooperación Internacional y Derechos Humanos
- Área de Cultura
- Área de Educación
- Área Joven
- Área de Políticas Lésbicas
- Área de Salud Integral y VIH/Sida
- Área de Transexualidad

“Tachar al cristianismo de homofobia es un sinsentido”

Juan Antonio Ferriz, coordinador
asuntosreligiosos@felgtb.org



Militante LGTB, y activista por un desarrollo sostenible del planeta, es miembro de la Asociación DecideT. Este cristiano convencido y comprometido socialmente trabaja como Profesor en la Universidad de Alicante.

¿Qué significa el Área de Asuntos Religiosos para la FELGTB? ¿Quién la forma? Es una expresión más de la múltiple variedad y diversidad del colectivo LGTB. Y por otro lado, también significa la apuesta decidida por la pluralidad que es la Federación. Como creyentes LGTB estamos muy satisfechos de poder formar parte de este proyecto, con nuestra propia identidad.

El Área está formada por grupos religiosos constituidos en el seno de asociaciones LGTB, y también asociaciones creyentes LGTB constituidas como tal. La mayoría de integrantes son católicos, pero también hay miembros de otras confesiones, sobre todo evangélicos y protestantes. Además, el área mantiene contacto con personas musulmanas, judías y budistas que en ocasiones colaboran en alguna actividad.

*¿Existe la cristianofobia entre lesbianas, gays, transexuales y bisexuales? Sí existe, pero no es de forma generalizada. En la mayoría de ocasiones se da

por malas experiencias o prejuicios que se crean por lo que han oído. En realidad, tachar al cristianismo de homófobo es un sinsentido. El mensaje de Jesús-Cristo no es en absoluto excluyente, y por lo tanto cualquier manifestación homófoba desde un contexto cristiano queda fuera de lugar.

¿Se puede superar? ¿Cómo?

Sí, por supuesto. Conforme lo estamos haciendo: trabajando codo con codo, y visibilizando nuestro trabajo y experiencia desde el área.

¿Trabajáis con la Iglesia para modificar la

visión de la Jerarquía Católica de la diversidad sexual o es algo que dais por perdido?

Sí, a pesar de no ser escuchados en muchas ocasiones, apostamos por el diálogo como modo de entendimiento, y así lo seguiremos haciendo. Pero no solo con

la Iglesia Católica, puesto que estamos iniciando el diálogo con otras confesiones religiosas, además de forma muy positiva.

¿Qué se ha conseguido en 2009 y por qué líneas trabajaréis en 2010?

El Área ha conseguido consolidar su organización y ahora queremos consolidar nuestro discurso. Hemos iniciado un trabajo de reflexión sobre teología feminista y vamos avanzando

en cuestiones de visibilidad. Además, nos hemos planteando trabajar sobre la laicidad del Estado. En febrero de 2010 tendremos nuestro Encuentro Estatal, que

será de los más numerosos celebrados hasta ahora. Todo esto significa que estamos sentando las bases para este año que viene poder arrancar con más fuerza que nunca.

“A pesar de que no nos escuchan, apostamos por el diálogo con la Jerarquía Católica”

“ Cada broma, cada invisibilización, son pequeños actos bífobos que duelen y dejan huella ”

Montse G. Silvan, coordinadora
bisexualidad@felgtb.org



En el V Congreso de la FELGTB asume la representación del Área de Bisexualidad, actividad que compagina con estudios universitarios de Filosofía y la copresidencia de Gehitu.

Estrenaste coordinación en el Congreso del pasado mes de mayo ¿cómo asumes el reto? ¿Qué objetivos te marcas como coordinadora?

Los retos siempre hay que asumirlos con ilusión, con la esperanza de poder conseguir unos objetivos comunes que contribuyan a hacer más fácil nuestro camino y siempre con el respeto hacia aquellas personas que no pueden, o no quieren ver la legitimidad de nuestras reivindicaciones, porque en ese respeto radica nuestra propia grandeza.

A corto medio y medio plazo el objetivo es el aumento de la presencia mediática de las personas bisexuales y la lucha activa contra la bifobia, dentro y fuera del ámbito lgtb. A largo plazo el objetivo es seguir luchando junto con lesbianas, gays y trans por la total normalización de nuestros colectivos.

¿Cuáles es tu visión de la bifobia (especificidades respecto a otras fobias) y qué herramientas son necesarias para eliminarla?

Desgraciadamente, estamos acostumbrad@s a escandalizarnos con los actos fóbicos hacia lesbianas, gays, hombres, y especialmente, mujeres trans, que son agredidas de forma sistemática, mientras la sociedad vuelve la cabeza para no ver una realidad que resulta particularmente incómoda.

La Bifobia, en relación con cualquiera de las otras ejercidas sobre el colectivo LGT, tiene una vertiente más sinuosa. Son pocos los casos de ataques, ya sean físicos o verbales, contra personas bisexuales, cuando se dan es común que sean inducidos por el error al ser confundidas con lesbianas o con gays. Sin embargo, lamentablemente, la mayor bifobia proviene de nuestro propio colectivo. Cada broma, cada invisibilización, son pequeños actos bífobos que duelen y que dejan huella.

El colectivo LGT, ha recorrido un largo y duro camino para llegar donde está. Ninguna persona bisexual va a negar este hecho nunca. Lo que no debemos de olvidar es que para reivindicar nuestra propia identidad no es legítimo denostar o invisibilizar otra. Tan importantes son las demandas lésbicas, gays o trans como las bisexuales. Nada conseguimos hiriéndonos entre nosotr@s, únicamente debilitarnos frente a quienes se creen en posesión de la verdad.

“ Nuestra línea de acción será la lucha contra la Bifobia y la reivindicación de nuestra propia identidad ”

La herramienta para la erradicación de la bifobia, al igual que cualquier fobia, es la información. Lo

desconocido provoca, en muchas ocasiones, miedo. Información veraz, contrastada e imparcial es el mejor antídoto contra el estereotipo y el prejuicio. El conocimiento de realidades diferentes a la propia, el respeto por aquello que no

compartimos son las llaves del éxito de la convivencia.

*¿Qué valoración haces del trabajo realizado por el Área hasta ahora? Recordemos que es un área muy joven.

Paso muy importante, fue la inclusión de la "B" dentro de la Federación. Ser capaces de conseguir este reconocimiento, y encontrar nuestro propio espacio fue algo que much@s habíamos soñado.

Este es el legado que le debemos a Arantxa Fernández, un regalo que nos hizo a tod@s l@s bisexuales. Un gran trabajo realizado desde el área en la formulación del Argumentario, la Bibliografía, Reseña Bi... y esto sólo por mencionar alguno de estos trabajos.

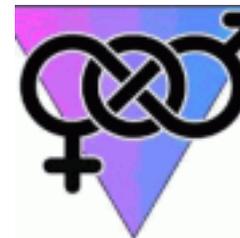
Ahora es nuestro deber mirar hacia delante y mantener al día la información, ocuparnos de que ésta sea veraz y procurar que esté al alcance de todo el mundo.

¿Cuáles son las principales líneas de acción del Área para el próximo 2010?

El 2010 es un año para TRANSformar, y eso trataremos de hacer. Lo principal para el año que entra es la composición formal del Área, conforme al nuevo reglamento de áreas aprobado en mayo de 2009, la definición de su estructura y partiendo de esa base comenzar a trabajar en diversos proyectos, que esperemos tengan sus frutos en el segundo semestre del 2010.

Un día muy importante para el Área de Bisexualidad es el día de reivindicación de nuestra visibilidad, el 23 de septiembre, que se ha convertido en un referente, tanto de participación como de presencia mediática.

Yo marcaría una línea de acción clara y directa: la lucha contra la Bifobia y la reivindicación de nuestra propia identidad, no desvinculada, aunque sí aparte, de la identidad homosexual.



Actividades

Los actos más importantes del Área giran en torno al día de la Bisexualidad, el 23 de septiembre. Este año se han organizado diversas actividades a lo largo de toda la geografía española. En Madrid, Zaragoza, Valencia y Murcia se realizaron concentraciones, presencia en el entorno universitario y diversos actos, como debates, videofórum o charlas relacionadas con la realidad bisexual.

La presencia mediática de este día fue abrumadora. Además de varias intervenciones radiofónicas en programas de las comunidades de Madrid, Cataluña y Euskadi, la nota de prensa emitida por el Área de Bisexualidad de la FELGTB, fue la entrada más visitada en la edición digital de El País, con más de 40,000 visitas y un total de 230 comentarios.

Esta es la línea de trabajo que nos tenemos que marcar desde el Área, nuestra presencia, visible y orgullosa, y la defensa de nuestra propia identidad como bisexuales.



Acto del Día de la Bisexualidad organizado por Bolo Bolo

“ Desde el área exportamos derechos visibilizando nuestra experiencia.”

Alejandro Alder, coordinador
internacional@felgtb.org



Colombiano, licenciado en Derecho, está finalizando su Doctorado en Derechos Humanos con una tesis sobre la evolución del Derecho de Igualdad del Colectivo LGTB. Ex-presidente de Iguales, fundador de Iguales USAL y ex-secretario de Organización de la FELGTB, es el actual presidente de Bolo-Bolo.

¿Cuáles son las regiones con las que trabaja la FELGTB principalmente y qué problemas aborda?

Básicamente trabajamos en red con Europa y Latinoamérica. Sin embargo, estamos atentos a denunciar cualquier acto homófobo en cualquier parte del mundo.

¿Qué podemos aportar fuera de nuestras fronteras?

Podemos aportar esperanza, experiencia, estrategias, acciones y el cómo conseguimos los derechos que hoy por hoy lesbianas, gays, transexuales y bisexuales en España podemos disfrutar. En síntesis exportamos derechos visibilizando nuestra experiencia. Es por ello que la Cooperación Internacional tiene que ser uno de nuestros ejes principales, lo avances que nosotros hemos vivido pueden realmente ser posible, tanto a nivel político, legislativo como social, en otros Estados del mundo pero principalmente en los países de nuestro entorno cultu-

ral, el especial Latinoamérica y Europa.

¿Cómo se ha trabajado en 2009 con ECOSOC y otras instituciones internacionales?

Con ECOSOC hemos estamos trabajando para que haya una comunicación más organizada entre las organizaciones LGTB que somos miembro, la idea es aprovechar al máximo nuestros estatus en la ONU para hacer presión dentro de las Naciones Unidas para que respeta la igualdad del colectivo LGTB en donde sea necesario. Es importante visibilizar que somos la única entidad hispano hablante en el ECOSOC de la ONU.

Por otra parte, la FELGTB pertenece a plataformas internacionales como ILGA Mundo, ILGA-Europe, Foro de Cristia-

nos Europeos, cuyo trabajo centraliza el Área de Asuntos Religiosos y la IGLYO (Asociación Europea de Jóvenes LGTB), donde está presente el Área Joven. Con todas se trabaja la realidad LGTB de una manera transversal y en red, poniendo nuestro grano de arena participando activamente en los foros, reuniones y listas de trabajo interno.

¿Qué líneas de trabajo abordáis para 2010?

Nuestro objetivo es desarrollar acciones en el marco de la presidencia española de la Unión Europea visibilizando la realidad LGTB que atraviesan las personas que viven en la UE como también la situación

que atraviesa nuestro colectivo en otras partes del mundo. Así mismo, seguiremos ayudando y apoyando a nuestros amigos

“Aprovechamos al máximo nuestros estatus en la ONU para hacer presión por el respeto a la igualdad del colectivo LGTB”

“ El reto de combatir la LGTBfobia tiene que hacerse desde el mundo de las ideas”

Joxean Zapirain, coordinadora
cultura@felgtb.org



Activista LGTB de San Sebastián, desde su incorporación a Gehitu ha estado trabajando en varias áreas, especialmente, en la Cooperación Internacional y Transfronteriza. Actualmente compagina su labor en el Área de Cultura con la co-presidencia de Gehitu.

Estamos ante una de las área más jóvenes de la Federación y cuya coordinación asumiste en el último Congreso. En tu opinión ¿por qué un área de cultura?

La cultura es un elemento central en la construcción de identidades y, por tanto, también debe serlo en la lucha política por la igualdad de las minorías sexuales. La diversidad cultural, siempre un valor, debe también recoger la cultura LGTB y, para ello, el Área de Cultura de la Federación trabaja por la valoración y la visibilidad de nuestros hechos cultu-

rales, que no son solo mero ocio, sino expresión profunda de nuestra cosmovisión, de nuestros valores y de nuestras esperanzas y miedos. Una vez conseguida la igualdad legal, el reto de combatir la transfobia, la bifobia, la lesbofobia y

la homofobia tiene que hacerse, evidentemente, luchando en el mundo de las ideas. Educación y cultura son, en ese sentido, ámbitos privilegiados e imprescindibles en esta lucha.

¿Cómo se estructura el área?

La de Cultura es la más joven de todas nuestras Áreas, ya que fue el V Congreso de la FELGTB, celebrado a finales de abril del 2009, donde se tomó la decisión de que la que hasta entonces era una Vocalía de Cultura pasara a ser un Área, con el objetivo de impulsar las diferentes ac-

tividades culturales que desde las asociaciones miembro se diseñan para dar una mayor difusión a nuestra cultura y realidad LGTB. Por ello, el año 2009 ha sido el año en el que esta Área ha echado a andar.

“La cultura es un elemento central en la construcción de identidades y debe serlo en la lucha política por la igualdad”

Esperamos que la creación del Área sea un impulso para que las entidades que hasta ahora no contaban con una comisión de trabajo específico del ámbito cultural creen tales órganos, y para que aquellas entidades con una larga tradición en este ámbito vean consolidada esa línea de trabajo, con una presencia activa en el área, de modo que podamos contar con una estructura a través de la que el grueso de la realidad cultural de la FELGTB esté representado.

¿Qué ha trabajado el área hasta el momento y qué valoración haces de ello? Ante el gran número y la gran diversidad de actividades que en el ámbito de la cultura y con el objetivo de divulgar los valores que defendemos organizan las entidades que forman parte de la FELGTB, desde el Área de Cultura se han dado los primeros pasos para conformar el que pretende ser un mapa estatal de la cultura LGTB, dado que fue esa una de las principales necesidades que constatamos.

“ Es importante poner caras a algo que, para muchos, está reducido al reino del estereotipo y el prejuicio”

Jesús Generelo, coordinador
educacion@felgtb.org



Coordinador del Área de Educación desde 2007, encabeza también de la Comisión de Educación de COGAM, desde donde ha dirigido varias investigaciones como “Homofobia en el Sistema Educativo” o “Adolescencia y sexualidades minoritarias”, así como el desarrollo de numerosos materiales pedagógicos.

¿Puedes valorarnos la campaña del Año de la Diversidad Afectivo-Sexual en la Educación?

Creo que la valoración puede ser muy, muy positiva. Teníamos dos objetivos fundamentales. Uno era que los propios colectivos de la FELGTB asumieran la educación como una estrategia imprescindible para conseguir la igualdad plena. Por la respuesta y el trabajo que han hecho numerosos de esas asociaciones este año, creo que no hay duda de que **la educación se ha convertido definitivamente en una de las prioridades del movimiento LGTB.**

El otro era despertar en la sociedad, y muy especialmente en el sistema educativo, la conciencia de que existen muchos prejuicios sociales que impiden la igualdad de las personas LGTB, y que para romperlos es necesario trabajar desde la educación. Además, esos prejuicios se están cebando especialmente en los jóvenes que se salen de la norma sexual. Los/las adolescentes LGTB sufren niveles de acoso y rechazo intolerables

en nuestros centros escolares.

Y también hemos conseguido que el debate esté en la calle. Que los sindicatos, asociaciones de madres y padres, pedagogos, etc. empiecen a tomar cartas en el asunto y a considerarlo de vital importancia.

¿Qué se ha conseguido de las instituciones públicas y qué ha quedado en el tintero de las reivindicaciones de 2009?

Las instituciones públicas son, precisamente, la asignatura pendiente. Sabíamos que este Año no se iban a conseguir unos resultados precisos, concretos. Se trataba de hacer avanzar a la sociedad y su sistema educativo. Ahora estamos en una posición más adelantada para continuar el trabajo.

Pero las instituciones educativas, hay que decirlo claramente, no están haciendo sus deberes. A pesar de que exis-

ten muchos estudios que demuestran la gravedad de la situación, hay muy poca implicación por parte de las autoridades educativas. Es cierto que en los últimos años se ha redactado la LOE, que especifica que hay que trabajar la diversidad afectivo-sexual en la educación, y se ha

instaurado Educación para la Ciudadanía (con un currículo muy tímido en lo que **a este tema se refiere**), pero después no hay un desarrollo efectivo y realista de estas normas para conseguir que la discriminación lgtbfóbica desaparezca de nuestros centros.

Ministerio y Consejerías de Educación se pasan constantemente la pelota, sin que nadie asuma que hay una ley que cumplir y, fundamentalmente, que hay un sector de la población que está en situación de grave riesgo de exclusión.

“Las instituciones educativas, hay que decirlo claramente, no están haciendo sus deberes”

“Trabajamos con el convencimiento de que el futuro es ahora”

Joana C. Berger, coordinadora
jovenes@felgtb.org



Estudiante de medicina y residente en Gran Canaria, empezó su camino en el movimiento LGTB como activista en la asociación Sin Vergüenza. Actualmente es miembro de la junta directiva de Plataforma d'ACTivistes Sin Vergüenza, socia de Gamá y coordina, junto a Ana Bueno, el Área Joven de la FELGTB.

El Área Joven ¿es un trampolín hacia el resto de áreas o tiene idiosincrasia propia? ¿Cuál es?

El Área Joven será siempre aquello que construyamos entre todas y todos los que la formamos, y actualmente, aún a ambas perspectivas.

En primer lugar debemos tener en cuenta que el Área Joven de la FELGTB es un área de tipo identitaria, es decir, que aquellas personas que en ella trabajamos tenemos como nexo común el ser menores de 31 años. Esto nos aporta una diversidad muy enriquecedora y un amplio abanico de necesidades como jóvenes LGTB que abarcan temáticas desde salud, familia, realidades trans/intersex, pasando por educación, internacional, etc. Para poder abordar todas estas necesidades de forma adecuada y eficaz, hemos considerado la transversalidad (inter-área e inter-asociativa)

como una herramienta imprescindible en nuestra forma de trabajar. Así pues, y contestando a la pregunta, desde el área joven sí trabajamos mano a mano con otras áreas de la FELGTB y lógicamente, pasado un tiempo, las personas-nexo entre dichas áreas y el Área Joven, a menudo terminan colaborando de forma permanente en ellas. Como me gusta el Barça, más que un trampolín, diría que somos una “cantera”.

Pero ojo, el hecho de ser “cantera” no debe confundirnos con esa imagen moldeable y naif que se nos pueda venir a la cabeza. En el Área Joven YA somos activistas de primera y como tal queremos ser tratad@s. Muchos de nosotros y nosotras lideramos grupos y asociaciones, y ocupamos cargos de responsabilidad en la actualidad. Además, en este último año hemos demostrado con creces que

“En el Área Joven ya somos activistas de primera y como tal queremos ser tratad@s”

no valemos tan sólo para la demagogia del discurso políticamente correcto o para colgar carteles y hacer el “trabajo de calle”; también valemos para la toma de decisiones importantes, para la organización de eventos, para hablar con los medios de comunicación o para cualquier cosa que nos propongamos. Esa es nuestra idiosincrasia: el futuro es ahora.

En 2009 habéis trabajado mano a mano con el Área de Educación ¿cómo ve la juventud LGTB las carencias en el sistema educativo?

El sistema educativo que tenemos es una arcaica y compleja estructura que se ha ido especializando en lo que demanda una sociedad embriagada de capital: la formación profesional especializada. La educación formal que todas y todos conocemos, las escuelas, los institutos o las universidades, transmite conocimientos al alumnado que deben servirle para poder hacerse un hueco en un competitivo mercado laboral. Ante tan importante tarea para sostener el sistema,

poco espacio queda para la educación en valores. Conceptos como la igualdad, el respeto, la ciudadanía, el cuidado o la democracia quedan rezagados en su mayoría a espacios de educación no formal que no son, evidentemente, de carácter obligatorio.

Así que las cosas han cambiado, claro que sí; pero no todo cambio significa un avance.

Si hablamos de educación formal, podemos decir que existe una ley (L.O.E) que recoge la obligatoriedad de que los centros primarios y

secundarios impartan nociones sobre la diversidad afectiva y sexual. Pero si nos acercamos, vemos como en la gran mayoría de ellos esta parte de la ley no es más que papel mojado.

No hay recursos para el profesorado, las asignaturas diseñadas para tal efecto (como la de educación para la ciudadanía) se mutilan y reinventan al gusto de cada gobierno autonómico, no existe un asesoramiento psicológico adecuado para las y los alumnos LGTB y el acoso o la agresión se silencia o queda impune.

Nuestras escuelas siguen siendo un ambiente hostil para nuestros jóvenes LGTB y para mí solo existe una solución eficaz: el compromiso real por una educación integral. Todo el resto no son más que parches, excusas o esfuerzos hechos a medio gas.

Si queremos una sociedad construida en la igualdad, el cuidado o el respeto, debemos exigir que se invierta tiempo, esfuerzo y dinero para transmitir esos valores, rediseñando un sistema educativo realmente capaz de asumir esta responsabilidad.

“ Sólo hay una solución contra el ambiente hostil en las escuelas: un compromiso real por una educación integral ”

¿Existe la discriminación por edad dentro del movimiento LGTB? ¿Cómo se supera?

Existe y no sólo para jóvenes. Por desgracia vivimos en una sociedad de consumo que nos marca muchas pautas con las que organizamos nuestra escala de prioridades y valores. Si nos fijamos, cada día somos bombardeados con spot publicitarios que remarcan las mil y una virtudes de

la eterna juventud; una juventud ligada a la construcción de un futuro a nuestro antojo, ligado a la belleza y la salud, al éxito, al reconocimiento,

a lo efímero del momento, a la adrenalina que tiene el riesgo, al carpe diem... Son valores que se nos han transmitido como deseables por ser lo mejor que podemos querer para nosotras y nosotros mismos.

Pero son valores clasistas en tanto que implican una categorización y como tales, dinamitan los cimientos de la igualdad entre personas.

En nuestro movimiento lo vemos con frecuencia, sobretodo entre el colectivo gay, en el que muchos hombres deben ofrecer adjetivos atribuibles a la juventud (salud, éxito, belleza, etc) para no resultar invisibles.

Para mí, esto es un círculo vicioso absurdo que sólo sirve para reforzar la filosofía de la violencia psico-social que va minando una a una nuestra autoestima individual y colectiva.

¿La solución? Pues la misma que ofrezco para todo lo que no veo claro: educación.

Sólo conociendo y entendiendo el sistema, podemos criticarlo y reinventarlo; así que es importante

creer y practicar la igualdad si queremos un trato no discriminatorio.

¿Cuáles son vuestros objetivos para 2010?

Nuestro principal objetivo para el 2010 sigue siendo la formación en liderazgo de las y los representantes de asociaciones y grupos jóvenes que participan del Área. Poco a poco vamos viendo como nuestras entidades confían a sus jóvenes puestos de decisión y liderazgo, como colectivos jóvenes asumen organizar eventos federales, como se va empoderando el discurso crítico de las y los jóvenes de esta federación. Pero aún no hay suficiente empoderamiento. Nos falta confianza. Nos falta creernos que somos capaces de hacer cualquier cosa que nos propongamos.

Así que para seguir empoderándonos, desde la coordinación creemos que es necesario seguir impartiendo talleres, dinámicas, debates, etc. sobre conocimientos técnicos y teóricos sobre el movimiento asociativo LGTB, todo ello desde la imprescindible perspectiva de la política del cuidado.

Pero además, en 2010 también nos proponemos como línea de trabajo, la participación activa en el “Año para TRANSformar”, seguir colaborando con otras entidades de tipo juvenil y continuar con el proceso de consolidación y crecimiento del Área Joven de la FELGBT.



“ En este área contamos con un arma fundamental: la solidaridad intergeneracional ”

Esther Martínez, coordinadora
politicalesbicas@felgtb.org



Madrileña de 27 años, estudiante de Trabajo Social y monitora de ocio y tiempo libre, esta lesbiana feminista inició su activismo en Arcópoli, donde fue vocal de lesbianas y actualmente Vicesecretaría general. Desde febrero de 2009 asume la coordinación del Área de Políticas Lésbicas.

En 2009 estrenaste coordinación ¿cómo ha sido tu llegada al área? ¿qué encontraste?

Cuando asumí la coordinación me encontré ante un área unido y empoderado, **sin duda labor de los últimos dos años y especialmente del 2008, Año de la Visibilidad Lésbica**, que supuso para muchas de nosotras un gran impulso moral y militante. Este es un área con muchos proyectos a sus espaldas y otros en marcha. Un equipo lleno de mujeres diversas e implicadas de manera constante, que dan vida y rodaje al área, con muchas ganas de seguir trabajando por el movimiento y de seguir creciendo a nivel grupal e individual. Es un área que se caracteriza por contar con **representantes de un gran número de colectivos**. Además contamos con un arma fundamental: la solidaridad intergeneracional, donde mujeres de edades diversas

*“ Hay que seguir
trabajando por la
Visibilidad Lésbica ”*

compartimos ilusión, experiencias y conocimientos.

¿Qué metas te marcas cuando asumes el cargo?

Las metas que me marco al asumir el cargo son, principalmente seguir con los proyectos que ya nos habíamos marcado en el área. Las IV Jornadas ya estaban en marcha y como decía antes se hicieron realidad las I Jornadas Activistas, dando forma y haciendo realidad un proyecto soñado por el área. Además de aprovechar el impulso que tomamos con el Año de la Visibilidad Lésbica y seguir contando en la agenda política del movimiento LGTB.

Asimismo, mi prioridad era que el cambio de coordinación y el nuevo reglamento de áreas afectara lo menos posible al funcionamiento de éste. Poco a poco el área se está adaptando a los cambios.

Y ¿cómo valoras este año de trabajo? ¿Sigue latente el mensaje de la visibilidad lésbica que marcó el 2008?

Por supuesto desde el área seguimos convencidas de que hay q seguir trabajando por la Visibilidad Lésbica, propósito que quedó reforzado en las IV Jornadas de Políticas Lésbicas, donde se apuntó la necesidad de trabajarr ésta tb en el ámbito rural y educativo.

La valoración que hago de este 2009 es muy positiva. Se han realizado las I Jornadas Activistas, un espacio muy importante de formación y empoderamiento de las mujeres del área, así como las IV Jornadas de Políticas Lésbicas en Gijón de la mano de Tribadas, se realizó un grandísimo esfuerzo con unos resultados muy buenos, donde se habló de maltrato lésbico, de nuestro papel en el movimiento feminista y de los retos de futuro del área, así como distintos talleres. Hubo lugar para el debate, el encuentro, la formación y el buen rollo.

Se llevó a cabo el II Día de la Visibilidad

Lésbica, reforzando y dando continuidad a un proyecto maravilloso que nació en 2008. Al coincidir con el Congreso de la FELGTB, tuvimos la oportunidad de compartir ese espacio mujeres de varias ciudades, en Madrid, además se llevó a cabo en otras ciudades como Málaga, Valencia o Murcia.

Tras el cambio de coordinación el área necesitaba un tiempo de asimilación del cambio y este año ha servido para ello.

“En 2010 prestaremos especial atención a la situación de las mujeres transexuales lesbianas”

2010 ¿cómo lo enfrentáis?

Este 2010 lo afrontamos con ilusiones renovadas y muchos proyectos por delante. Llevaremos a cabo las segundas Jornadas Activistas del área así como la segunda Escuela de Género, donde encontraremos espacios de encuentro y formación. Servirá, además, para seguir impulsando el Día de la Visibilidad Lésbica y nos meteremos de lleno en la realización de estudios sobre nuestra realidad centrándonos en aquellos aspectos que más atención requieran.

A nivel interno trabajaremos por reforzar la cohesión y potenciar las herramientas de comunicación como son la página web www.vdevisibles.org y la red social ning. Prestaremos especial atención a la situación de las mujeres transexuales lesbianas, trabajando de un modo transversal y colaborando para que este 2010 Año de la Transexualidad sea un gran año, compartido por todas y todos los que hacemos Federación.

Actividades

Campañas o programas

Día de la Visibilidad Lésbica

El 26 de abril se celebró por segundo año consecutivo el Día de la Visibilidad Lésbica, que coincidió con el V Congreso de la FELGTB, por lo que se reunieron en Madrid mujeres de diversos puntos de España para celebrar el acontecimiento y sumándose al acto organizado por Arcópoli y la FELGTB, además en ciudades como Málaga, Valencia o Murcia se realizaron diferentes actos conmemorando esta fecha. Pese a que la coincidencia en fecha con el Congreso dificultó que pudiera hacerse en más ciudades, al encontrarse muchas de sus activistas en Madrid, desde el área valoramos su realización como una cuestión muy positiva ya que de este modo se dio continuidad a este evento consolidándolo en el calendario de la FELGTB y del movimiento LGTB en general.

Jornadas o cursos de formación organizados por el Área

Durante este 2009 desde el Área se han realizado dos Jornadas diferentes, por un lado las I Jornadas Activistas durante el último fin de semana de mayo se llevaron a cabo, en La Ciudad Escuela de los Muchachos en Leganés, donde también iba enmarcada la primera reunión de área tras el Congreso.

En estas Jornadas se dieron talleres de Historia del Feminismo, Familias Homoparentales y Resolución de conflictos. Se convirtieron también en un espacio para conocernos y empoderarnos.

Y por supuesto se organizaron las IV Jornadas de Políticas Lésbicas. Tuvieron lugar en noviembre, en la ciudad de Gijón, organizadas por el Área y Tribadas Xega, un espacio para 70 mujeres donde hubo 3 ponencias plenarias sobre Las lesbianas en el feminismo español, el maltrato lésbico y los retos de futuro del área, así como diferentes talleres sobre sexo seguro, homoparentalidad, resiliencia, gestión de asociaciones, planes de igualdad,



Foto de las I Jornadas Activistas del Área

“ La percepción del VIH en cuanto amenaza para la salud y la propia vida ha cambiado profundamente”

Rubén Sancho, coordinador
salud@felgtb.org



Valenciano, licenciado en Psicología, este activista LGTB y de la lucha contra el sida, ha sido miembro fundador de la Asociación Valenciana contra el sida (AVACOS), coordinador general del Col·lectiu Lambda y Secretario General de la FELGTB.

Los datos alarman del aumento de infecciones de VIH en hombres jóvenes que tienen sexo con hombres, ¿qué está pasando?

Es difícil responder a la pregunta porque no creo que la situación que se está dando responda a una causa única y concreta sino a múltiples factores. En primer lugar, parece que la percepción del VIH y el sida, en tanto que amenaza potencial o real para la salud y la propia vida, ha cambiado profundamente en los últimos años. Por decirlo más claramente, es como si alguna gente, y no sólo los hombres gays y bisexuales, le hubieran perdido al miedo al VIH, al sida, ese miedo que nos impulsa a manejar algo con precaución; por tanto, si algo no es percibido, sentido y evaluado como una amenaza o peligro, entonces ¿por qué evitarlo? Esto puede deberse a varios factores,

“Vamos a trabajar más con la población joven LGTB, especialmente hombres gays y bisexuales”

como que los importantes avances en el tratamiento de la infección por VIH hayan llevado a algunos a banalizar las consecuencias a medio y largo plazo del VIH o los efectos secundarios de su tratamiento. También está el hecho de que como seres humanos no podemos vivir permanentemente bajo el estrés que supone una amenaza o peligro, de modo que los afrontas, huyes de ellos o simplemente te acostumbras a vivir así; que carecemos de referentes VIH+ visibles en el entorno cercano pero también en la sociedad; etc. A ello hay que sumar la mayor vulnerabilidad de

los hombres gays y bisexuales, debido también a muchas razones, como que la penetración anal (receptiva o insertiva) es la práctica de mayor riesgo de transmisión del VIH; el importante número de hombres gays y bisexuales que está infectados (según algunos estudios,

aproximadamente 1 de cada 10); el hecho de que hay hombres infectados con el VIH que lo desconocen porque no se han hecho la prueba recientemente; el aumento de la transmisión de infecciones de transmisión sexual en hombres gays y bisexuales, lo que a su vez facilita la transmisión del VIH; etc.

¿Cómo valoras el trabajo del Área en el último año?

El funcionamiento y trabajo del área va mejorando poco a poco. El número de asociaciones que cuentan con delegados en el área se ha visto incrementado, si bien la participación efectiva a través de la presentación de propuestas, la respuesta a consultas, el diálogo y el debate son mejorables y espero que así sea ocurra. Por otro lado, estamos mejorando también cuestiones relativas a la agenda del área, lo cual es muy importante cara a una mejor planificación y coordinación de las acciones que emprenda la FELGTB y las asociaciones en materia de salud y de VIH/sida.

“ Lo que hace difícil acabar con la transfobia es la ignorancia ”

Mar Cambrollé, coordinadora
transexuales@felgtb.org



Nacida en Sevilla, mujer transexual, empresaria y activista, es cofundadora y presidenta de la Asociación de Transexuales de Andalucía, ATA, y de la Coordinadora Girasol de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales de Andalucía, Ceuta y Melilla.

Viviremos un año por los derechos de las personas trans ¿qué lo hace necesario?

La exclusión social y laboral de las personas transexuales y de forma especial de las mujeres transexuales. La cobertura de la atención sanitaria integral al proceso transexualizador no es un hecho común en todas las Comunidades Autónomas del Estado Español. Los estereotipos que nos impiden una normalización del hecho transexual. Y la patologización de la transexualidad. Esta realidad es lo que hace necesario un AÑO PARA TRANSFORMAR.

¿Qué conlleva el año?

Es una iniciativa transversal que incluye diversos prismas de acción como la visibilidad, ya que en fechas conmemorativas (Día Internacional de la Mujer, Día mundial contra la violencia hacia las Mujeres, Día Internacional contra LGTBfobia, etc...) destacaremos especialmente la realidad transexual. También la edu-

cación, porque editaremos materiales que ayuden a la formación e información de la realidad transexual, dirigido tanto a las personas transexuales como a la sociedad en general y a los medios de comunicación en particular. Además nos moveremos en el ámbito institucional proponiendo reuniones con los Ministerios de Igualdad, de Sanidad, de Educación, de Trabajo, con los sindicatos, partidos políticos...

¿Cómo valoras los avances legislativos conseguidos en 2009 y las actividades realizadas durante ese año?

Los avances legislativos, en concreto la Ley Integral para personas Transexuales, tiene de positivo la concreción de un marco legal que posibilitará el desarrollo de políticas que irán dando respuestas a las demandas históricas del colectivo

transexual (Asistencia sanitaria, incorporación al mercado laboral, y medidas educativas), así mismo ha provocado la reacción de que distintas comunidades autónomas están anunciando la intención y el compromiso de aprobar o proponer de leyes similares.

Es necesario para fundamento de las reivindicaciones y para dotar a la FELGTB de datos que nos hagan fuente de información la realización de un estudio sociológico de las personas transexuales.

“Es necesaria la realización de un estudio sociológico sobre personas transexuales”

¿Qué hace especialmente difícil eliminar la transfobia? ¿Cómo se trabaja para cambiar las cosas?

Lo que hace difícil acabar con la transfobia es

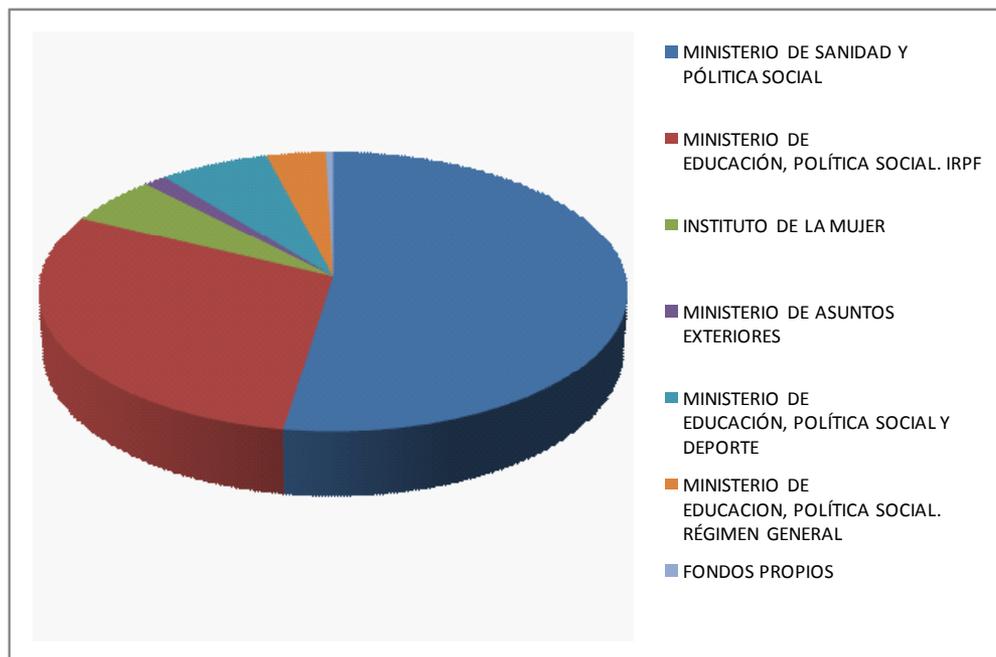
la IGNORANCIA, de ahí que sin olvidar el conjunto de reivindicaciones, hagamos como eje central la formación e información, como herramientas de transformación.

Balance económico

La FELGTB ha recibido durante el año 2009 un total de 496.500 euros de subvenciones procedentes de entidades públicas. Destaca el apoyo a los proyectos relacionados con salud por parte el Plan Nacional sobre el Sida del Ministerio de Sanidad y Política Social que han supuesto 261.500 euros, así como la percepción por parte de la convocatoria de IRPF 148.655 euros.

Asimismo, la Federación ha ingresado 11.070 euros de las cuotas de las entidades miembro, 9.059,50 euros del pago de inscripciones a actividades, así como 1.983,57 euros de donativos privados.

Las subvenciones fueron concedidas a los siguientes proyectos:



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA SOCIAL

Serv. Familias	40.000 €
Serv. Jóvenes	40.000 €
Conv. Tol. Juvenil.	29.000 €
Prom. Voluntariado	39.655 €



MINISTERIO DE SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL

Formación	15.500 €
Prueba Rapida	25.000 €
VEP	35.000 €
Trans	36.000 €
Preventia	150.000 €



INSTITUTO DE LA MUJER

Jor. Pol. Lésbicas	28.000 €
--------------------	----------



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA SOCIAL

Fom. Asociacionismo	18.000 €
---------------------	----------



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES

P. Yogyakarta	7.000 €
---------------	---------



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTE

Red Educación	33.345 €
---------------	----------

ANEXO 2



- [Página principal](#)
- [¿Quiénes somos?](#)
- [Enlaces](#)
- [Videos Youtube](#)
- [Notas de prensa](#)
- [Galería fotos](#)
- [Agenda](#)
- [Contacto](#)

jueves, 29 de enero de 2009

La FELGTB presenta el Año de la Diversidad Afectivo Sexual y el Informe Jóvenes LGTB



La FELGTB presenta el Año de la Diversidad Afectivo Sexual y el Informe Jóvenes LGTB

El estudio destaca elevados índices de violencia, falta de referentes, carencia de recursos y bajo apoyo familiar, educativo y profesional

[29/01/09]La FELGTB, Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales, considera que la educación es la herramienta más eficaz y necesaria para conseguir transmitir los valores de igualdad por los que lucha. También, la mejor forma de lograr que todos los avances legales y sociales alcanzados en los últimos años sean asimilados por la sociedad de una manera profunda hasta integrarlos en su inconsciente de una manera irreversible. "Porque la igualdad de las personas por su orientación sexual o su identidad de género es un logro democrático indiscutible, al mismo nivel del derecho al voto o de la igualdad por género". Ha declarado Jesús Generelo, Coordinador del área de educación de la FELGTB.

Por eso ha colocado la educación en un lugar prioritario de su agenda política y ha decidido volcar los mayores esfuerzos en alcanzar un objetivo urgente: convencer a la sociedad y a los poderes públicos de que la diversidad afectivo-sexual ha de estar integrada, longitudinal y transversalmente en el Sistema Educativo; que este Sistema ha de ser un espacio seguro para los jóvenes LGTB (lesbianas, gays, transexuales y bisexuales) así como para los hijos/as de familias homoparentales.

En este 2009, la FELGTB ha presentado hoy una serie de demandas y actividades que podríamos resumir de la siguiente manera:

1. Demandas Políticas:

- Formación del profesorado en atención a la Diversidad afectivo-sexual, para que puedan cumplir uno de los principios de la educación, según marca la LOE.
- Desarrollo de una serie de investigaciones que definan exactamente cómo es la situación respecto a la diversidad afectivo-sexual entre la población adolescente en general, y cuál es el grado de exclusión que sufre la población adolescente LGTB en particular.
- Implementación del proyecto de la FELGTB "Construyendo la igualdad. Adolescencia, sexismo y diversidad afectivo-sexual" de intervención en las aulas y apoyo al sistema educativo desde el voluntariado LGTB. Se trata de un programa de charlas en institutos y asociaciones, así como de apoyo al profesorado y las AMPAs que ya se está desarrollando en 18 localidades. Es preciso ampliarlo a la generalidad del territorio español.
- Realización urgente de una campaña contra la homofobia y la transfobia en el ámbito escolar.
- Incorporar como causa de maltrato la no aceptación de la orientación sexual o la identidad de género de los/las hijos/as.

2. Actividades a desarrollar durante el Año de la Diversidad Afectivo-sexual en la Educación:

- Exposición itinerante de cuentos infantiles: "Érase una vez dos mamás... Literatura infantil y diversidad familiar".
- Cursos de formación de profesorado y delegados sindicales.
- Investigación "Familias homoparentales y visibilización". Investigación en curso de realización que será presentada los próximos meses.

Buscar en archivo del Blog

DECLARACIÓN DE REPARACIÓN Y RECONOCIMIENTO PERSONAL A HOMOSEXUALES TRANSEXUALES Y POLITICOS



LEY DE LA MEMORIA HISTORICA, PARA VER PINCHA EN LOGO



LOS QUE YA NO ESTAN ENTRE NOSOTROS: IN MEMORIAM

Asociación Ex-Presos Sociales



"Premio 28 de Diciembre",

ASOCIACIÓN EX-PRESOS SOCIALES

- Publicación de una Unidad Didáctica para trabajar la Diversidad Afectivo-sexual en la asignatura de religión.
- Publicación de nuevos materiales pedagógicos e informes, con especial atención a la población adolescente transexual.
- Desarrollo del programa de charlas Red Educación 2008, subvencionado por el Ministerio de Educación, Política Social y Deportes.
- Nueva Web de la FELGTB con una página educativa que servirá de referencia a la comunidad educativa que quiera trabajar la atención a la Diversidad Afectivo-sexual (contiene materiales pedagógicos, recursos audiovisuales, investigaciones y estudios, noticias, redes de ayuda, etc.).

Presentación de la investigación Jóvenes LGTB: informe completo en <http://www.felgtb.org/>

Esta investigación, subvencionada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, viene a añadirse a las anteriores que ha presentado la FELGTB y que evidencian la gravedad del problema de la homofobia y la transfobia en el Sistema Educativo y la urgencia de tomar medidas contra ellas y a favor de una población, la LGTB adolescente, en grave riesgo de exclusión.

El estudio habla de unos elevados índices de violencia física y psicológica, falta de referentes, carencia de recursos y bajo apoyo familiar, educativo y profesional.

Estos son algunos de los datos extraídos del informe:

- Un 22% de los/las jóvenes que han participado en la encuesta ha sufrido violencia psicológica o física en el seno de la familia; un 56'2% en su centro de estudios; un 67'2% en la calle. En el caso de los varones, las cifras son todavía mayores: el 12% ha sufrido violencia física en su centro educativo.
- Sufren más la violencia los habitantes de lugares pequeños que los de las ciudades más grandes.
- Un 47'2% considera negativa la actitud de su familia con respecto a su homosexualidad/transsexualidad. Un 48'2% la de su centro educativo. La percepción del entorno es peor, igualmente, en los habitantes de ciudades pequeñas y ámbitos rurales. En las ciudades de más de 500.000 habitantes, los porcentajes se reducen al 37'4 y al 38'9.
- Solo el 45% de estos jóvenes cuenta con el apoyo de su madre; el 32 % de su padre; el 23'4% de profesores; el 18'8% de su médico.
- El 66% de los jóvenes LGTB encuestados no se considera de ninguna religión. Del 34% que sí, el 71 % no es practicante. Solo, pues, el 10% se siente cercano a alguna religión.
- Una inmensa mayoría considera muy negativa la imagen que se da de ellos/as en los medios de comunicación. Un 76% de las chicas carece de referentes válidos.
- El 75% percibe más homofobia y transfobia por parte de los hombres que de las mujeres.
- La media de inicio en las relaciones sexuales es de 16 años.
- Solo un 2'8% cuenta con el profesorado para resolver dudas sobre sexualidad o afectividad.

Con estos datos en la mano, Antonio Poveda, Presidente de la FELGTB, "demanda a las autoridades educativas y responsables del bienestar de la juventud, un esfuerzo por lograr que estos jóvenes puedan vivir con seguridad y libremente su orientación sexual o su identidad de género".

Para consultar el informe completo: <http://www.felgtb.org/>

en 14:44

Me gusta 0

Etiquetas: **NOTICIAS ENERO 2009**

Recomendar esto en Google

No hay comentarios:

[Publicar un comentario en la entrada](#)

Enlaces a esta entrada

[Crear un enlace](#)

[Entrada más reciente](#)

[Página principal](#)

[Entrada antigua](#)

Suscribirse a: [Enviar comentarios \(Atom\)](#)



"Premio Barrotes y Alambre de Espinos"

BLOG DE PAQUITO EL DE CUBA



Soy Paquito, el de CUBA; martiano y periodista; comunista y gay; ateo convencido y supersticioso ocasional; padre de un hijo varón a quien adoro y pareja desde hace nueve años de un hombre

Marwan Bensaïd Trabajo en مجلة أصوات للأقليات الجنسية
Vivo en Rabat, Rabat-Salé-Zemmour-Zaër, Maro



Noticias de África LGTB



noticias por tematicas Abusos policiales Activismo
LGBT Asesinatos Asilo y Refugio Bisexualidad
Cultura Deportación Derechos Humanos
Despenalización Educación Homofobia
Homosexualidad IDAHO Day Lesbianismo
Liderazgo Matrimonio homosexual Pena de
Muerte Política Pride Primavera Árabe Religión
Servicios Sanitarios Torturas Transexualidad
Transfobia Transgénero Unión Europea VIH-Sida
Violaciones Correctivas Violencia Homofóbica
Leyes AntiGay



Informe Jóvenes LGTB

Marta Garchitorea González

Resumen:

Una investigación cuantitativa sobre las identidades, vivencias y expectativas de la juventud que se identifica como lesbiana, gay, transexual y bisexual en el Estado Español.

Abstract:

A quantitative research on identities, experiences and expectations of youth who identify themselves as lesbians, gays, bisexual or transexual in spanish state



Índice:

Prefacio: Un paso más en el (re)conocimiento de los jóvenes LGTB	6
Introducción	9
Metodología	10
Resultados del Estudio	12
Datos Básicos	12
Identidad Sexual	
Edad	
Identidad Sexual y Edad	
País de nacimiento	
País de Origen de la Familia	
Comunidad Autónoma de Residencia	
Comunidad Autónoma de Residencia-Sexo	
Tamaño de Población-Sexo	
1. Creencias Religiosas	21
1.a. Religión-Sexo	
1.b. Religión Practicante-Sexo	
2. Orientación Sexual	24
3. Orientación del Deseo	25
4. Relaciones de Amistad	26
4.a. Relaciones de Amistad con Chicas	
4.b. Relaciones de Amistad con Chicos	
5. Lugares de Conocimiento de Amistades LGTB	28
5.a. Conocimiento Amistades LGTB-Sexo	
6. Uso de Locales de Ambiente	30
6.a. Uso de Locales de Ambiente-Sexo	

7. Percepción de la Actitud del Entorno _____ 32

7.a. Percepción de la actitud del Entorno-Sexo

7.a.1. Actitud del Entorno de las Chicas

7.a.2. Actitud del Entorno de los Chicos

7.b. Percepción de la actitud del Entorno-Tamaño de Población

7.b.1. Población de menos de 15.000 habitantes

7.b.2. Población de entre 15.000 y 500.000 habitantes

7.b.3. Población de más de 500.000 habitantes

8. Conocimiento y Actitud del Entorno sobre su Orientación/Identidad Sexual _____ 38

8.a. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual -Madre

8.b. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual -Padre

8.c. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual -Hermana/os

8.d. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual -Amistades:

8.e. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual-Centro Educativo

8.f. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual -Profesorado

8.g. Conocimiento y Actitud sobre su Orientación/Identidad Sexual –Médico/a:

9. Percepción de Homofobia y Masculinidad _____ 46

10. Violencia y LGTBfobia: _____ 47

10.a. Violencia y LGTBfobia-Familia

10.a.1. Violencia y LGTBfobia-Familia/Sexo

10.a.2 Violencia y LGTBfobia-Familia/Población

10.b. Violencia y LGTBfobia-Amistades

10.b.1. Violencia y LGTBfobia-Amistades/Sexo

10.b.2. Violencia y LGTBfobia-Amistades/Población

10.c. Violencia y LGTBfobia-Centro Educativo

10.c.1. Violencia y LGTBfobia-Centro Educativo/Sexo

10.c.2. Violencia y LGTBfobia-Centro Educativo/Población

10.d. Violencia y LGTBfobia-Calle:

10.d.1. Violencia y LGTBfobia-Calle/Sexo:

10.d.2 Violencia y LGTBfobia-Calle/Población:

11. Presencia LGTB en los Medios de Comunicación	57
12. Referentes LGTB	58
13. Relaciones Sexuales	59
14. Situación Sexo-Afectiva	62
15. Deseo de Formar Familia	63
16. Búsqueda de Información	64
17. Participación en los Colectivos LGTB	65
18. Temas de interés	66
19. Conocimiento de la Investigación	67
A modo de resumen	68
CONCLUSIONES: ¿Jóvenes como los demás?	70
Apéndice: ENCUESTA SOBRE JÓVENES LGTB	78

Prefacio: Un paso más hacia el (re)conocimiento de los jóvenes LGTB.

**Jesús Generelo Lanaspa,
coordinador del Área de Educación de la FELGTB.**

La investigación que se presenta a continuación es el cuarto escalón que la Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales (FELGTB) ofrece a la ciudadanía en general y, muy especialmente, a las instituciones que tienen a su cargo el bienestar y la educación de la juventud para llegar a conocer, al menos sucintamente, a ese sector de la población olvidado y escondido que conforma la juventud LGTB (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, o aquellos que no se ajustan a la regla heteronormativa que les impone la sociedad).

La experiencia vivida en los diferentes colectivos que integran la FELGTB con respecto a esa población joven LGTB resultaba preocupante. Una juventud con una serie de problemas comunes, con unas dificultades de socialización y de desarrollo de una identidad saludable, con unos conflictos familiares y educativos... Esta consciencia de que nos encontrábamos ante un sector de la población con serios riesgos de exclusión, silenciado e ignorado, nos llevó a movilizarnos para, al menos, exponer esa situación con la esperanza de que alguien tomaría cartas en el asunto.

En 2005 apareció la investigación Homofobia en el Sistema Educativo¹. En ésta, realizada en la Comunidad de Madrid, se mostraban los elevados niveles de rechazo a la diversidad afectivo-sexual que perviven entre –especialmente– los varones adolescentes (en torno a un 30% no acepta esa diversidad ni desea convivir con ella). También se mostraba una importante grieta en la vivencia y aceptación de la diferencia por parte de los chicos y las chicas. El carácter pluridisciplinar de este estudio permitió, igualmente, demostrar el grave daño causado en el desarrollo identitario de la juventud LGTB por la homofobia y la transfobia que sufren en el terreno educativo, familiar... También se analizaban las dificultades con las que se encuentra el profesorado para trabajar esta cuestión de la diversidad afectivo-sexual (a pesar del mandato de la LOE): falta de preparación, falta de medios y falta –en numerosos casos– de motivación.

Lo preocupante del panorama expuesto por este estudio nos hizo preguntarnos por la vivencia de esta situación por parte de las propias personas rechazadas,

¹ Generelo, J. y Pichardo, J.I. coord. Homofobia en el Sistema Educativo, COGAM, 2005. Tercer premio de investigación social Caja Madrid 2005. www.cogam.org

por esa importante minoría: los y las adolescentes LGTB. Por eso, se realizó el estudio cualitativo *Adolescencia y sexualidades minoritarias: voces desde la exclusión*². A través de una serie de entrevistas en profundidad realizadas a adolescentes de toda España que se definían a sí mismos como lesbianas, gays, transexuales o bisexuales, pudimos saber que todos los ámbitos de su vida -familia, centros educativos, amigos, medios de comunicación, etc.- se convierten en algún momento, o son susceptibles de convertirse, en espacios de exclusión. Duros testimonios de numerosos de estos chicos y chicas que, por otra parte, mostraban una gran seguridad en sí mismos, en sus deseos, así como una fuerte esperanza en un futuro en el que se les tendrá en cuenta y se les dejará tomar sus propias decisiones sin miedo al rechazo.

El encargo recibido por parte de los ayuntamientos de Coslada (Madrid) y de San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria) de reproducir en sus centros educativos la investigación *Homofobia en el Sistema Educativo* permitió profundizar y completar algunos de los datos reflejados en la misma. Por un lado, este nuevo estudio, *Actitudes ante la diversidad sexual de la población adolescente de Coslada (Madrid) y San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)*³, concentraba en solo dos municipios la muestra. Pero se trataban de dos lugares con perfiles sociológicos muy dispares: una población con fuerte presencia de inmigración y una localidad con gran presencia de turismo gay (Maspalomas está en el término municipal de San Bartolomé). Por otra parte, la participación de los ayuntamientos nos permitió tener acceso a la casi totalidad de la población adolescente: más de 4.600 jóvenes fueron encuestados. ¿Los resultados? Prácticamente idénticos.

Esta investigación, además, preguntaba por primera vez por la identidad sexual de las y los jóvenes. De este modo, podemos saber que un 15% de la población adolescente no se define como heterosexual. Cualquier porcentaje sería suficiente para tomar en consideración la educación en el respeto a la diversidad afectivo-sexual. Pero si estamos hablando de que afecta directa y personalmente a una sexta parte del alumnado, tal vez veamos que no estamos tratando de un tema menor.

Con estos antecedentes es como se abordó este cuarto estudio. Es importante empezar a definir con más detalle cuál es la situación que vive ese porcentaje – sea el 5% que se define directamente como LGTB o el 15% que no se manifiesta como heterosexual- de adolescentes, qué déficits educativos encuentran, con qué riesgos se enfrentan, qué imagen ven reflejada cuando se observan en el espejo de los medios de comunicación.

Y esto es lo que nos hemos encontrado de nuevo: altos índices de violencia psicológica y física, numerosos riesgos de exclusión, falta de referentes,

² Galofré, G., Generelo, J. Y Pichardo, J.I. coord. *Adolescencia y sexualidades minoritarias: voces desde la exclusión*. Alcalá Editorial. Alcalá la Real, 2008.

³ Pichardo, J.I. coord. *Actitudes ante la diversidad sexual de la población adolescente de Coslada (Madrid) y San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)*. FELGTB, 2007. www.felgtb.org.

información y educación, carencia de recursos... La realidad es tozuda. ¿Cuántas más pruebas tenemos que dar hasta que las autoridades responsables del bienestar y la educación de la juventud se den por aludidas y decidan afrontar el problema de la homofobia y la transfobia –invisibilizado en los planes genéricos de lucha contra la exclusión- entre la juventud y, muy especialmente, en el Sistema Educativo? ¿Cuándo alguien va a ayudar a las familias a superar las crisis que con frecuencia viven al conocer que uno o una de sus miembros es LGTB?

La investigación termina con una serie de recomendaciones enfocadas a instituciones e investigadores. Este estudio no cierra nada. Abre puertas al conocimiento, aporta pistas y caminos que, ahora, debe transitar quien tiene medios para hacerlo y posibilidades de lograr un cambio efectivo en el acceso a la felicidad de millares de jóvenes.

alto número de las y los jóvenes encuestados mantienen relaciones sexuales, un 84%, y el promedio de inicio es 16 años. La media de inicio de relaciones sexuales en las poblaciones pequeñas es de 15 años, en las medianas de 17 y en las grandes de 16. Cabría tener en cuenta la importancia de esta demanda, entendiendo que no está cubierta por los servicios y programas de sexualidad y salud sexual, en general enfocados exclusivamente para la población heterosexual.

- Es de vital importancia un estudio cualitativo sobre **la juventud transexual**. A partir de su biografía, sus condiciones de vida, sus expectativas, deseos y necesidades. La transexualidad implica una vivencia no de la orientación del deseo sino de la propia identidad. Y es por su posición minoritaria dentro de la juventud LGTB, por la que no puede ser explicada a partir de un análisis cuantitativo de la misma.

Conclusiones: ¿Jóvenes como los demás?

Jesús Generelo Lanaspá,
coordinador del Área de Educación de la FELGTB.

Como se ha dicho, no se trata de sacar conclusiones definitivas sobre una población, la juventud LGTB, difícil de definir y de cuantificar. El estudio se ha hecho sobre aquellos/as que han querido y podido participar, y que se han identificado con la problemática que se pretendía visibilizar. Por ello, si bien no podemos considerar esta muestra como representativa, sí podemos definirla de significativa. Y mucho.

Los resultados obtenidos están, exactamente, en la misma línea abierta por las tres investigaciones citadas en el prefacio. Vuelven a poner sobre la mesa los mismos problemas, los mismos déficits sociales y educativos. Además, aportan nuevas pistas para desmontar algunos viejos estereotipos sobre la población LGTB y sobre algunas cuestiones que nos deberían hacer reflexionar. Veamos, brevemente, un resumen de todo lo expuesto en las páginas anteriores.

Para empezar, la población LGTB no tiene un perfil mayoritariamente masculino. A pesar de las dificultades de las lesbianas para visibilizarse, en este informe hecho sobre jóvenes, no hay tanta diferencia cuantitativa entre informantes masculinos y femeninos. El perfil, pues, del joven LGTB sería –según este estudio- un chico y una chica que vive en cualquier punto de España, sea éste una pequeña población o una gran urbe; que se inicia en la sexualidad homoerótica en torno a los 16 años; que maneja información y establece contactos gracias a la herramienta de Internet pero que no recibe ni educación ni información adecuada sobre su realidad afectiva y sexual ni por parte de su familia, ni de sus educadores ni, mucho menos, de los medios de comunicación; es un/una joven que siente mayor rechazo por parte de los hombres que de las mujeres, al que le cuesta más desarrollar una amistad con hombres que con mujeres heterosexuales, que confía antes en su madre que en su padre, pero que no tiene automáticamente asegurado el apoyo familiar.

Por otra parte, es un/una joven que está expuesto con demasiada frecuencia a la violencia, sobre todo psicológica, pero también, en ocasiones, física. En este sentido, sí son los varones quienes la viven en mayor grado. Tal vez porque tienen una mayor visibilidad –aquí convendría preguntarse, ¿es que la invisibilidad no es otra forma de violencia?-. Un/una joven que tiene más dificultades para ser aceptado en las localidades pequeñas que en las grandes, probablemente por el control y la presión social que se vive en aquéllas.

Hay muchas cuestiones interesantes que se sugieren en este estudio. Con frecuencia se habla del aumento de homofobia y transfobia que puede producir en España la llegada de una importante población inmigrante. Lo que este estudio plantea es que entre esa población también llega un importante porcentaje de gente perteneciente a minorías sexuales. Conviene destacar que el 5'8% de los informantes ha nacido fuera de España y que un 6'4% son hijo/as de inmigrantes.

Unos datos contundentes: el 66% de los/las jóvenes encuestados afirma no pertenecer a ninguna religión. Interesante en un país con cerca de un 76%⁴ de católicos. De entre los que sí se incluyen en alguna, el 71% no la practica. Si hablamos de territorios de exclusión para los jóvenes LGTB, sin duda hay que poner en un lugar destacado la religión. La actitud de intolerancia e incluso de agresividad verbal que practican la mayor parte de las religiones puede estar produciendo un rechazo radical por parte de las nuevas generaciones de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales, que parecen no estar dispuestas a aguantar por más tiempo unas imposiciones morales totalmente irreconciliables con su realidad más íntima y profunda.

Preguntas hay muchas y todas de importante calado: ¿vamos a seguir permitiendo que la juventud LGTB solo obtenga la información y la ayuda que necesitan a través del movedizo territorio de Internet?, ¿no vamos a ofrecerles oportunidades y espacios seguros de socialización?, ¿vamos a seguir dándoles la espalda, no contando con sus necesidades en las políticas educativas y en las destinadas a la juventud?. ¿Van a continuar los medios de educación hablando de estos colectivos sin ajustarse a su realidad, sin aportar pluralidad, diversidad y complejidad en los referentes y en los tratamientos de la homosexualidad, la bisexualidad y la transexualidad? Por lo que parece, la juventud LGTB no considera que la diversidad sexual esté de moda –como dice otro estereotipo- ni que aparezca correcta representada.

Una última cosa. Todas las encuestas, e incluso la percepción cotidiana, indican que la población española acepta cada día más la diversidad afectivo-sexual. Un estudio reciente presentado por el Ministerio de Igualdad recoge que solo un 16%⁵ de los jóvenes rechaza el matrimonio entre personas del mismo sexo. Sin embargo, sigue habiendo un desfase importante entre lo que se responde cuando se habla de diversidad en un plano teórico y cuando esa diversidad se encuentra en la propia familia o entre la gente próxima. La dificultad para asumir la homosexualidad, la bisexualidad o la transexualidad de una persona cercana viene reflejada por esos elevados porcentajes de actitudes negativas percibidas en el interior del hogar. Eso, teniendo en cuenta que uno/a de cada tres no le cuenta a su madre su realidad y casi uno de cada dos no lo hace con su padre. En una sociedad tan preocupada por el bienestar de las familias, esta cuestión también se presenta de un modo claramente emergente.

Muchas preguntas, muchos problemas presentes, muchas sugerencias de vías que convendría profundizar. Ese era el objetivo de este estudio: crear inquietudes. Sin embargo, no debe interpretarse esta investigación de una manera pesimista. Estos chicos y chicas ven en el horizonte la posibilidad de formar sus propias familias, tienen, mayoritariamente, amigos que les quieren y aceptan, encuentran sus fórmulas para obtener la información y los contactos que necesitan, se relacionan entre sí, tienen parejas, amor, vida sexual... ¿Cómo cualquier otro chico o chica heterosexual?

⁴ Fuente: CIS, 2008.

⁵ Fuente: Informe Juventud en España, 2008. Instituto de la Juventud.

ANEXO 3

[31/01/11] La FELGTB, Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales dedicará los próximos doce meses a renovar, impulsar e intensificar el compromiso de comunidad LGTB con la prevención del VIH y de otras infecciones de transmisión sexual, en un marco de defensa y promoción de la salud sexual, así como con la solidaridad y el apoyo a quienes viven con el VIH, defendiendo su dignidad y derechos y combatiendo su estigmatización, discriminación y marginación social. Bajo el lema 2011 en positivo: más salud, más solidaridad la Federación pretende además conseguir despertar la conciencia de toda la sociedad porque pese a que hay colectivos sociales más vulnerables, la infección por VIH/sida afecta a todas las personas, ya que cualquiera puede infectarse si mantiene comportamientos de riesgo.

Uno de los motivos para esta elección es que los datos epidemiológicos que indican que la infección por VIH afecta de una manera desproporcionada a los hombres gays, bisexuales y otros hombres que tienen sexo con otros hombres (HSH) y a las mujeres transexuales y los varones trabajadores del sexo. Otro que este año, el 5 de junio, se celebrará el 30 aniversario del descubrimiento en Estados Unidos de los primeros casos de sida, una enfermedad que ha llegado a ser una auténtica pandemia, presente en todo el mundo y afectando a individuos, familias, comunidades y países.

La FELGTB ha aprovechado también para presentar hoy un Informe sobre “La infección por VIH/sida en la comunidad LGTB. Transmisión y prevención” que hace un análisis del impacto actual de la infección por VIH/sida a nivel epidemiológico como de los factores de riesgo y vulnerabilidad que están dificultando una protección adecuada frente a la infección. Asimismo, el documento concluye con una serie de reivindicaciones que pretenden dar respuesta a las necesidades y retos de la comunidad LGTB frente a la infección por VIH y el sida, entre las que están:

- Ampliar y diversificar nuestras intervenciones preventivas, mejorando su eficacia y eficiencia.
- Facilitar la prevención positiva, la implicación y participación de quienes viven con VIH.
- Apoyar el fortalecimiento asociativo del movimiento LGTB.
- Promocionar, facilitar y normalizar la realización de la prueba del VIH, contribuyendo a su normalización social.
- Facilitar el conocimiento y la accesibilidad de la Profilaxis Post Exposición No Ocupacional (PPENO).
- Promover y facilitar el acceso universal y a menor precio a materiales preventivos para el VIH y otras ITS.

- Una mayor y mejor atención por parte de las administraciones sanitarias a la salud LGTB y desde una perspectiva integral.
- Un pacto por la salud sexual entre los partidos políticos y las distintas administraciones.
- Posibilitar una relación abierta y de confianza entre los pacientes LGTB y el personal médico y sanitario, mediante su formación en sexualidad humana y salud sexual
- Implementar y desarrollar políticas, programas y servicios relacionados con el consumo de alcohol y otras drogas, dirigidos específicamente a la población LGTB
- Un pacto por la educación sexual de toda la población y en especial de la juventud, entre los partidos políticos y las distintas administraciones
- Programas de intervención en el ámbito educativo para fomentar el conocimiento de la realidad de la homosexualidad, bisexualidad y transexualidad y posibilitar que los centros educativos sean espacios seguros frente al acoso por razón de orientación sexual o identidad de género.
- Estudiar, investigar y conocer mejor las problemáticas y necesidades de salud de la población LGTB, y los factores que facilitan la vulnerabilidad de población LGTB al VIH.
- Seguir invirtiendo fondos para la investigación sobre la prevención, tratamientos y vacunas del VIH.
- Una mayor y mejor comunicación sobre la realidad actual de la infección por VIH y el sida, en sus distintas facetas, adaptada a la realidad y necesidades de la población LGTB.
- Una mayor participación del movimiento asociativo LGTB y de lucha contra el VIH y el sida en las políticas sanitarias autonómicas relativas a la infección por VIH/sida.
- Seguir estrechando la colaboración entre asociaciones y ONG's tanto LGTB como de lucha contra el VIH.
- Elaborar una Estrategia de prevención de la transmisión del VIH y otras ITS en población LGTB, 2012-2017
- Aumentar la inversión y recursos económicos, públicos y privados, empleados en la prevención, la investigación, los tratamientos y la sensibilización social relacionados con el VIH y el sida.
- Realizar la asignación de recursos económicos de acuerdo a la realidad y prioridades epidemiológicas, primando la intervención con la población LGTB y la participación efectiva de las ONG's LGTB.

- Dotar a la Secretaría del Plan Nacional del Sida, así como a los Planes y Programas autonómicos de Lucha contra el Sida, de mayores recursos económicos, humanos, técnicos y materiales.

- Avanzar en la plena normalización social de la homosexualidad, la bisexualidad y la transexualidad. En ese sentido, reclamamos al Partido Popular la retirada del recurso planteado ante el Tribunal Constitucional a la Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio.

- Políticas y normativas antidiscriminatorias en el ámbito laboral para proteger los derechos y el trabajo de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales y de las personas que viven con el VIH

- Un compromiso real de la sociedad, las instituciones, los partidos políticos y los medios de comunicación la lucha contra la LGTBfobia y la sidafobia, allá donde se produzca, en cualquier ámbito o país.

ILUSTRACIÓN 1



ILUSTRACIÓN 2

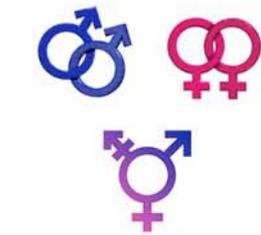


ILUSTRACIÓN 3



ILUSTRACIÓN 4



ILUSTRACIÓN 5



ENCUESTA OPINIÓN POR PARTE DE LA COMUNIDAD LGTBI

Información básica

Sexo

- M
- F
- Ninguno

Orientación sexual

1. ¿Conoces la terminología LGTB?

- Si
- No

2. ¿Cuál es el motivo de la celebración del Orgullo Gay?

- Conmemorar un momento histórico de la lucha por la igualdad
- Comercializar la imagen de la comunidad homosexual para normalizarla
- Es solo un pretexto para hacer fiesta y exhibirse
- Llamar la atención de las personas y crear unión en la comunidad

3. ¿Has asistido alguna vez al Orgullo Gay?

- Si
- No

4. ¿Por qué si?

- Por diversión con mis amigos
- Costumbre. Lo hago regularmente todos los años
- Creo que es una manera de lograr más avances
- Creo que es una buena manera de mantener los derechos que tenemos

5. ¿Por qué no?

- No me identifico con ese tipo de celebraciones
- No creo que sirva de nada
- No tengo con quien ir
- Nunca me lo había planteado

6. ¿Crees que el resto de la sociedad entiende la celebración del Orgullo Gay?

- Si
- No

7. ¿La homosexualidad está socialmente aceptada en España?

- Si
- No

8. ¿Te sientes cómodo con tu sexualidad dentro de la sociedad española?

- Si
- No

9. ¿Crees que la comunidad ha ganado un nivel de igualdad óptimo, legalmente, a día de hoy?

- Si
- No

10. ¿Estás al corriente de los derechos que aun no tiene la comunidad? Y de las acciones que se toman para alcanzarlos?

- Si y Si
- Si y No
- No y No
- No y Si

11. ¿Crees que la imagen que da la comunidad al resto de la sociedad es buena?

- Si
- No

¿Por qué?

Preguntas opcionales:

¿Alguna vez has sido víctima de discriminación por tu orientación sexual? Si tu respuesta es afirmativa, ¿cuántas veces?

¿Qué crees que necesita hacer la comunidad para tener más logros de camino a la igualdad?

ENCUESTA OPINIÓN POR PARTE DE LA SOCIEDAD

Información básica

Edad

Sexo

- M
- F
- Ninguno

1. ¿Conoces la terminología LGTB?

- Si
- No

2. ¿Cuál es el motivo de la celebración del Orgullo Gay?

- Conmemorar un momento histórico de la lucha por la igualdad
- Comercializar la imagen de la comunidad homosexual para normalizarla
- Es solo un pretexto para hacer fiesta y exhibirse
- Llamar la atención de las personas y crear unión en la comunidad

3. ¿Has asistido alguna vez al Orgullo gay?

- Si
- No

4. ¿Por qué si?

- Por diversión con mis amigos
- Costumbre. Lo hago regularmente todos los años
- Creo que es una manera de lograr más avances
- Creo que es una buena manera de mantener los derechos que tenemos

5. ¿Por qué no?

- No me identifico con ese tipo de celebraciones
- No creo que sirva de nada
- No tengo con quien ir
- Nunca me lo había planteado

6. ¿Crees que el resto de la sociedad entiende la celebración del Orgullo Gay?

- Si
- No

7. ¿La homosexualidad está socialmente aceptada en España?

- Si
- No

8. ¿Crees que la comunidad homosexual ha ganado un nivel de igualdad óptimo, legalmente, a día de hoy?

- Si
- No

9. ¿Estás al corriente de los derechos que aun no tiene la comunidad? Y de las acciones que se toman para alcanzarlos?

- Si y Si
- Si y No
- No y No
- No y Si

10. ¿Crees que la imagen que da la comunidad homosexual, al resto de la sociedad, es buena?

- Si
- No

Pregunta opcional:

¿Alguna vez has sido víctima de discriminación por tu color de piel y/o género? Si tu respuesta es afirmativa, ¿cuántas veces?

¿Crees que los negros y las mujeres han tenido un mayor avance que la comunidad homosexual? Si tu respuesta es "sí", ¿qué crees que deben hacer para avanzar más hacia la igualdad?