

Turismo y Género

Sandra Canudas Maturana

 Sandra Canudas Consultoría Viajes
  @turismoymgenero

www.consultoriaviajes.com

Copyright © 2006-2012
 sandra@consultoriaviajes.com
 www.kunfrazmundo.com
 www.consultoriaviajes.com

Compañías aéreas

Lynxjet



LYNXjet Promotional Campaign.

Ryanair



APRIL

Regiones



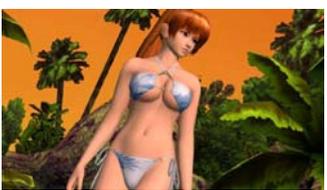


Si aparecen mujeres de espaldas, acostadas o con los ojos cerrados (Según la 4ª de Goffman) :
 la mujer es el **objeto** de mirada y por tanto, con una **actitud pasiva**.

Centros comerciales y Áreas de ocio



Videojuegos



Un hombre junto a una mujer oriental en la publicidad de una compañía aérea (Año 2000) . El texto del spot es:
 "Tener un rollito en primavera está a 87.000 pesetas"

El lenguaje sexista y los estereotipos son parte de lo que se analiza en la planificación turística desde una perspectiva de género

La información turística tiene contenido de interés relacionado con el ocio y nuestro modo de vivir

¿No tendemos a destacar el vínculo sensual en la promoción turística?

¿Porque es importante? La promoción exótica y erótica que impera en el turismo influyen en las relaciones de poder impidiendo una construcción social de género

Nuestro deber social: la no discriminación por razón de sexo

Dentro de las categorías, el mayor % de anuncios sexistas aparece en:
 "Plataformas televisivas y la radio" (100%),
 "Automoción y accesorios" (85,7%) y "las energías" (83,3%).
 Las menos sexistas son: "ocio, turismo y cultura" (18,2%),
 "electrónica de consumo y electrodomésticos" (20%).

¡NO OLVIDES en los medios la perspectiva de género!

CUIDADO CON la comercialización del cuerpo, poses provocativas, el trato como un objeto, los semidesnudos sin guardar una relación con los productos a exponer...

En los textos **CUIDADO CON** incluir siempre los genéricos masculinos:

Sr/sra.	"Los usuarios y usuarias de internet del hotel..."
Estimado/da	"Los y las turistas que han contratado un tour..."
Administrativo/iva	Los abonados- Las personas abonadas
El interesado- La persona interesada	Los ciudadanos- La ciudadanía
No apto para niños- No apto para la infancia	Los profesionales del sector hotelero - Profesionales del sector
Los pilotos y las azafatas-	El personal de vuelo

El "género" es una transformación que hace la sociedad de la sexualidad en provecho de la actividad humana, se podría denominar un "sexo psicológico"

La inclusión del factor cultural predispone a determinados comportamientos

En definitiva, el sexo y el género no son lo mismo

La perspectiva de género en el turismo no solo tiene visión de MUJER




Enfoque de Género en Políticas de Turismo

- En turismo se habla de SOSTENIBILIDAD e integra la perspectiva de género
¿Por qué? El turismo incluye aspectos como la raza, clase o género y magnitudes políticas, culturales o ambientales que la hacen perfecta para la sostenibilidad y el cambio social.
- El turismo está relacionado con **el crecimiento económico ≠ desarrollo:**
 - Impacto medio ambiental
 - Mala distribución de los recursos generados
 - Precariedad laboral y la discriminación
 - Factores negativos sobre la mejora de capital.

No es tanto la distinción sexual hombre-mujer como la función de lo femenino y lo masculino desde una perspectiva política, cultural y social.

EN TURISMO PODEMOS MEJORAR LAS DINÁMICAS DE RELACIONES DE GÉNERO

¿Cuándo habéis dormido en un hotel, os fijasteis quién por ejemplo limpiaba las habitaciones?



¿Las empresas y los departamentos de recursos humanos siguen estereotipando las profesiones según un rol de género?

¿Creéis que se sigue empleando a las mujeres como encargadas de limpieza, azafatas y a los hombres como jardineros o conductores?



En turismo por cada empleo directo se generan entre 3 y 5 puestos de trabajo indirecto.

Según la OMT el turismo es la actividad principal generadora de empleo a nivel mundial representando un 13% del total de empleos creados y confirmándose la presencia mayoritaria de mujeres en el empleo turístico.

Pasos: la igualdad en el Turismo

- Difunde la conciencia de turismo y género
- Crea servicios que ayuden a las mujeres a hacer frente a la doble carga de trabajo
- Desafía los roles y estereotipos tradicionales relacionados con la fuerza de trabajo y facilita el empoderamiento de las mujeres
- Forma emprendedores/as. Si el lugar ya se considera como atractivo turístico la exigencia del consumidor obligará a la mayor profesionalización de las personas que trabajan en el sector.
- Incorporación de mujeres a consejos de administración. Un grupo homogéneo directivo formado solo por hombres con perfiles similares en empresas turísticas internacionales se queda escaso

- Identificar y repasar las relaciones sexistas en la industria del turismo y como ésta afecta a las poblaciones locales
- Esforzarse en investigar y estudiar mediante la creación de encuestas
- Turismo sexual: eliminar la base cultural creadora de la industria turística sexual con el control de los problemas sanitarios, investigando sobre los ingresos de dicha actividad, sabiendo quien los recibe y la autoridad de los sujetos involucrados en estas operaciones.
- Integrar criterios de género en el marco normativo para ir eliminando esquemas sociales discriminatorios. Las mujeres tienen trabajos más eventuales, peor pagados y de menor posibilidad de promoción que los hombres
- Con el aprovechamiento de las nuevas tecnologías es importante el diálogo y la creación de redes de mujeres.

-El trabajo fuera de casa de la mujer permite logros de equidad de género y cambios en las estructuras sociales: auto-independencia económica o incremento de conocimientos pero CUIDADO si el trabajo está relacionado con estereotipos femeninos crea también un aumento de la carga del trabajo y refuerzo del papel tradicional femenino (ama de casa)

-Otras políticas: creación de autoempleo y trabajo asalariado gestionadas por mujeres; programas de micro-crédito; facilitar la propiedad e información

- Impartir programas de sensibilización dirigidos a los hombres

-Gestionar de forma local: tour operadores autóctonos que permiten que no haya fuga de ingresos y que exista un equilibrio de la vida tradicional

Experiencias clásicas

Caso Africano. Gambia, Senegal, Mali..

En países subdesarrollados integrar:

- + Aplicación de derechos humanos principalmente de mujeres e infancia
 - + Dar financiación a las mujeres y a los temas de género
 - + Incluir información y formación correcta
 - + Controlar la publicidad sexista
 - + Distribuir equitativamente los recursos y los gastos generados en turismo
 - + Aplicar la legislación sobre igualdad (nivel laboral o social etc.)
- Desarrollo sostenible, en conclusión un futuro para el turismo, la economía y la sociedad.**

Caso Caribeño. Barbados: Género y Desarrollo del Turismo.

Turismo comunitario crea sueldos y oportunidades para las mujeres cambiando sus roles tradicionales y modificando pautas de empleo. Ej. un pueblo de pescadores donde los turistas acostumbraban a parar en los puestos de comida de las mujeres y finalmente estos escenarios eventuales acabaron formalizándose en negocios prósperos consolidados.

Caso América Latina. "Empleo de la mujer en la

actividad turística en la Isla de Margarita": Las diferencias salariales en la industria turística. Averiguar:

El perfil social y académico de las mujeres

El cargo que ocupan en el negocio

La legislación en materia de participación de la mujer

¿Porqué investigar? Se quería incorporar una herramienta de perspectiva de género y analizar el impacto social generado en la gente local debido a la actividad turística

Caso asiático. El turismo sexual. La creación de programas estatales, trabajar en la educación y modificar la legislación para conseguir crear empleo ayudarían a trasladar a estas/as trabajadoras hacia otros sectores modificando los mercados turísticos y la demanda sexual existente

Caso Europeo. Género y turismo rural en la costa coruñesa. El papel de la mujer en las actividades de turismo rural. A través de entrevistas en profundidad a casas rurales se miró la división de tareas entre los miembros de la casa, la jornada laboral, qué tareas desempeña cada uno. Conclusión: un aumento de la carga del trabajo y de mayor refuerzo del papel tradicional femenino como ama de casa.

¡VISIÓN EMPRESARIAL ¡LOS NÚMEROS NO ENGAÑAN!

Las vacaciones familiares las organizan las mujeres:

Elegir el destino y el alojamiento es aproximadamente en el 67% de los casos tarea de ellas

¿Porqué no incluir reclamos que interesen a ambos?!



Productos creativos de impacto de género:

La especialización de los productos turísticos también se aplican al género

¡Innovación, creatividad, sostenibilidad y beneficios económicos!



.Creación de rutas guiadas con perspectiva de género.

Rutas turísticas guiadas con perspectiva de género por diferentes lugares. Las rutas descubren el patrimonio cultural y turístico a través de personajes femeninos.

¡ Disfrutar del entorno y tomar conciencia de las relaciones de poder mediante una oferta de rutas !



-Hoteles que “se feminizan” entendienddo por feminización el modificar los valores de la sociedad reconociendo también los valores femeninos.



-Turismo de Salud. Balnearios y Spas:

El turismo de salud es una oportunidad de negocio en el nicho de la mujer (Según la Asoc.int.de Spas todos los países sin excepción coinciden en que hay un % más alto de consumidoras).



-Nueva forma de turismo en Japón “Las montañas son para las mujeres”

¡Un ocio que ya venden más de 80 tour operadores !



-Playas exclusivas: En Italia en una zona de balnearios de la Costa Adriática, existe una playa exclusiva para mujeres. También existen en países de cultura musulmana (P.ej. Egipto)

sandra@consultoriaviajes.com
www.vueltasalmondo.com
www.consultoriaviajes.com

