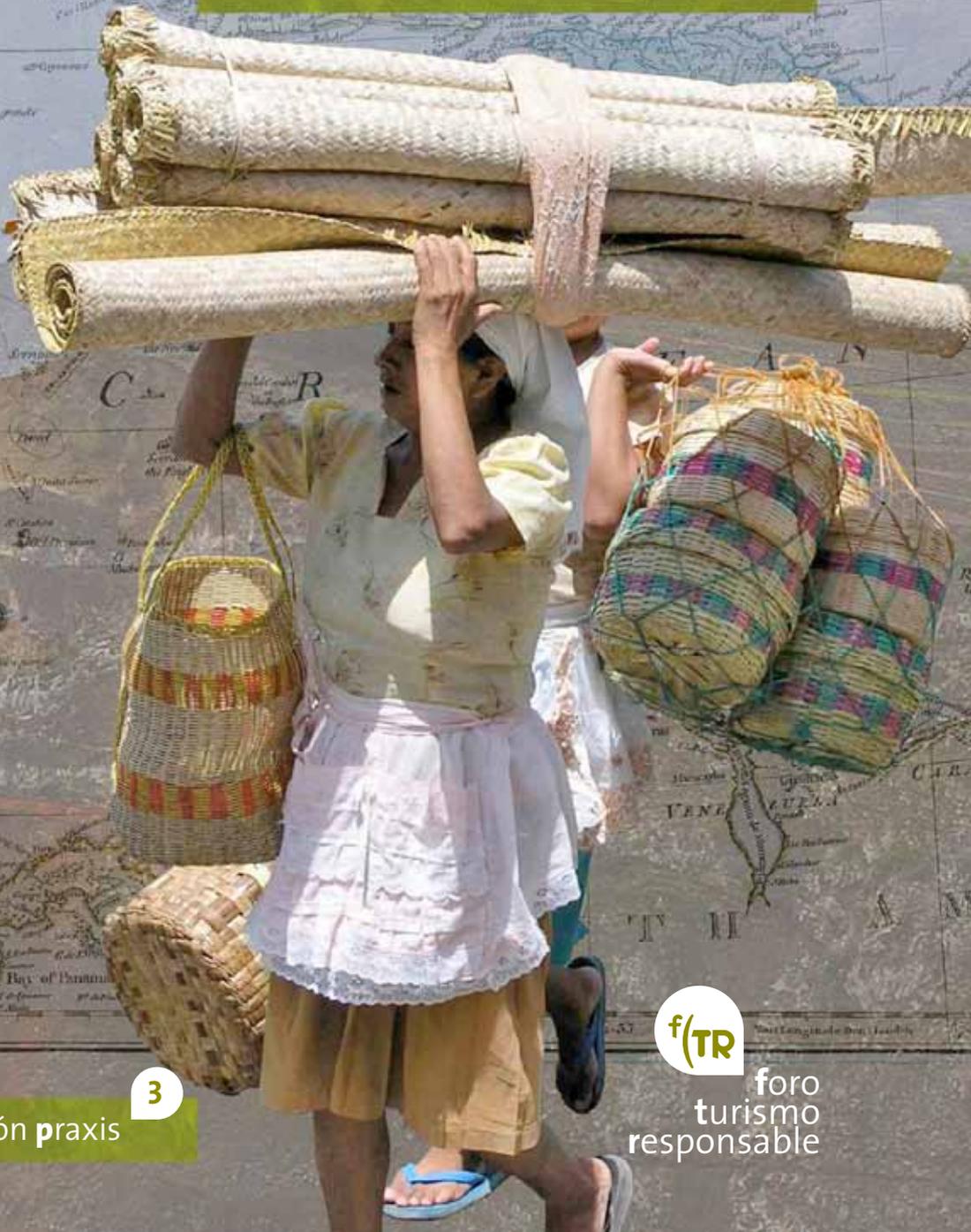


¿equidad de género en el turismo? muchas sombras y algunas luces

aproximación a tres experiencias
de turismo no convencional



colección praxis

3



foro
turismo
responsable

La colección **praxis** pretende identificar y analizar propuestas turísticas concretas, desarrolladas tanto en los países del Sur como del Norte, cuyo modelo sea socialmente justo, equitativo en términos económicos, sostenible desde una perspectiva ambiental y culturalmente respetuoso.

La difusión de estas propuestas se desarrolla en el marco de una estrategia de sensibilización ciudadana sobre el uso y disfrute responsable de los servicios turísticos y la concienciación de los impactos devenidos del modelo convencional de turismo.

Los trabajos elaborados están dirigidos a organizaciones sociales y a público en general interesados en conocer experiencias desarrolladas en el marco del movimiento del turismo responsable.

PRAXIS es una colección editada por el Foro de Turismo Responsable que tiene como una de sus líneas principales de actuación el análisis del turismo y su uso como instrumento de cooperación.



¿equidad de género en el turismo? muchas sombras y algunas luces

aproximación a tres experiencias
de turismo no convencional

colección **praxis**

3


foro
turismo
responsable

**¿equidad de género
en el turismo?
muchas sombras
y algunas luces**

**aproximación a tres experiencias
de turismo no convencional**

Colección Praxis, número 3
Primera edición, febrero de 2015

Edita: **Foro de Turismo Responsable.**

Alcalá 196, 28028 Madrid (España) www.foroturismoresponsable.org

Autores: Clara Murguialday - UCA “Tierra y Agua” en Nicaragua
Daniela Moreno Alarcón¹ y Nuria Tovar Velázquez - ICID. Cabo Verde
Federica Carraro e Ivanka Puigdueta - SODEPAZ. América latina y Palestina

Fotos de la portada: Stalhmam y Lon & Queta

Diseño y maquetación: El Gos Pigall

Imprime: Imprenta Romeu

Esta publicación ha recibido el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo - AECID (proy. 11-PR1-401). Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y de las entidades que lo editan, y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.

Depósito legal: M-6002-2015

ISBN: 978-84-617-3956-1

Esta obra se publica bajo licencia Creative Commons con algunos derechos reservados: se permite la libre reproducción, difusión, distribución y exhibición con la condición de que no sea para uso comercial, se acredite a los autores y la procedencia, y no se realicen obras derivadas sin el conocimiento y permiso expreso de los autores.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Foro de Turismo Responsable 9

¿EL TURISMO RURAL COMUNITARIO CONTRIBUYE AL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES?

La experiencia de la UCA “Tierra y Agua” en Nicaragua
Clara Murguialday 17

REFLEXIONES Y PROPUESTAS PARA UN TURISMO RESPONSABLE CON ENFOQUE DE GÉNERO

La experiencia en la Isla de Santo Antão, Cabo Verde
Daniela Moreno Alarcón y Nuria Tovar Velázquez 65

LOS VIAJES SOLIDARIOS DE SODEPAZ

Un estudio desde La òptica de las y los consumidores del producto turístico
Federica Carraro e Ivanka Puigdueta 105

INTRODUCCIÓN

Presentamos un nuevo libro de la colección Praxis, del Foro de Turismo Responsable, con el que pretendemos aproximarnos al turismo desde una mirada o enfoque de género, fundamentalmente basada en diferentes experiencias de tres organizaciones que forman parte de este Foro: ICID, SODEPAZ y Zubiak Eginez.

Con ello queremos cubrir en cierta medida un “hueco” que venimos detectando en el ámbito de los análisis del turismo, tanto desde un enfoque más teórico como desde la revisión de experiencias concretas vinculadas al turismo, pues si bien existe mucha literatura y se han producido numerosos materiales en el ámbito del género y el desarrollo, éstos análisis no han abordado con tanta frecuencia ni profundidad el fenómeno del turismo como motor –o no– de procesos de desarrollo ni los impactos negativos que en este sentido pudiera generar. Más bien se detecta una tendencia a presentarlo de forma positiva, como factor de empoderamiento –sobre todo económico– para las mujeres, debido a la alta presencia de mujeres trabajadoras en este sector.

Como señala una de las autoras de los artículos, Daniela Moreno, cuando se analiza el turismo desde la perspectiva de género, la mirada debería centrarse en conocer las maneras diferentes en que “las mujeres y los hombres contribuyen, experimentan y se ven afectados, de forma individual y colectiva, por el desarrollo del sector turístico” y esto es, en definitiva, lo que con este documento hemos pretendido desde las tres visiones planteadas.

Otra de las autoras de uno de los artículos, Clara Murguialday, nos advierte que al adoptar este enfoque en el ámbito del turismo lo primero que llama la atención es que gran parte de la literatura en este ámbito parece basarse en el supuesto de que quienes hacen turismo, quienes trabajan en este sector e incluso, quienes investigan sobre el mismo, son personas neutras en términos de género, por lo que abundan categorías generalizadoras como población local, proveedores de servicios o comunidades rurales, lo que hace casi imposible obtener datos desagregados por sexo, necesarios para entender qué les ocurre

a las mujeres y a los hombres que trabajan en turismo. Solo a mediados de los años 90 surgen estudios que pusieran de manifiesto que “el género es un elemento legítimo en la investigación sobre el turismo” (Swain 2005:28) y, de forma más reciente, también la OMT, junto con ONU Mujeres, se ha sumado a esta tendencia de visibilizar el papel de las mujeres en el sector (Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo). Por tanto, y como señala Murguialday, poco a poco se han ido haciendo evidentes dos cuestiones importantes: “una, que mirar la realidad con perspectiva de género es sustancialmente diferente al enfoque de *añádanse mujeres y agítese*; y dos, que la actividad turística tiene efectos positivos pero también negativos en las condiciones de vida de las mujeres y sobre todo, en su posición de discriminación y subordinación a los hombres”.

Comprobamos con agrado, sin embargo, como hay un número creciente de estudios, en su mayoría de investigadoras feministas, que analizan los impactos de género del turismo y que abordan cuestiones clave de este enfoque, como son la participación de las mujeres en el ámbito laboral, la división sexual del trabajo, quién controla los recursos, las oportunidades para el emprendimiento, la desvalorización económica y social del trabajo de cuidado, el fortalecimiento de organizaciones de las mujeres o los nuevos liderazgos femeninos promovidos en el turismo. Es a esta mirada de género más reciente y crítica a la que queremos contribuir desde esta publicación.

En el primer artículo, se expone la evaluación llevada a cabo de la experiencia de turismo rural comunitario de la Unión de Cooperativas Agropecuarias-UCA “Tierra y Agua” (departamento de Granada, Nicaragua) en la que ha participado activamente la organización Zubiak Eginez. La UCA es una cooperativa de segundo nivel que trabaja por hacer realidad el derecho de las familias campesinas a la tierra y por el fomento de la producción agropecuaria. Esta cooperativa cuenta con un programa de turismo, gracias al cual se han abierto nuevas oportunidades de empleo para más de un centenar de personas socias y no socias de las cooperativas, así como nuevos espacios de formación, desarrollo personal e intercambio entre experiencias diversas, propiciando también una mayor valoración de su patrimonio natural y cultural.

La evaluación con enfoque de género llevada a cabo y recogida en este artículo, forma parte de un proceso en el que, con anterioridad, se hicieron esfuerzos por organizar a las mujeres de manera autónoma o por propiciarles condiciones para que reflexionen sobre sus problemas específicos como mujeres y tomen conciencia sobre sus derechos. Aquí se exponen los principales resultados de dicha evaluación, donde se analizó la experiencia turística de la UCA para indagar si ésta ha supuesto un empoderamiento real para las mujeres, teniendo en cuenta diferentes ámbitos e indicadores desde los que poder verificarlo, tales como: el acceso y control de los recursos, las tareas o trabajos desempeñados, el nivel de ingresos alcanzado, la participación en espacios de decisión –tanto del proyecto turístico como de la propia cooperativa– y la posible oportunidad generada para la toma de conciencia sobre sus derechos. Sin embargo, la autora nos recuerda que para medir este

empoderamiento no basta con analizar cuánto han mejorado las condiciones de vida de las mujeres o cómo han variado sus porcentajes de participación en las organizaciones comunitarias pues “se necesitan otros indicadores que den mejor cuenta de cuánto poder individual y colectivo ganado por las mujeres en el proceso de superar los factores que les impiden acceder a bienes y servicios vitales, que les niegan el control de los recursos productivos, les limitan el poder de negociación dentro de sus hogares, les excluyen de los espacios donde se toman decisiones sobre asuntos relevantes para sus vidas, les impiden organizarse de manera autónoma y tener su propia agenda reivindicativa, o les dificultan el encuentro con las otras y la reflexión sobre sus particulares temas de interés”.

Sin embargo, la experiencia de participación de las mujeres en los proyectos turísticos de la UCA sí parece haber abierto algunas *grietas* importantes en el muro del dominio masculino en las cooperativas que, aunque no impliquen necesariamente que éstas den lugar a horizontes de empoderamiento real de las mujeres, sí pueden aventurar posibles escenarios para futuras actuaciones conscientes de las mujeres en pro de sus derechos. Los resultados obtenidos muestran que el empoderamiento de las mujeres no surge de modo espontáneo de su participación en el trabajo turístico, sino que debe ser buscado consciente e insistentemente por quienes aspiran a que el rol de las mujeres no se limite a ser un recurso imprescindible y eficiente para el éxito de los proyectos de turismo rural comunitario.

El segundo artículo, parte de una aproximación al análisis del turismo con enfoque de género desde las diferentes perspectivas o líneas de trabajo que con más frecuencia han sido manejadas. En primer lugar se aborda desde el turismo sexual, pues con mucha frecuencia el turismo con perspectiva de género se ha asociado netamente –o casi exclusivamente– con esta cuestión. Este análisis conduce inevitablemente a temas más complejos, como es la trata de personas con un fin de explotación sexual y su relación con la pobreza, y pone en evidencia que determinados modelos de gestión turística pueden acabar siendo la puerta de entrada de estas lacras sociales, expresión extrema de la vulneración de los derechos de muchas mujeres y niñas. En un segundo momento se analiza el turismo como mecanismo para el empoderamiento económico de las mujeres, donde se detecta un notable auge de esta línea de acción, sobre todo en proyectos de cooperación para el desarrollo que impulsan el emprendimiento turístico y la incorporación de las mujeres en las políticas de financiación. En este apartado se alerta contra la instrumentalización del empoderamiento y de las propias mujeres para otros fines, más ligados al crecimiento económico o la generación de riqueza, y se advierte que, si bien el turismo puede suponer una importante vía de acceso para las mujeres al mundo laboral, no necesariamente es una vía para mejorar su calidad de vida o su empoderamiento desde una perspectiva más integral (como ciudadanas, a nivel personal, social...). Por último, se hace una aproximación al turismo con enfoque de género desde la perspectiva de la sostenibilidad medioambiental, tal vez la menos abordada hasta le

fecha, donde se destaca y valoriza el papel de las mujeres en el uso y protección de los recursos naturales. Se parte de que el concepto de sostenibilidad suele identificarse más bien con su dimensión ecológica, relegando los aspectos más sociales; sin embargo, las autoras apuestan por una concepción de la sostenibilidad vinculada a la equidad, sin la cual creen que ésta no resultaría posible. Se destaca que el turismo hace un uso importante de los recursos naturales, a los que convierte en atractivos turísticos que, por lo general, son fundamentales para el bienestar y la vida cotidiana de la población local y, en especial, de las mujeres. Por ello, abordar el turismo desde un enfoque de género y medioambiente debe conducir a poner en el centro de cualquier intervención turística la “sostenibilidad de la vida”, y no los intereses de la gran industria del turismo.

A continuación, este segundo artículo presenta una experiencia que llevó a cabo la organización ICID en la Isla de Santo Antão, Cabo Verde, a partir de un proyecto de cooperación y desarrollo local que tenía como eje principal el turismo sostenible y donde se llevó a cabo un proceso de reflexión y un diagnóstico participativo para incorporar el enfoque de género en el mismo. En el documento se comparten las principales reflexiones de este proceso y algunas herramientas del diagnóstico realizado, pues se considera que de ellas pueden extraerse algunas pautas a tener en cuenta en otros contextos o iniciativas turísticas donde el enfoque de género pretenda ser un eje prioritario de actuación. Finalmente las autoras defienden la necesidad de abordar el turismo desde un enfoque de género para avanzar hacia un modelo de turismo realmente responsable y sostenible.

El último de los artículos, centra el análisis sobre otro de los elementos básicos de la actividad turística, como son los propios turistas, en particular las personas que optan por emprender viajes de Turismo Solidario. Los datos necesarios para este análisis que se somete a vuestra consideración, se obtuvieron del Programa de Turismo Responsable que ofrece SODEPAZ en las ediciones entre 2007 y 2013. El objetivo de este Programa no es la modificación, ni tampoco la mejora, de las realidades de las sociedades receptoras del turismo, sino generar, o impulsar, cambios positivos en las personas que elijen esta alternativa como forma de viajar. Se trata de una actividad de sensibilización que pretende contribuir a impulsar la “transformación” de las viajeras, y tal vez, como efecto colateral, de su entorno inmediato, bajo la premisa de que una sociedad más consciente dará lugar a una comunidad global más solidaria.

Encontrar estudios que analicen los impactos del turismo sobre las turistas, y menos aún, que evalúen esta participación y recojan información desde un enfoque de género, es poco habitual. Como es poco habitual que se evalúen los programas de sensibilización con herramientas homologables, hecho que impide, como sucedió en este caso, poder comparar los programas aparentemente similares que ofertan diferentes organizaciones. A pesar de esta dificultad se ha realizado esta investigación que ha servido como evaluación *sui generis* del Programa y de la cual se podrán inferir algunas conclusiones interesantes y que, por supuesto, se espera sirva de estímulo para seguir profundizando en la temática.

Tras más de 20 años dedicando esfuerzos a la promoción del turismo solidario, era conveniente observar y analizar los efectos que esta actividad estaba produciendo en los turistas. Por un lado, se quería conocer qué es lo que las viajeras buscan al embarcarse en las propuestas solidarias de SODEPAZ, con la finalidad de saber si lo que se ofrece se corresponde con las demandas, y si ambas cosas coinciden con los objetivos de la organización. Por otro lado, se quería saber si estos viajes sirven realmente a la generación de cambios de actitud en las viajeras. Su implicación en proyectos solidarios de lucha o desarrollo constituye un indicador de cambio, o simplemente de su estado de consciencia, y es por tanto un efecto que se busca conseguir. Por ello, se quiso investigar si, como fruto del viaje realizado, las viajeras se implican en algún proyecto solidario de larga duración, bien con la asociación con la que emprenden el viaje o con cualquier otra, y de qué manera. De igual modo, averiguar el impacto que tienen estos cambios personales en las organizaciones que canalizan estos viajes de turismo solidario y si contribuyen a la constitución de sus bases sociales.

Una característica constante a lo largo de las décadas de funcionamiento de este Programa es la existencia de una ostensible mayor participación femenina sobre el conjunto de las personas viajeras de SODEPAZ, hecho que orientó una parte significativa de este estudio. Este dato despierta una serie de interrogantes harto pertinentes desde la perspectiva de la equidad de género. Algunos de estos interrogantes y reflexiones, que supusieron el punto de partida de este estudio, son: ¿Por qué las mujeres tienen una mayor preferencia que los hombres hacia los viajes de turismo solidario? y ¿la publicidad que las ONGD difunden sobre estos programas de viajes está sesgada hacia las mujeres? Si no es el caso, ¿por qué se alcanza este público en particular? Y si hay un porcentaje considerable de personas que tras el viaje opta por aumentar su implicación social, ¿también se observan diferencias de género?

Como puede apreciarse, los dos primeros artículos muestran dos experiencias diferentes de desarrollo donde la perspectiva de género ha sido contemplada en momentos diferentes, si bien es significativo que en ninguna de ellas se haya hecho desde el inicio del proceso o de una forma integral y sistemática. En la primera de ellas, en el marco de una iniciativa de turismo rural comunitario, este enfoque fue integrado sobre todo en el momento de llevar a cabo una evaluación externa (si bien a lo largo del proceso hubo otras acciones y formaciones más concretas que lo introdujeron); en la segunda, se hizo sobre todo en el marco de un diagnóstico para dar continuidad a un proceso de desarrollo local en torno al turismo ya iniciado. Por su parte, la evaluación sobre los viajes solidarios surgió al detectar una presencia femenina mayoritaria en este tipo de viajes a lo largo de varios años, que se ha tratado de analizar a posteriori desde este enfoque. Si bien esta muestra no puede decirse que sea representativa a nivel más general, sí nos advierte de la frecuente ausencia del enfoque de género en las experiencias de turismo, o más bien de cierta “ceguera” existente en este ámbito en relación a esta perspectiva, como se ha señalado ya.

Desde el Foro de Turismo Responsable hemos querido iniciar por ello este camino de análisis y hacer este primer aporte basado en nuestras experiencias, poniéndonos para ello las “gafas de género” para mirar a través de ellas, de forma crítica, el fenómeno del turismo, al igual que se ha hecho desde otras perspectivas con anterioridad desde este mismo Foro. Esperamos poder dar continuidad a este recorrido iniciado, pues como se ha evidenciado, si bien se detectan y promueven cada vez más nuevas oportunidades y líneas de trabajo con el fin de promover el empoderamiento de las mujeres y un desarrollo sostenible y equitativo a través del turismo, *“cuando se analizan estos aspectos, y otros muchos involucrados en los procesos de empoderamiento de las mujeres y la equidad de género, los resultados muestran que los impactos de género del turismo presentan **algunas luces y demasiadas sombras**”*, como certeramente nos recuerda, una vez más, Clara Murguialday.

**¿el turismo rural comunitario
contribuye al empoderamiento de las mujeres?
la experiencia de la uca “tierra y agua” en nicaragua**

clara murguialday

Diciembre 2012

ÍNDICE

1. Una mirada de género al turismo	21
Impactos de género del turismo: luces y sombras	22
Mujeres en el turismo rural: imprescindibles pero sin poder	24
Turismo rural comunitario, ¿algo cambia en las relaciones de género?	25
2. El programa de turismo de la UCA “Tierra y Agua”	27
Orígenes, evolución y resultados	27
Desarrollo organizativo de los proyectos turísticos	30
3. Acceso y control de las mujeres sobre los recursos y beneficios del turismo	32
Las tareas que realizan las mujeres	32
El acceso de las mujeres a ingresos	36
El control de las trabajadoras sobre los recursos y beneficios	38
4. Participación de las mujeres en las decisiones sobre turismo	42
Acceso a cargos directivos y de representación de los proyectos	42
Presencia en espacios cooperativos que deciden sobre los proyectos	45
Participación en instancias directivas de la UCA “Tierra y Agua”	48
5. La organización de las mujeres y la toma de conciencia sobre sus derechos	49
6. ¿Se han empoderado las mujeres gracias a su participación en los proyectos turísticos?: Logros, dificultades y desafíos	54
Bibliografía citada	61

1. UNA MIRADA DE GÉNERO AL TURISMO

Cuando se analiza el turismo desde la perspectiva de género, la mirada está centrada en conocer las maneras diferentes en que “las mujeres y los hombres contribuyen, experimentan y se ven afectados, de forma individual y colectiva, por el desarrollo del sector turístico” (Moreno 2012:1).

Al adoptar este enfoque, lo primero que llama la atención es que gran parte de la literatura sobre el turismo parece basarse en el supuesto de que quienes hacen turismo, quienes trabajan en este sector e incluso, quienes investigan sobre el mismo son personas *neutras* en términos de género (Swain 2005:28). Además, en los estudios abundan categorías generalizadoras como población local, proveedores de servicios, comunidades rurales o familias campesinas, cuya utilización hace casi imposible obtener los datos desagregados por sexo necesarios para analizar de manera diferenciada lo que les ocurre a las mujeres y a los hombres que trabajan en turismo. Hay también una tendencia a considerar que los *temas de género* sólo se refieren a algunos problemas de las mujeres, generalmente los relacionados con su acceso a ingresos o su mayor vulnerabilidad a la explotación sexual, como consecuencia de la apertura de sus sociedades al turismo.

Este tratamiento es habitual cuando se analizan los efectos del modelo turístico dominante –basado en cadenas hoteleras transnacionales, megaproyectos turístico-residenciales y poderosos tour-operadores–, pero una somera revisión a la literatura producida en torno a las modalidades de turismo alternativo (sostenible, ecológico, solidario, comunitario) y al movimiento del Turismo Responsable en general, muestra que también en este ámbito predominan los enfoques *ciegos al género* de quienes trabajan en el sector y/o son afectados por sus actividades, mientras acaparan su interés las problemáticas asociadas a la sostenibilidad económica de las empresas turísticas comunitarias, su articulación con procesos de desarrollo endógenos, sus impactos medioambientales o su dependencia de los apoyos de la cooperación internacional, entre otras.

Sin embargo, desde que a mediados de los años 90 dos compilaciones de artículos sobre turismo¹ pusieran de manifiesto que “el género es un elemento legítimo en la investigación sobre el turismo” (Swain 2005:28) hasta la reciente publicación del Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo 2010, se han ido haciendo evidentes dos realidades: una, que mirar la realidad con perspectiva de género es sustancialmente diferente al enfoque de *añádanse mujeres y agítese* y dos, que la actividad turística tiene efectos positivos pero también negativos en las condiciones de vida de las mujeres y sobre todo, en su posición de discriminación y subordinación a los hombres.

Desde hace dos décadas un número creciente de investigadoras, en su mayoría académicas feministas, vienen analizando los impactos de género del turismo². Sus investigaciones no se preocupan solamente de conocer los efectos del turismo en la participación laboral de las mujeres o en su aporte al desarrollo local; también analizan los cambios habidos (o no) en la división sexual del trabajo y en el control de las mujeres sobre los recursos productivos; las oportunidades que el turismo abre a los emprendimientos femeninos pero también la persistencia (o no) de la desvalorización económica y social del trabajo de cuidado que realizan las mujeres; los cambios en las dinámicas de toma de decisiones familiares y comunitarias; el fortalecimiento de las organizaciones de las mujeres y los nuevos liderazgos femeninos promovidos por el trabajo en turismo; las capacidades creadas para incidir ante las instituciones públicas; los cambios en las concepciones sobre los roles de mujeres y hombres; las resistencias de los hombres a los logros de las mujeres en autonomía personal...

Cuando se analizan estos aspectos, y otros muchos involucrados en los procesos de empoderamiento de las mujeres y la equidad de género, los resultados muestran que los impactos de género del turismo presentan algunas luces y demasiadas sombras.

Impactos de género del turismo: luces y sombras

Quienes enfatizan los impactos positivos del turismo y consideran que el turismo es “un motor para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres”³, valoran sobre todo las oportunidades que brinda a estas para acceder a fuentes de ingresos, tanto en el sector formal⁴ de la economía turística como en el informal, para poner en marcha sus

1 Editadas por Kinnaird y Hall (1994) y Swain (1995).

2 Una minoría lo hace desde enfoques críticos a la falta de análisis sobre los cuerpos sexuados, las sexualidades y las jerarquías de género en la producción, marketing y consumo del turismo, realizando análisis encarnados e interseccionales que toman en cuenta las teorías del cuerpo en la producción de conocimientos sobre el turismo (Swain y Momsen 2002, Swain 2005).

3 Titular de la reseña periodística de la presentación del Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo en la Feria de Turismo ITB de Berlín. www.UNWOMEN.org (post del 11-03-2011).

4 Las mujeres constituyen el 49% del empleo formal en el turismo a nivel mundial, proporción que sube al 59% en América Latina y al 75% en Nicaragua (Informe Mundial sobre las Mujeres en el Turismo. 2011:32).

propios negocios y desarrollar habilidades empresariales⁵ y para tejer redes de apoyo que les posibilitan una mayor participación en la vida social y política⁶.

Todo ello, afirman, “desencadena una serie de efectos positivos que les permiten modificar los patrones de género causantes del desigual acceso a los recursos y las oportunidades, y contribuye al desarrollo de las mujeres” (Díaz Carrión 2010:153). También señalan que como resultado de su creciente importancia económica en actividades relacionadas con el turismo, “las mujeres han incursionado en ámbitos que antes eran reservados a los hombres, tienen un papel más activo en el dominio público e incluso han sido elegidas como autoridades” (Zorn, citada por Fuller 2009:83).

Sin embargo, los datos no permiten tanto optimismo en cuanto al papel del turismo en el empoderamiento de las mujeres. Por un lado, si bien representan la mitad del empleo formal generado por el turismo, las mujeres se concentran en los trabajos de menor estatus en el sector⁷. Sus principales ocupaciones en el turismo son una extrapolación al espacio productivo de los roles femeninos en el hogar, lo que favorece una segregación horizontal que las recluye en actividades asociadas a roles domésticos (cocineras, limpiadoras, camareras, lavanderas, planchadoras...) o a características que el imaginario social asigna a lo *femenino*: atención al público (repcionistas, dependientas) y trabajo administrativo (secretarias, cajeras) (Torres 2009:24). Dado que estas son las ocupaciones menos remuneradas en la industria del turismo, el hecho de que las mujeres se concentren en ellas y sean, al mismo tiempo, minoría en las categorías profesionales (directivas y gerenciales) del turismo⁸, explica tanto las brechas salariales de género en el sector como la persistente consideración de que el trabajo remunerado femenino es de menor valía que el masculino.

Por otro, los datos confirman la gran informalidad y precariedad del trabajo en el turismo: las mujeres ocupan el 49% de todos los empleos por cuenta propia generados por el turismo, frente a un 33% de presencia en todos los sectores económicos en general⁹. Esta capacidad del turismo para generar autoempleo femenino suele utilizarse como argumento para hacer de este un componente importante de las estrategias de reducción

5 El turismo ofrece a las mujeres casi el doble de oportunidades de convertirse en empresarias que cualquier otro sector económico. En América Latina, son mujeres el 51% de los empleadores del sector de hostelería y restaurantes, frente al 23% del resto de sectores económicos; para Nicaragua los porcentajes son el 73% y el 20% respectivamente (idem:36-37).

6 En marzo de 2010 el 21% de los países del mundo tenía una mujer como Ministra de Turismo (idem:43).

7 En América Latina las mujeres representan el 66% del personal de servicios y el 63% del personal administrativo que trabaja en hoteles y restaurantes (idem:35).

8 Las mujeres representan el 37% del total de profesionales del turismo en América Latina (idem:35).

9 En Nicaragua, estos porcentajes se elevan al 92% y al 40% respectivamente (idem:47).

de la pobreza rural¹⁰, obviando la precariedad de los trabajos que genera. En los países centroamericanos, por ejemplo, el emprendedurismo turístico femenino se concentra en actividades comerciales, como la venta de artesanías en la calle, y en la preparación y venta de comidas en mercados o sitios similares (Torres 2009:21).

Mujeres en el turismo rural: imprescindibles pero sin poder

Cuando los hogares rurales deciden incursionar en el turismo, lo hacen considerando el negocio turístico como una renta que complementa la que proviene del trabajo agrícola y como una actividad a realizar por las mujeres del hogar. El trabajo de las mujeres es clave para el desarrollo del turismo rural pues “sin la presencia de las mujeres, las explotaciones agrícolas familiares no se atreverían a iniciar actividades turísticas pues no se podrían permitir pagar el trabajo asalariado que ello supondría” (García-Ramón et al 1995:146).

En el caso de que los servicios turísticos sean ofrecidos desde el domicilio familiar convertido en casa rural, las mujeres contribuyen a su funcionamiento con una importante cantidad de trabajo no pagado¹¹. Además, la jornada de trabajo doméstico de las mujeres –trabajo invisible por antonomasia– se alarga por las tareas de atención a las visitas turísticas, sin que puedan diferenciar claramente cuántas horas dedican al cuidado de la familia y cuántas a la atención de estas, con lo que su trabajo productivo en el turismo puede quedar subregistrado, cuando no directamente invisibilizado (García-Ramón et al 1995:147).

En esta modalidad turística las mujeres no perciben un salario por su trabajo sino que contribuyen –con una cantidad de horas trabajadas difíciles de cuantificar y, por tanto, de valorar en términos monetarios– a que la familia obtenga unos ingresos complementarios. El que las mujeres consideren esta situación *normal* se explica porque siempre ha sido así en la explotación agrícola familiar: el trabajo de las mujeres es un *trabajo de ayuda* y su valor monetario queda subsumido en el ingreso global obtenido por la unidad familiar (Cánoves y Villarino 2000:65).

Por otro lado, el turismo rural no parece haber promovido la profesionalización de las mujeres que desarrollan este tipo de actividad (Brunet y Alarcón 2008:146) debido, entre otras razones, a que las mujeres entienden este trabajo como una extensión hacia las personas huéspedes del cuidado de los miembros de la familia que no necesita, por tanto, formación específica. Incluso siendo propietarias o copropietarias de la empresa turística familiar, las mujeres no suelen desempeñar las funciones directivas y organizativas, de

10 “Las oportunidades de trabajo formal e informal que el turismo proporciona a las mujeres pueden tener un impacto significativo en la reducción de la pobreza en las comunidades rurales” (idem:38).

11 “En el Caribe las mujeres aportan el 84% del trabajo familiar no remunerado en actividades turísticas”. Gladys Acosta, directora de ONU Mujeres para América Latina y el Caribe. www.UNWOMEN.org (post del 11-03-2011).

gerencia, promoción o control financiero que son propias del empresariado. Tales funciones suelen ser realizadas por los hombres del hogar, por lo que es habitual que sean ellos los que en mayor medida se capacitan sobre gestión, administración o atención a las visitas turísticas (Sparrer 2003:187-190).

Aunque algunas autoras (Caballé 2000, Villarino y Cánoves 2000) sostienen que el turismo rural proporciona a las mujeres independencia económica, mayor valoración de su trabajo por parte de la familia y el entorno, más oportunidades de relacionarse con gente diversa y aumento de su autoestima, otras consideran que las mujeres realizan en la actividad turística “las mismas tareas de ama de casa que han desempeñado toda la vida” (Sparrer 2003:192), mientras los hombres tienden a hacerse cargo de las tareas empresariales de dirección y gestión del trabajo turístico, lo que refuerza la tradicional división de las tareas productivas en el mundo rural.

Las mujeres valoran positivamente su trabajo en el turismo rural “porque les permite permanecer en la casa y compaginarlo con el cuidado de la familia” (Cánoves y Villarino 2000:64), pero también reconocen que no pueden vivir sólo de este trabajo a causa de su estacionalidad, razón por la cual algunas investigadoras dudan de que el trabajo turístico esté contribuyendo de manera efectiva a la autonomía económica de las mujeres y a una más justa valoración del trabajo de cuidado (doméstico o productivo) que realizan las mujeres rurales.

Turismo rural comunitario, ¿algo cambia en las relaciones de género?

Como ya se mencionó, frente al modelo basado en la articulación de cadenas hoteleras transnacionales con proyectos turístico-residenciales de capital mayoritariamente extranjero, han ganado presencia en los últimos años diversas modalidades de turismo sostenible que tratan de dar alternativas a las preocupaciones sobre los impactos sociales, medioambientales, culturales y económicos del modelo turístico dominante.

Una modalidad particular, el Turismo Rural Comunitario (TRC), ha ido abriéndose paso en las comunidades campesinas y pueblos indígenas como una alternativa económica que amplía y diversifica las opciones productivas de las comunidades rurales y complementa las economías de base familiar campesina. Se trata de un turismo de pequeño formato en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas de carácter colectivo, asume el control de todos los procesos de planificación, operación, supervisión y desarrollo de las iniciativas turísticas, con una voluntad de distribución equitativa de los beneficios de las mismas.

Entre los impactos positivos del TRC se suelen destacar sus sinergias con otras políticas de desarrollo rural, su contribución a la reivindicación del derecho a la propiedad y uso de las tierras por parte de las comunidades campesinas y pueblos indígenas, su aporte

al fortalecimiento de las comunidades de acogida y al diálogo intercultural. Para el caso de los países centroamericanos, se ha sostenido que el TRC contribuye a la diversificación productiva de las unidades campesinas, a la creación de empleo y generación de recursos económicos directos, al mantenimiento de propiedades y mejora de infraestructuras, la dinamización de la economía local, la democratización del acceso a espacios rurales, la protección del medio ambiente y las oportunidades de enriquecimiento cultural (Cañada 2009:20-23).

Algunos autores (Cañada 2009, Gascón y Cañada 2006) han sostenido que “algo cambia en las relaciones de género” como resultado del protagonismo femenino en la atención y servicio a las visitas turísticas. Mencionan que las mujeres obtienen ingresos significativos de su trabajo en el turismo rural comunitario e incluso, que muchas controlan de forma autónoma los recursos obtenidos, lo que genera “algunos cambios en las relaciones de poder consuetudinarias entre hombres y mujeres”. También observan que las mujeres logran un mayor protagonismo en los asuntos públicos de la comunidad y que, gracias al contacto con personas que tienen visiones diferentes sobre las relaciones de género, llegan a conocer “otras formas de plantearse la vida, la maternidad, las relaciones de pareja, las preferencias sexuales o el trabajo doméstico” (Cañada 2009:22).

Sin embargo, estudios realizados en México sobre mujeres que participan en empresas turísticas comunitarias obligan a matizar esta visión optimista del impacto de género del turismo rural comunitario. Sus resultados muestran, por ejemplo, que cuando las empresas turísticas son propiedad de cooperativas y ejidos, las mujeres sufren serias desventajas en el uso de los recursos turísticos, el acceso a oportunidades laborales y a la formación, e incluso a los ingresos derivados de las propinas de los y las turistas. La razón de estas desventajas se encuentra en que ellas están excluidas de las cooperativas y las asambleas comunitarias, casi totalmente integradas por hombres, y por tanto no participan en la toma de decisiones sobre el quehacer de las empresas de turismo (Soares, Castorena y Ruiz 2005:84-90).

Otras investigaciones sobre iniciativas turísticas con base comunitaria concluyen que estas reportan mayores beneficios a las mujeres cuando son ellas quienes las gestionan. Si además de trabajar en los proyectos, “elevan sus niveles de formación y se enfrentan a la marginación femenina, las mujeres logran un mejor nivel de empoderamiento, e incluso ganan asertividad y autonomía respecto a sus roles de madres y esposas”. Las autoras concluyen que en las empresas comunitarias integradas únicamente por mujeres “se percibe un *clima* más propicio para el empoderamiento de las mujeres” (Fernández y Martínez 2010:135-136).

2. EL PROGRAMA DE TURISMO DE LA UCA “TIERRA Y AGUA”

La Unión de Cooperativas Agropecuarias-UCA “Tierra y Agua” (en adelante, UCA) se constituyó formalmente en 1998¹² como la unión de 14 cooperativas y una organización de mujeres¹³. Actualmente está integrada por 6 cooperativas que aglutinan en total a más de 100 familias residentes en la ladera sur del Volcán Mombacho, en el departamento de Granada.

Se trata de una organización cooperativa de segundo nivel que trabaja por hacer realidad el derecho de las familias campesinas a la tierra, el fomento de la producción agropecuaria y la mejora de vida en las comunidades, y que cuenta con una larga experiencia de lucha y una estructura horizontal.

Orígenes, evolución y resultados

En el año 2000, al calor del despegue del turismo a nivel nacional y dado que varias de las cooperativas están situadas en lugares con enorme potencial turístico, la UCA definió el turismo como una de sus líneas de trabajo con el objetivo de diversificar las economías familiares y aumentar las oportunidades de desarrollo, así como proteger y conservar sus recursos naturales y su cultura. En ese mismo año la UCA abrió sus oficinas administrativas en Granada y solicitó apoyo a la ONGD vasca Zubiak Eginez para la búsqueda de financiamiento y el acompañamiento técnico.

En 2001, ante la presión de inversores extranjeros deseosos de comprar tierras a las cooperativas para usos turísticos, la UCA decidió poner en marcha el programa de Turismo Rural Comunitario. Para agosto de 2002 ya estaban funcionando tres empresas turísticas comunitarias: la **Casa Comunal La Granadilla**, perteneciente a la cooperativa “Héroes y Mártires de Nandaime”, el **Albergue Rural Nicaragua Libre** perteneciente a la cooperativa “Nicaragua Libre” y el **proyecto Sonzapote (Isla Zapatera)** perteneciente a la cooperativa “Alfonso Núñez”.

Durante ese primer año de existencia las cooperativas consensuaron una estrategia de turismo basada en cuatro pilares: carácter complementario de la actividad turística; apropiación local de su diseño, gestión e implementación; actividad respetuosa con los recursos naturales y culturales; y gestión colectiva independiente de cada proyecto pero coordinada a nivel de la UCA. También acordaron la creación de un Fondo de Turismo destinado a financiar inversiones en infraestructura y equipamientos, el pago que cada proyecto debía hacer a la UCA por sus gestiones para atraer turistas (10% de sus ingresos)

12 Aunque es heredera de la UCA “Héroes y Mártires de Nandaime” fundada en 1984.

13 La Asociación de Mujeres “Iris Vado Amador” (ASMIVA), una organización autónoma de mujeres de las cooperativas que tuvo una vida corta.

y el porcentaje que destinarían a saldar las deudas contraídas con el fondo de turismo (20% de los ingresos, si los hubiera, y sin intereses). Así mismo, se nombró un coordinador general del programa de turismo y un equipo de trabajo con representantes de cada cooperativa, y se comenzaron las capacitaciones sobre turismo.

La sistematización del programa elaborada años después dará cuenta de que en esa primera etapa fueron las mujeres las que mostraron una decisión y voluntad más férrea, y las que siguieron adelante con el turismo (UCA y Zubiak Eginez s/f:42), incluso cuando la comunidad o los socios de la cooperativa tenían dudas sobre la viabilidad de sus proyectos turísticos.

A finales de 2003 la cooperativa “Miguel Castro Siles” se incorporó al programa de turismo con su iniciativa turística **Aguas Agrias-La Nanda** y en 2005 lo hizo la **Finca Julilandia-Posintepe**¹⁴. El proyecto Sonzapote se retiró del programa a comienzos de 2008 pero pocos meses más tarde la cooperativa “Gaspar García Laviana” entró al programa con su **Centro Turístico Los Norteños**. Finalmente, en 2009 se sumó la última de las iniciativas hasta la fecha: el **Centro Turístico Charco Muerto**, perteneciente a la cooperativa “Claudia Chamorro”.

Estos son los 6 proyectos turísticos que integran actualmente el programa de turismo de la UCA, gracias a los cuales se han abierto nuevas oportunidades de empleo para más de un centenar de personas socias y no socias de las cooperativas, así como nuevos espacios de formación, desarrollo personal e intercambio entre experiencias diversas, propiciando también una mayor valoración de su patrimonio natural y cultural.

Las visitas turísticas comenzaron a llegar en el verano de 2002, año en que se establecieron relaciones con organizaciones canadienses y españolas que organizan viajes de turismo solidario. En 2005 la UCA y otras organizaciones campesinas que también habían incursionado en el turismo fundaron la Red Nicaragüense de Turismo Rural (RENITURAL) y ese mismo año la UCA se integró a la Red de Turismo Comunitario de América Latina (REDTURS), una red de cooperativas y pequeños empresarios que buscan mejorar la calidad, promoción y comercialización conjunta de sus productos. Por otro lado, el financiamiento concedido en 2006 por el Gobierno Vasco posibilitó que la UCA realizara una importante inversión en infraestructuras y equipamientos (camión para traslado de turistas, incluido

14 Una finca experimental y demostrativa propiedad de la UCA, en la que desarrollan varios proyectos para garantizar sus sostenibilidad e implementar mejoras tecnológicas amigables con el medio ambiente, como experiencias piloto para su posterior implementación en las cooperativas.

y llevara adelante un ambicioso plan de formación¹⁵. Las cifras de visitantes, ingresos y beneficios de los proyectos turísticos de la UCA han seguido la evolución que se muestra en el cuadro 1, evidenciándose una tendencia ascendente en todos los valores hasta 2009, año a partir del cual todos los indicadores comienzan a descender. En los últimos años se ha diversificado también la tipología de visitantes, habiendo disminuido el peso específico de los grupos organizados de turismo solidario internacional, en tanto ha aumentado la proporción de visitantes locales.

Cuadro 1:
Visitantes, ingresos y beneficios de los proyectos turísticos de la UCA “Tierra y Agua”

	Visitantes	Ingresos (US\$)	Beneficios (US\$)
2002	156	1.803	s.d .
2003	341	5.622	s.d.
2004	319	6.947	s.d.
2005	1.801	15.568	651
2006	1.850	18.611	758
2007	4.917	24.560	1.784
2008	5.756	32.808	429
2009	13.268	46.047	4.713
2010	11.125	39.496	3.467
2011	10.099	36.880	2.589
Total	49.632	228.342	14.391

Fuente: Estadísticas de la UCA “Tierra y Agua”.

En mayo de 2012 estaban trabajando en los proyectos turísticos un total de 131 personas (67 mujeres y 64 hombres)¹⁶, de las cuales cerca del 40% eran jóvenes menores de 25 años. Un dato relevante por sus significativas consecuencias, como veremos más adelante, es que el 54% de las personas que trabajan en los proyectos de turismo no son socias de las cooperativas agropecuarias: 71 de las personas que trabajan en los proyectos no son cooperativistas; de estas, el 66% son mujeres adultas y jóvenes.

¹⁵ El plan consistió en 42 sesiones formativas a las que asistieron 105 participantes en los proyectos de turismo (52% mujeres, 40% jóvenes). Las sesiones fueron dedicadas a intercambiar experiencias entre los proyectos (14 sesiones), capacitar a las mujeres (8 sesiones de formación a cocineras y 4 talleres de género para unas 15 mujeres lideresas) y 16 capacitaciones para guías. En 2008 la formación a los guías se complementó con un curso de 7 semanas para prepararlos como acompañantes; de los 21 guías asistentes al curso, 5 obtuvieron el título que les faculta para acompañar a los y las turistas que quieren visitar otras iniciativas de turismo rural en diversas zonas de Nicaragua.

¹⁶ Aunque la propia UCA considera a 90 de estas personas como más activas (42 mujeres y 48 hombres), de las que el 31% son menores de 25 años.

Desarrollo organizativo de los proyectos turísticos

Desde sus inicios, el programa de turismo de la UCA se ha organizado en dos niveles: por un lado, cada cooperativa ha establecido de manera autónoma las reglas que rigen en su proyecto turístico, lo que hace que las decisiones sobre la organización y funcionamiento internos de cada proyecto sean potestad de cada cooperativa; por otro, las cooperativas han consensuado una serie de normas comunes para todos los proyectos que se resumen en la obligación de:

- a) Enviar dos representantes de cada proyecto –vocal y suplente- al Comité de Turismo de la UCA.
- b) Asistir a encuentros, capacitaciones e intercambios de experiencias entre todos los proyectos.
- c) Entregar a la UCA un porcentaje de sus ingresos por turismo, en concepto de remuneración del trabajo de promoción y gestión realizado por la UCA para todas las cooperativas.

Las estructuras que sostienen el programa de turismo de la UCA han fortalecido sus capacidades de organización y dirección tras una década de enfrentar colectivamente los retos que se les han ido presentando. El Comité de Turismo es la instancia donde se planifica, monitorea y evalúa el trabajo de todos los proyectos turísticos y está integrada actualmente por nueve hombres y una mujer, en tanto que los Encuentros de Turismo realizados cada tres meses reúnen a tres o cuatro representantes de cada proyecto para debatir problemáticas comunes y buscar soluciones conjuntas. La Junta Directiva de la UCA, integrada por 5 hombres electos en asamblea de las cooperativas asociadas, decide en última instancia sobre el programa de turismo pero los proyectos turísticos son propiedad de las cooperativas que integran la UCA.

Aunque los desarrollos históricos de las cooperativas han sido bastante diferentes, no lo son tanto los modelos organizativos que han aplicado en sus proyectos turísticos. Todas las cooperativas han nombrado responsables por áreas de trabajo (coordinación del proyecto, administración, cocina y guías), siendo estos cargos ocupados por hombres y mujeres que trabajan en el turismo y tienen cierto liderazgo en la comunidad, independientemente de que sean o no socios y socias de las cooperativas. Juntos constituyen la directiva (o comité) de turismo de la cooperativa, que es la instancia que organiza y gestiona el trabajo turístico en cada comunidad.

Si bien en todas las cooperativas se ha formado una directiva de turismo, no en todas se ha logrado mantener una estructura organizativa que agrupe a todas las personas que trabajan en el sector. De hecho, sólo dos proyectos (Charco Muerto y Los Norteños) cuentan actualmente con instancias de turismo bien diferenciadas de las estructuras de

las cooperativas agropecuarias; en ambos casos se da la circunstancia de que algunos socios no trabajan en el proyecto de turismo y por tanto, no participan en los espacios donde se abordan los problemas de este sector, lo que ayuda a que las dos estructuras tengan dinámicas diferenciadas y sean percibidas como distintas.

Es interesante constatar que las trabajadoras de Charco Muerto denominan *cooperativa de turismo* al proyecto turístico y se autodenominan *socias del turismo*, diferenciándose claramente de la cooperativa agrícola y de quienes la integran. Estas maneras de nombrar el proyecto y de nombrarse a sí mismas pueden ser entendidas como indicadores del nivel de apropiación del proyecto que las mujeres han logrado como consecuencia de sus vivencias en tanto trabajadoras del turismo y de que fueron ellas quienes asumieron el compromiso de echar a andar el proyecto cuando los socios de la cooperativa rechazaron la oferta de integrarse al programa de turismo de la UCA.

Por el contrario, las mujeres del proyecto Los Norteños no se identifican a sí mismas como trabajadoras de turismo sino *como socias de la cooperativa* y, en tanto tales, *dueñas del proyecto de turismo*. A ello contribuye que casi todas las mujeres son al mismo tiempo socias de la cooperativa y trabajadoras del turismo, y ocupan la mayoría de los cargos tanto en la junta directiva de la cooperativa como en la directiva de turismo.

En otros dos proyectos (La Nicaragua Libre y La Granadilla) no existen actualmente estructuras que agrupen específicamente a quienes trabajan en turismo¹⁷, siendo común a ambos casos que todos o casi todos los socios de las respectivas cooperativas agropecuarias participen de manera directa en los proyectos turísticos. En el caso de la Nicaragua Libre es la cooperativa la que aborda en sus reuniones habituales la problemática del proyecto de turismo –de hecho, este es el único proyecto colectivo que tienen las personas cooperativistas pues carecen de otras actividades agropecuarias conjuntas– en estas reuniones no participan las mujeres que no son cooperativistas, aunque trabajen en turismo.

En el caso de La Granadilla, los temas de turismo ocupan un gran espacio en las reuniones de la cooperativa, dado que todos los y las cooperativistas dedican parte de su tiempo a estas tareas y/o tienen responsabilidades directas en el funcionamiento del proyecto; a estas reuniones sólo invitan a las cocineras, limpiadoras y guías cuando se van a abordar cuestiones que les afectan, pero no a las mujeres que alojan y atienden a turistas en sus casas (en la modalidad denominada Casa Huésped¹⁸).

17 Sí existieron “reuniones propias del turismo” -diferenciadas de las reuniones de las cooperativas- en los primeros años de estos proyectos, cuando había que diseñarlos, ponerlos en marcha y organizar la manera de gestionarlos.

18 Aunque el alojamiento colectivo de las visitas turísticas constituía una de las señas de identidad del programa de turismo en sus comienzos, varios años después La Granadilla aprobó la fórmula del alojamiento en casas de familia, a propuesta de una entidad ajena a la UCA y a Zubiak Eginez. Actualmente, la modalidad de Casa Huésped existe también en La Nicaragua Libre y Los Norteños.

Por último, en el proyecto Aguas Agrias se da una situación algo más compleja: las decisiones relevantes sobre el trabajo turístico se toman en la directiva de la cooperativa y después se dan a conocer en las reuniones habituales de la estructura de turismo, que es un ámbito organizativo diferenciado del de la cooperativa pero en el que solo participan aquéllos trabajadores y trabajadoras que son cooperativistas.

En resumen, aunque todos los proyectos turísticos cuentan con un pequeño grupo directivo que organiza y gestiona el trabajo de turismo (siempre bajo la supervisión más o menos cercana de los directivos de la cooperativa), la existencia y el funcionamiento de espacios organizativos propios de las trabajadoras y trabajadores de turismo se enmarcan en diversos modelos organizativos en función de tres factores:

- a) El distinto nivel de involucramiento de los hombres cooperativistas en los proyectos turísticos. En algunos casos, crear estructuras separadas para el trabajo del turismo puede parecer innecesario si todos los socios participan en los proyectos.
- b) El hecho de que los proyectos sean propiedad de las cooperativas. Termina resultando lógico, tanto para los socios como para sus esposas, hijas e hijos trabajadores del turismo, que sean los dueños de los proyectos quienes traten en sus reuniones habituales los asuntos relacionados con estos.
- c) Y finalmente, cuando las estructuras propias del turismo no han sido legalizadas o suficientemente consolidadas, no es de extrañar que la inercia organizativa arrastre a los socios a decidir sobre el turismo en los espacios donde rutinariamente toman las decisiones, es decir, en las estructuras cooperativistas.

3. ACCESO Y CONTROL DE LAS MUJERES SOBRE LOS RECURSOS Y BENEFICIOS DEL TURISMO

Aunque las condiciones de infraestructura y equipamiento de los proyectos turísticos son diversas, la mayoría ofrece servicios de hospedaje y alimentación (en albergues colectivos y/o en casas familiares), recorridos guiados, diversas actividades de intercambio cultural y entretenimiento, y transporte.

Las tareas que realizan las mujeres

Los datos correspondientes a mayo de 2012 muestran que varía notablemente la proporción de mujeres que trabajan en los proyectos turísticos (desde un 25% en la Finca Posintepe o un 31% en el proyecto Charco Muerto, hasta un 69% en el proyecto Los Norteños) y que

éstas desempeñan tareas diferentes a las realizadas por los hombres, como puede verse en el cuadro 2:

Cuadro 2:
Tareas desempeñadas por las mujeres y hombres que trabajan en los proyectos turísticos

	Finca Posintepe		Nicaragua Libre		La Granadilla		Aguas Agrias		Los Norteños		Charco Muerto	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
Cocina	1		1		7		11		7		5	
Limpieza	1		4	2	7		11		6		5	
Casa Huésped			4		8	4			5			
Artesanía			6		2		11	5	4	1		
Folklore				2			10	2				
Guía		2	2	5	1	5	2	5	1	4		6
Mantenimiento	1	3	4	3	5	15	3	14	2	4	5	10
Fogatas, leyendas			2	4	1	7						1
Total personas que trabajan en cada proyecto*	1	3	12	11	15	18	25	17	9	4	5	11
% de mujeres respecto al total	25		52		45		60		69		31	

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la UCA "Tierra y Agua".

* El total de personas que trabajan en cada proyecto no coincide con la suma del total de personas que realizan las diversas tareas, ya que cada persona realiza una o varias tareas en el proyecto.

Cuando se analizan las presencias relativas de mujeres y hombres en estas funciones, se observa que en los proyectos pervive un rígido reparto de tareas en función del sexo: las mujeres realizan siempre el trabajo de preparar la comida y casi siempre el de limpieza, y son la mayoría de quienes atienden a las visitas turísticas en sus hogares, realizan artesanías o hacen presentaciones folklóricas (estas dos últimas tareas son realizadas casi exclusivamente por niñas y jóvenes); los hombres son mayoría entre quienes trabajan como guías o acompañantes, realizan labores de mantenimiento y animan las fogatas contando leyendas¹⁹, como muestra el cuadro 3.

19 La actividad de narrar historias alrededor de fogatas es una tarea masculinizada quizás porque se realiza en horarios nocturnos en los que las mujeres no pueden ausentarse del hogar, o no se considera adecuado que lo hagan.

Cuadro 3: Distribución por sexo de las tareas de turismo en los proyectos de la UCA

Tareas	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres	Hombres	Total *
Cocina	100	0	48	0	32	0	32
Limpieza	94	6	51	3	34	2	36
Casa Huésped	81	19	25	6	17	4	21
Artesanías	72	28	31	12	21	8	29
Folklore	86	14	18	3	12	2	14
Guía	18	82	9	42	6	27	33
Mantenimiento	29	71	30	77	20	49	69
Fogatas, leyendas	20	80	4	19	3	12	15
Total personas trabajando en turismo*	52	48	100	100	67	64	131

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la UCA “Tierra y Agua”.

* El total de personas trabajando en turismo (datos en negrita y cursiva) no coincide con la suma del total de personas que realizan las diversas tareas, ya que cada persona realiza una o varias tareas en el proyecto. En rosa: actividades feminizadas. En azul: actividades masculinizadas.

La tarea más masculinizada es la de guía: 82% de quienes la realizan actualmente son hombres²⁰. Aunque al comienzo de los proyectos bastantes mujeres jóvenes se incorporaron a esta labor e incluso se capacitaban para ejercerla, la deserción femenina ha sido importante y actualmente apenas 6 mujeres realizan esta tarea, de un total de 33 guías y acompañantes. En todos los proyectos ha habido deserciones pero el caso más notable es el de Charco Muerto, donde había 6 muchachas guías (de un total de 11 guías) y ya no queda ninguna.

Pocas mujeres adultas consideran que el trabajo de guía es adecuado para las jóvenes. La mayoría lo ven “bonito pero peligroso” y mantienen ciertas reservas hacia los riesgos de esta actividad, por lo que muchas de ellas valoran positivamente las capacitaciones que se han brindado a las jóvenes sobre cómo relacionarse con los turistas o cómo reaccionar ante situaciones potencialmente desagradables.

Sin embargo, en el grupo focal realizado para esta investigación con muchachas que han sido y/o son actualmente guías, todas señalaron que en las capacitaciones recibidas nunca les hablaron de temas relacionados con la sexualidad o la violencia hacia las mujeres, que sospechaban que la comunidad “*se las comería vivas* si hicieran de guías con sólo turistas hombres”, que “aunque sus padres y madres no les impidieron ser guías, sí les advirtieron

20 De los 33 guías existentes en mayo de 2012, 16 eran jóvenes: 13 muchachos y 3 muchachas

de que se cuidaran por los comentarios de la gente” y en definitiva, que sentían que “los demás no veían este trabajo como adecuado para ellas”.

En relación a las causas de la masiva deserción femenina, las muchachas del grupo focal expusieron que algunas se fueron a estudiar fuera de la comunidad, otras se casaron con hombres celosos “que buscan cómo humillarnos diciéndonos que no podemos hacer esa labor” o se embarazaron y tuvieron que cuidar a sus bebés; también señalaron que “resulta pesado acompañar a los turistas a los cerros o a hacer caminatas largas”. Cuando se planteó que solamente quienes realizaran el curso del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) podrían trabajar como guías, muchas ya habían dejado esa actividad y otras no se animaron a hacer el curso. Finalmente, es importante señalar que nueve de las diez jóvenes participantes en el grupo focal no se ven a sí mismas como futuras profesionales del trabajo de turismo, aunque es de resaltar que una de las cinco muchachas que habían sido guías dejó de serlo precisamente para empezar la carrera de Administración Turística.

Las labores de mantenimiento de las instalaciones turísticas son realizadas por el 30% de las mujeres, pero los porcentajes varían bastante de un proyecto a otro debido a la variedad de actividades que son incluidas en esta labor. Algunas de las tareas de mantenimiento son consideradas poco pesadas, como la limpieza del patio en el caso de la Nicaragua Libre²¹; otras son realizadas únicamente por hombres socios de la cooperativa, como el rol obligatorio de vigilancia nocturna de la Casona en el caso de La Granadilla. Finalmente, hay tareas que están en disputa, como el acarreo del agua desde la playa para hacer limpieza en el proyecto de Charco Muerto: las cocineras se quejan de que tienen que hacer esta labor como parte de su trabajo de cocina y limpieza (les dicen que acarrear el agua es trabajo de mujeres), pero cuando la traen los hombres reciben pago por hacerlo ya que forma parte de las labores de mantenimiento.

Del análisis de las tareas desempeñadas por mujeres y hombres en los proyectos de turismo de la UCA puede concluirse que estos proyectos no han contribuido a modificar la tradicional división sexual del trabajo en el ámbito productivo, que se sigue expresando en la forma de *tareas adecuadas para las mujeres* –cocina y limpieza, realizadas por la mitad de las mujeres que trabajan en los proyectos– y *tareas adecuadas para los hombres* –guías y mantenimiento– desempeñadas por el 42% y el 77% de los hombres, respectivamente.

El trabajo de guía, que en sus orígenes contó con una importante participación femenina, no ha sido capaz de entusiasmar a las jóvenes y de retenerlas el suficiente tiempo como para consolidar este nuevo nicho laboral para las mujeres. Una combinación de prejuicios sobre lo inadecuado de este trabajo para las jóvenes y de imperativos culturales sobre los roles femeninos vigentes en el área rural, han contribuido también a este fracaso.

21 La cooperativa propietaria de este proyecto ha establecido que todos sus socios y socias deben aportar 30 horas de trabajo al año –generalmente limpiando el patio del albergue– para tener derecho a tomar parte en los beneficios del proyecto.

El acceso de las mujeres a ingresos

Los ingresos percibidos por las trabajadoras de los proyectos turísticos dependen, en gran medida, de las tareas que realizan: básicamente cocinar y limpiar, ambas consideradas tareas adecuadas para las mujeres y no cualificadas, por lo que suelen obtener bajas remuneraciones en el mercado de empleo.

Pero sus ingresos también varían en función del flujo de visitantes que llegan a cada proyecto y de sus características -grupos de turistas extranjeros, excursionistas nacionales, visitantes individuales extranjeros, que llegan sólo en la temporada de invierno o también en los meses de verano-, lo que a su vez depende de la localización de la cooperativa, de su accesibilidad durante la época de lluvias y de la atracción que despiertan las ofertas turísticas de cada proyecto. Cuatro proyectos han venido siendo los más visitados, sea por su cercanía a la carretera general, porque tienen infraestructuras adecuadas para alojar grupos grandes de turistas o porque sus instalaciones atraen a visitantes nacionales en la época del verano nicaragüense, en tanto que los dos más alejados y con menos instalaciones turísticas reciben menor número de visitantes.

Hay consenso entre las mujeres en que los ingresos obtenidos en el trabajo de turismo son escasos, esporádicos y poco previsibles²². Las tarifas cobradas por cada tipo de trabajo son bastante similares en todos los proyectos, como resultado de un proceso de estandarización de los contenidos y la remuneración de cada tarea²³. Mientras algunas de las tarifas actuales son el resultado de reclamaciones salariales de las mujeres, en otros casos fueron las propias cooperativas las que decidieron aumentar los salarios a medida que crecían los ingresos por turismo.

La situación actual es que las mujeres quieren trabajar en turismo más días de los que trabajan, y están preocupadas porque el flujo de turistas ya no es como en años anteriores. Muchas recuerdan 2009 como “un buen año en el que el turismo les trajo prosperidad” pero consideran que la tendencia de los últimos dos años es preocupante y no son optimistas respecto al futuro; culpan a la crisis económica española de la disminución de los grupos de turismo solidario que llegaban a las cooperativas. Varias se han retirado del trabajo por esta razón y otras están pensando hacerlo si no mejora el panorama a mediados de 2012. Hay en el ambiente cierta decepción y desánimo porque “en este tiempo, este trabajo no renta nada”.

22 Datos obtenidos en las entrevistas grupales dan una idea de los ingresos promedio de las trabajadoras: en el proyecto Aguas Agrias, las mujeres obtuvieron durante el verano pasado 240 córdobas mensuales, correspondientes al pago de 3 jornadas de trabajo en la puerta del balneario; en el Nicaragua Libre la temporada de invierno de 2011 reportó a cada trabajadora alrededor de 1.200 córdobas, pero una mujer que realizó solamente tareas de limpieza reportó que sólo ganó 500 córdobas en todo el año y una joven que elaboró y vendió artesanías obtuvo en total 300 córdobas; en La Granadilla, las mujeres que alojan turistas en sus casas calcularon una ganancia neta de 2.000 córdobas por atender a dos turistas durante una quincena. En marzo de 2012, 1 US dólar valía 23 córdobas.

23 El trabajo de cocina se paga entre 80 y 100 córdobas diarios, 200 si el grupo es de más de 20 personas; el de guía local reporta 80 córdobas y el de acompañante 20 dólares diarios. Las tareas de limpieza y de mantenimiento valen 10 córdobas la hora, en tanto que lavar la ropa de cama de los albergues reporta 60 córdobas diarios.

Sin embargo, a pesar de no ser la fuente de ingresos que esperaban, las mujeres siguen valorando positivamente el trabajo de turismo. La mayoría lo considera un *trabajo favorable* porque les permite ganar algo de dinero sin tener que salir de la comunidad, les facilita estar con sus hijos y atender su hogar mientras ellas trabajan. También lo ven como un *trabajo de mujeres* que ellas saben hacer y hacen bien, que está bien organizado, en el sentido de que las tareas y los roles están claros, y es más liviano que la mayoría de los trabajos agrícolas que se hacen en las cooperativas.

Algunas lo asumen como un complemento de actividades que hacen durante algunos meses del año, sobre todo comercio minorista, pero otras lo ven como la única alternativa a otros trabajos que les gustan menos (trabajo agrícola) o que les resultan menos accesibles, sea por la edad (demasiado mayores para trabajar en las maquilas cercanas) o por la dificultad de conciliarlo con sus responsabilidades familiares (trabajo doméstico remunerado fuera de sus comunidades, en Granada, Masaya o Managua).

Cuando se les pregunta por las satisfacciones que les ha reportado este trabajo más allá de los ingresos, las respuestas sugieren un conjunto de beneficios que, aunque intangibles, las mujeres valoran mucho. Dicen que en la relación con los y las turistas han aprendido a comunicarse con personas de otras culturas, han socializado experiencias y han perdido la timidez; que en las capacitaciones recibidas han adquirido nuevas habilidades (sobre todo, culinarias), han conocido otros lugares del país y han estrechado relaciones con mujeres de otras comunidades; que en el trabajo de guía han aprendido sobre la historia y la cultura de su zona y del país, han podido mostrar sus conocimientos a quienes las visitan...

Varias consideran un logro para su desarrollo personal el haber tenido que organizarse y ser responsables para poder cumplir con el compromiso adquirido de brindar buenos servicios a las visitas turísticas, y se sienten “alegres de atender a los turistas lo mejor que pueden, prepararles su cama y darles su alimentación bien preparada”; otras comentan con orgullo que “se han dado cuenta de que su trabajo es imprescindible para el éxito de los proyectos turísticos” y sienten que ahora empiezan a ser reconocidas por los hombres de las cooperativas por hacer unas labores que cuando las hacen en su familia, nadie las considera valiosas ni las remunera.

Los hombres que integran el Comité de Turismo y la Junta Directiva de la UCA, preguntados por los beneficios que ha traído el turismo a las mujeres, mencionan las capacitaciones recibidas (cocina, guías, artesanías, elaboración de jabón, contabilidad, atención al cliente) y el “enriquecimiento personal de saber relacionarse y compartir con otras culturas”. Aunque ven el ingreso aportado por el trabajo de las mujeres en turismo como un complemento de la economía familiar, también señalan que “las obligaciones familiares y la falta de claridad sobre la utilidad de las capacitaciones han impedido a las mujeres aprovechar al cien por ciento las oportunidades que el turismo les ha abierto”. Los hombres directivos son conscientes de que las mujeres se están desanimando y retirando de los proyectos aunque, según ellos, la razón principal es que las mujeres “tienen niños chiquitos o se casan y el marido no les deja participar...”.

Es interesante constatar que mientras muchos hombres se ven obligados a buscar empleo fuera de las cooperativas e incluso fuera del país porque las actividades agropecuarias colectivas no les proveen de ingresos suficientes, el programa de turismo ha ayudado a *fixar* a las mujeres al territorio, a la comunidad donde habitan. “La mayoría de las mujeres no buscan otro trabajo distinto al de turismo porque ya tienen un pequeño ingreso cerca de su casa, porque tienen una responsabilidad con los hijos y la casa”, dice una mujer. “Si nos vamos todas como se van los hombres, ¿quién va a recibir al turismo?” pregunta otra.

El control de las trabajadoras sobre los recursos y beneficios

Los ingresos del turismo se destinan a pagar los salarios de los y las trabajadoras, así como los gastos corrientes de los proyectos. Los acuerdos establecidos en el programa de turismo de la UCA es que esta retiene, en concepto de servicios y gestiones, el 10% de los ingresos generados en la atención a turistas extranjeros²⁴. Además, dado que todos los proyectos tienen contraídas deudas con el fondo de turismo por préstamos concedidos para que realicen mejoras en la infraestructura turística, la UCA les retiene el 20% de los ingresos para pagar dichas deudas, sólo cuando tienen ingresos. Lo que queda después de todos los pagos y retenciones son las ganancias del turismo, que se dedican a hacer inversiones de mejora, pagar gastos de las cooperativas y/o se reparten entre los cooperativistas que han trabajado en los proyectos.

En el proyecto Nicaragua Libre recuerdan que en 2009 cada socio recibió mil córdobas en concepto de utilidades del turismo. Sin embargo, en 2010 y 2011 ninguna cooperativa repartió ganancias entre los socios, sea porque las dedicaron a pagar gastos de las cooperativas, las invirtieron en mejoras de las instalaciones turísticas o sencillamente, porque no tuvieron ganancias: 3 proyectos tuvieron utilidades inferiores a 60 dólares en 2010 y/o en 2011.

Sean o no socias de las cooperativas, las trabajadoras de turismo conocen los criterios que rigen a la hora del reparto de las ganancias del turismo aunque ello no les ha impedido cuestionar cómo se han aplicado tales criterios en los últimos años. En dos de los proyectos, por ejemplo, algunas trabajadoras que no son cooperativistas no están conformes con que las utilidades del turismo se destinen a resolver necesidades de las cooperativas en lugar de repartirse entre quienes trabajan en el proyecto; otras están en desacuerdo con que se beneficien algunos socios que ni trabajan actualmente en los proyectos turísticos ni les apoyaron cuando ellas quisieron echarlos a andar²⁵.

24 En la modalidad de Casa Huésped la UCA retiene el 5% de lo que pagan las visitas turísticas y la cooperativa otro 5%.

25 Las mujeres del proyecto Charco Muerto relatan que su propuesta de iniciar el proyecto turístico fue rechazada por los socios de la cooperativa en 2001. Las del proyecto Aguas Agrias recuerdan que los hombres no apoyaban al inicio el proyecto de turismo y fueron las mujeres las que se hicieron cargo, habiendo contado con poca ayuda de su parte durante estos años.

Las trabajadoras del turismo tienen bastante asumido que la decisión última sobre los asuntos de turismo la tienen los directivos de las cooperativas porque saben que estas son las propietarias de los proyectos y han escuchado repetidamente a aquellos decir

que “todo proyecto que viene a la cooperativa tiene que ser dirigido por la cooperativa”. Además han constatado repetidas veces que si no son cooperativistas tienen pocas posibilidades de decidir sobre cómo organizar el trabajo turístico: “Las mujeres que no son socias de la cooperativa no pueden opinar”, les dijo el presidente de la cooperativa cuando en uno de los proyectos se discutió la incorporación de los hombres a una tarea desempeñada hasta ese momento sólo por las mujeres (la consecuencia práctica de la decisión de la cooperativa fue que varios hombres entraron a hacer dicha tarea y cada mujer tiene ahora menos días de trabajo al mes en esa actividad).

Es necesario aclarar aquí que el 70% de las trabajadoras de turismo no son socias de las cooperativas agropecuarias: ellas trabajan en los proyectos por ser esposas, hijas o hermanas de cooperativistas²⁶. Este es el resultado de una decisión adoptada por las cooperativas al comenzar el programa de turismo (brindar oportunidades de trabajo a las mujeres y jóvenes familiares de los y las cooperativistas), combinada con una exigencia del propio trabajo turístico rural, pues como dijo una trabajadora de Charco Muerto “los hombres no nos tomaron en cuenta para ser socias de la cooperativa porque dicen que no trabajamos la tierra como ellos, pero sí para el proyecto de turismo porque nos necesitaban de cocineras”. En consecuencia, la condición de *cooperativista* está desigualmente distribuida entre las mujeres y los hombres que trabajan en el turismo: el 62,5% de los hombres que trabajan en los proyectos son socios pero apenas el 30% de las trabajadoras lo son (cuadro 4).

Cuadro 4: Mujeres y hombres que trabajan en los proyectos turísticos, según su condición de asociación a la cooperativa respectiva

	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres	Hombres	Total
Socio/a	30	62,5	33	67	20	40	60
No socio/a	70	37,5	66	34	47	24	71
Total	100	100	51	49	67	64	131

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas de la UCA “Tierra y Agua”.

Al estar tan firmemente establecido que la titularidad de los proyectos y la potestad decisoria sobre los mismos competen a las cooperativas y al estar la mayoría de las trabajadoras del turismo fuera de estas organizaciones, sus posibilidades de incidir en las decisiones relevantes sobre el programa de turismo son bastante limitadas. Además,

²⁶ Excepcionalmente, trabajan también en el turismo algunas mujeres que viven en la comunidad y actualmente no tienen parentesco con ningún o ninguna socia de la cooperativa, pero lo tuvieron.

su acceso a trabajos, ingresos y capacitaciones relacionadas con el turismo es vivido por muchas mujeres como un *favor otorgado* por los socios (a sus esposas, hijos e hijas) que estos podrían revertir sin que ellas pudieran hacer casi nada por evitarlo. Conscientes algunas de su escaso poder en los proyectos, expresan temor a perder lo poco que tienen y una actitud resignada ante las decisiones de los cooperativistas: “Nos han dado la oportunidad a las mujeres e hijos de los socios de trabajar en turismo, pero si quieren darle todo el trabajo a los socios lo pueden hacer y nos quedamos sin ningún día de trabajo”, dice una trabajadora del turismo.

Por otro lado, aunque las decisiones sobre el destino de las ganancias del turismo parecen no satisfacer las expectativas de algunas trabajadoras que no son socias, otras que tampoco lo son señalan que si finalmente tales ganancias se reparten entre los cooperativistas, ellas también se benefician en tanto familiares de estos. En algunas trabajadoras no socias se percibe cierta ambigüedad en sus reclamos y demandas a las cooperativas, que podría estar reflejando un cierto conflicto entre sus identidades de trabajadoras del turismo y de cuidadoras del hogar: si como trabajadoras están interesadas, supuestamente, en recibir mejor pago por su trabajo en el proyecto (lo que haría disminuir las ganancias finales del proyecto), como esposas y cuidadoras familiares no les importa tanto que sus salarios sean bajos si a cambio algún varón de la familia recibe ganancias del turismo a final de año.

Este conflicto de identidades explicaría los desacuerdos entre las mujeres cuando opinan sobre el papel de las cooperativas en la dirección de los proyectos de turismo, dependiendo sus valoraciones en gran medida de su relación de parentesco con los cooperativistas. No es de extrañar que las opiniones más críticas hacia las actuaciones de las cooperativas las emitan aquellas trabajadoras que no tienen ningún familiar socio y que se sienten, por tanto, en una posición de mayor vulnerabilidad. En el otro extremo estarían las socias que no trabajan en turismo pero reciben parte de sus ganancias, aunque estas mujeres son una minoría en las cooperativas.

El cuadro 5 muestra las desigualdades existentes entre hombres y mujeres en el acceso y el control de los recursos y beneficios aportados por los proyectos turísticos²⁷

27 En el enfoque Género en el Desarrollo, el acceso se refiere a la oportunidad de usar los recursos y beneficios de un proyecto pero sin tener autoridad para decidir sobre ellos, mientras que el control alude a la completa autoridad para decidir acerca del uso y el resultado de los recursos y beneficios del proyecto e imponer esa definición a otras personas (Murguialday, Vázquez y González 2008:36).

Cuadro 5: Acceso y control de recursos y beneficios del turismo

	Acceso		Control	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
RECURSOS				
Tierra	X	X		X
Trabajo remunerado	X	X		X
Créditos		X		X
Infraestructura, equipos	X	X		X
Actividades domésticas	X		X	
Organizaciones sociales	X	X		X
Liderazgo, reconocimiento social	Poco	X		X
Tiempo	Poco	X		X
Movilidad	Poco	X		X
BENEFICIOS				
Ingresos propios	X	X	Poco	X
Capacitaciones	X	X	Poco	X
Participación en toma de decisiones	Poco	X		X

Fuente: Elaboración propia a partir de las discusiones grupales.

De estos datos podría concluirse que, como consecuencia de su menor control sobre los recursos económicos, sociales y políticos generados en los proyectos de turismo, las mujeres están recibiendo de estos proyectos menos beneficios que los hombres. Paradójicamente, esta conclusión colisiona con la percepción de algunos hombres de que las mujeres son las principales beneficiarias de los proyectos, percepción que muchas mujeres no comparten. En particular, varias trabajadoras de dos de los proyectos consideran injusto que los hombres les digan que “el turismo sólo reparte ganancias a las mujeres” o que “sólo las cocineras se llevan lo que dejan los turistas y no le queda nada al fondo”, cuando ellas sienten que lo único que están recibiendo del turismo es “simplemente el pago por el día trabajado”.

A pesar de estas apreciaciones y sin negar los beneficios que los proyectos les han traído, a las trabajadoras de turismo aún les queda bastante recorrido para llegar a compartir de manera igualitaria con los hombres el control efectivo sobre los recursos y beneficios del proyecto. Este camino no será fácil, en la medida en que el control sobre los proyectos de turismo se ejerce desde unas estructuras organizativas, las cooperativas, históricamente integradas y dirigidas por hombres²⁸.

²⁸ Con la única excepción de la cooperativa “Gaspar García Laviana”, impulsora del proyecto Los Norteños, donde casi todas las mujeres son socias y ocupan la mayoría de los cargos directivos, en parte también porque los hombres trabajan fuera de la comunidad.

4. PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LAS DECISIONES SOBRE TURISMO

Analizamos aquí las diversas formas en que las mujeres participan en tres ámbitos de decisión sobre los proyectos de turismo: por un lado, los espacios más directamente vinculados a la organización y gestión de cada proyecto; por otro, las instancias cooperativas que adoptan las decisiones relevantes, y a menudo también otras más operativas, sobre los proyectos; y por último, las estructuras de la UCA que deciden sobre aspectos generales del programa de turismo y afectan a todos los proyectos.

Acceso a cargos directivos y de representación de los proyectos

Como se detalló en el segundo apartado de este artículo, el modelo organizativo adoptado por los proyectos turísticos ha sido muy parecido en todos los casos, estando sustentado en una directiva (o comité) de turismo integrada por cuatro personas que se responsabilizan de cada una de las siguientes tareas: coordinación general del proyecto, administración o tesorería, responsable de cocina y responsable de guías. Además, cada cooperativa nombra a dos representantes (titular y suplente) ante el Comité de Turismo de la UCA, los cuales se integran también a la dinámica de trabajo

de la directiva de turismo en cada cooperativa. Todos estos cargos pueden ser ocupados por mujeres y hombres que trabajan en los proyectos turísticos, sean o no socios de las cooperativas agropecuarias.

Como muestra el cuadro 6, las mujeres apenas representan un 32% de los directivos de turismo (sólo 9 de los 28 cargos considerados están actualmente ocupados por mujeres). Además, la presencia de mujeres y hombres en los equipos directivos de los proyectos no se reparte de manera aleatoria, sino que sigue *pautas de género* bastante marcadas: en las directivas existen tres cargos muy masculinizados (el de coordinador general, el de responsable de guías y el de representante ante el Comité de Turismo), uno totalmente feminizado (el de responsable de cocina) y otro bastante igualitario (el de administración o tesorería).

Cuadro 6. Presencia de mujeres y hombres en cargos directivos de los proyectos turísticos

Cargos	Nicaragua Libre	La Granadilla	Aguas Agrias	Los Norteños	Charco Muerto
Coordinación del proyecto	Hombre	Hombre	Hombre	Mujer	Hombre
Administración	Hombre	Hombre	Mujer	Mujer	Mujer
Responsable de cocina	Mujer	Mujer	Mujer	Mujer	
Responsable de guías	Hombre	Hombre	Hombre	Hombre	
Representantes Comité Turismo	2 hombres	2 hombres	2 hombres	1 mujer 1 hombre	2 hombres

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas de la UCA “Tierra y Agua”.

En oscuro, los cargos directivos masculinizados; en claro, el feminizado y en blanco el igualitario.

Puede decirse que dos de las funciones directivas están asignadas claramente en *clave de género*: la de responsable de cocina, que es siempre desempeñada por una mujer, y la de coordinación general que está casi siempre a cargo de un hombre²⁹. En cuanto a la labor de administración o tesorería, es desempeñada por mujeres en 3 de los proyectos (la honradez y buen hacer a la hora de administrar los recursos económicos colectivos suelen ser cualidades ampliamente reconocidas como femeninas), mientras los hombres administran los dos proyectos turísticos con más años de existencia y mayores volúmenes de ganancias en los últimos años.

Aunque es posible que estos cargos sean desempeñados por personas no socias de las cooperativas³⁰, en la práctica suelen estar ocupados por cooperativistas que ocupan cargos directivos. En la realidad reflejada en el cuadro 6, son directivos de sus cooperativas el 80% de quienes coordinan los proyectos, el 20% de quienes los representan en el Comité de Turismo y el 25% de los responsables de guías; además, otro administrador y dos representantes más tienen cargos en la junta directiva de la UCA. Todos ellos son hombres, excepto una mujer que coordina el proyecto y lo representa en el Comité de Turismo.

Por otro lado, aunque según los estatutos de la UCA no es imprescindible ser cooperativista para representar al proyecto en el Comité de Turismo, en la práctica todos los representantes lo son. “Nunca se ha propuesto para este cargo a una persona que no sea socia ni, por tanto, se ha producido nunca una situación de veto a alguien no socio para desempeñarlo”, dice el administrador de la UCA.

29 La única excepción es, de nuevo, el proyecto Los Norteños en el que las mujeres no sólo representan el 69% de todas las personas que trabajan en el turismo, sino que además ocupan la mayoría de los cargos directivos de su cooperativa.

30 Como lo muestra el hecho de que una mujer no socia fuera la coordinadora del proyecto Nicaragua Libre durante sus primeros años, al igual que otra mujer no socia fue responsable de turismo de la UCA “Tierra y Agua” durante varios años.

Cuando se pregunta a los hombres y a las mujeres cómo explican la ausencia de estas de los cargos más importantes de turismo, las causas más mencionadas aluden a la falta de motivación de las mujeres: “No les gusta participar”, “se acostumbran a estar en casa”, “no quieren asumir responsabilidades”, “no hay voluntad ni disponibilidad”, “no se presentan voluntarias”... Las mujeres, por su parte, también señalan la carencia de ciertas capacidades necesarias para desempeñarlos: “Algunas no sabemos leer”, “el dinero se le confunde a una”, “no podemos dirigir los trabajos de hombres”, “hay trabajos que no podemos hacer porque no tenemos fuerza”, “si alguien se ahoga en el río no lo podemos sacar”...

Ciertamente, a las mujeres no les gusta ocupar cargos que les impliquen realizar trabajos considerados propios de los hombres o dirigir a hombres trabajando, les da miedo no ser capaces de dirigir una construcción o de hacer trabajos pesados en el río... Sin embargo, su desapego al cargo de coordinadora no es debido sólo –ni quizás fundamentalmente– a razones vinculadas con su autoestima. Cuando el coordinador de uno de los proyectos aseguró, en la discusión grupal, que “el trabajo de coordinador no es difícil, que una mujer puede hacerlo pero ninguna quiere”, una mujer le replicó que ella fue elegida coordinadora pero a los pocos días los hombres ya estaban retándola a ver si era capaz de dirigirlos en el trabajo y lo dejó... Su argumento actual es que “no hay unidad entre las mujeres... los hombres son machistas y nosotras también... siempre les damos la razón a ellos”. Algunas mujeres también se sienten molestas porque los hombres no las proponen para los cargos, pero “tampoco se pueden proponer a sí mismas porque entonces los hombres les dirían que quieren dominar el proyecto”, dice una de ellas.

Cuando se les pregunta por la ausencia de mujeres en el Comité de Turismo de la UCA, las mujeres lo justifican diciendo que “los hombres corren menos peligro cuando tienen que viajar a Granada” o que “ellas no pueden dejar abandonada la casa si se tienen que quedar a dormir en la ciudad después de la reunión”. Los directivos, por su parte, aluden a las distancias y a la falta de disposición de las mujeres para asumir los riesgos que implica la carencia de transporte: “Para llegar a esta reunión algunos hemos venido 25 kilómetros en bicicleta... ninguna mujer lo va a hacer... y menos quedarse de noche fuera de su casa”, dice uno. “Las mujeres se involucran en la comunidad pero el problema es salir de la comunidad por los peligros de regresar de noche caminando”, dice otro.

Algunas mujeres sostienen que si las reuniones se hicieran en alguna cooperativa más cercana o les dieran transporte, quizás se animarían a ser representantes. La única mujer representante dice que en el Comité de Turismo han hablado últimamente sobre estas dificultades de las mujeres para participar y que acordaron que se les dará transporte o se les pagará taxi cuando la reunión termine después de las 4 de la tarde. También opina que las mujeres “tienen derecho a exigir a los hombres que se preocupen de estos temas... y debieran exigir que en el comité haya una mujer encargada de dinamizar a las mujeres para que participen más”. Sin embargo, los directivos y representantes no recuerdan haber discutido estos temas y dicen que no ven fácil la solución “por las limitaciones económicas que tienen las cooperativas y la UCA para resolver el transporte”.

Participación en espacios cooperativos que deciden sobre los proyectos

Como expusimos en el apartado dedicado al desarrollo organizativo de los proyectos de turismo, las cooperativas han adoptado distintos modelos organizativos para encuadrar el trabajo de turismo pero siempre manteniendo un elemento común: los proyectos turísticos son propiedad de las cooperativas, por tanto los cooperativistas son los únicos titulares del derecho a decidir sobre ellos, con independencia de su nivel de involucramiento en el trabajo de turismo.

Tal como expresan las mujeres entrevistadas, “lo habitual es que todo lo del turismo se decida en las reuniones de la cooperativa”. Efectivamente, tanto en las dos cooperativas en las que todos los socios y socias trabajan en turismo -sea de manera remunerada o aportando horas de trabajo voluntario- como en el resto, los asuntos del turismo se deciden en las reuniones habituales de la cooperativa (junta directiva, asamblea de cooperativistas) sin la presencia de las trabajadoras que no son socias de la cooperativa, y con independencia del papel que estas hayan desempeñado en el impulso y sostenimiento de dichos proyectos, muy determinante en algunos casos.

La casuística presenta matices interesantes. En uno de los proyectos todas las trabajadoras se reúnen periódicamente para organizar el trabajo ante la llegada de turistas, pero las mujeres sienten que no son ellas las que deciden en última instancia sobre el proyecto porque “las propuestas que hacemos siempre tienen que ser aprobadas por la directiva de la cooperativa”. En otra cooperativa, la directiva dedica una reunión bimensual a revisar los ingresos obtenidos y la planilla de horas trabajadas, y a decidir cómo se van a utilizar las ganancias; a esas reuniones invitan a la administradora y la responsable de cocina “para que informen”; también hacen asambleas a las que las trabajadoras pueden llegar a opinar y votar, pero estas dicen que nunca asisten “porque sabemos que son asambleas de los socios de la cooperativa y nosotras no somos socias”.

En otra cooperativa, los temas de turismo se tratan siempre en reuniones de cooperativistas en las que participan las cinco mujeres socias, aunque ninguna de ellas toma parte en los trabajos agrícolas colectivos y al menos una tampoco en el proyecto de turismo actualmente. Las mujeres no socias dicen que “en esas reuniones se informa y se decide sobre turismo pero a las mujeres que sólo somos trabajadoras no nos invitan”... “nunca hemos llegado, así que no sabemos si nos dejarían estar en la reunión”... “tampoco podemos ir en lugar del esposo porque los hombres socios, si no pueden ir a las reuniones, prefieren pagar multa que enviar a la esposa en su lugar”

Finalmente, en otra cooperativa no han hecho reuniones en los últimos meses porque cuatro directivos –incluido el coordinador de turismo- están trabajando fuera de la comunidad; cuando las hacen sólo participan una o dos de las cinco mujeres socias, y sólo a un 20% de las reuniones llegan las mujeres trabajadoras del turismo, casi siempre las

jóvenes “para que vayan ganando derechos en la cooperativa” y las cocineras cuando se acerca la temporada alta “para organizarse y después para rendir cuentas”.

Como se puede apreciar en los párrafos anteriores, aunque las mujeres aceptan que las decisiones sobre turismo se tomen en las reuniones de las cooperativas, no deja de causarles cierta preocupación que personas que no trabajan en turismo sí tengan oportunidad de opinar y decidir sobre estos temas—sólo por el hecho de ser socios o socias de la cooperativa—, mientras a ellas ni siquiera las invitan a participar cuando se tratan asuntos que afectan a su trabajo.

Cuando se les pregunta su opinión sobre esta paradoja, sus respuestas reflejan estas preocupaciones: “Sería bueno que las que trabajan en turismo también decidan, pero eso sería desbaratar los acuerdos que ya tenemos”; “Si no eres socio o no tienes ningún cargo en la cooperativa no te dan ningún valor, aunque sólo por trabajar en turismo ya debieran de reconocernos”; “Somos las trabajadoras las que mantenemos limpio, cocinamos, atraemos a los turistas, les atendemos, pero nuestras opiniones no se valoran”; “Sería bueno reunirse y poner algo para que las mujeres se motiven a participar, por ejemplo que tengan algún beneficio del proyecto de turismo... puede ser en reparto del trabajo pagado o en reparto de ganancias a final de año”; “Muchas ahora no vienen porque dicen que sólo los socios tienen beneficios del turismo”. El vicepresidente de una cooperativa y representante ante el Comité de Turismo reconoce que “no hemos hablado nunca de esto en la cooperativa... sólo hemos tratado de involucrar a los socios pero nunca hemos llamado a quienes no son socios”.

Las mujeres han tenido enfrente una serie de obstáculos a la hora de hacer realidad sus deseos de más reconocimiento y participación. Unos tienen que ver con sus condicionantes personales y familiares, pero otros son más bien impedimentos estructurales, limitaciones derivadas de las características de las cooperativas en las que se insertan los proyectos de turismo (organizaciones integradas y dirigidas mayoritariamente por hombres) y de la decisión adoptada por estas de ofrecer a esposas, hijas e hijos la oportunidad de trabajar en el turismo, pero sin compartir con ellas y ellos la membresía y dirección de las estructuras cooperativas.

Como dijimos anteriormente, la mayoría de las trabajadoras de turismo no son socias de las cooperativas, pero casi todas mantienen un vínculo muy particular con estas: ser las esposas, hijas o hermanas de los socios. De las 45 mujeres entrevistadas en esta investigación (67% de todas las trabajadoras en los seis proyectos turísticos), sólo una tercera parte son socias; el 58% son esposas, hijas o hermanas de socios/as y una minoría del 8% son residentes en la comunidad sin parentesco con socios o “socias sin derechos”, como puede verse en el cuadro 7.

Cuadro 7. Identidades de las mujeres entrevistadas en relación a la cooperativa

	Nicaragua Libre y Posintepe	La Granadilla	Aguas Agrías	Los Norteños	Charco Muerto	Total	
						T	%
Socia	1	3	3	6	2	15	33
Esposa de socio	2	2	2	1	5	12	27
Hija de socio/a	3	3	3		4	13	29
Hermana de socio	1					1	2
Socia sin derechos			2			2	4
Residente			1		1	2	4
TOTAL	7	8	11	7	12	45	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos de participantes en entrevistas grupales.

Los condicionamientos históricos, tanto del momento en que fueron creadas las cooperativas como de su evolución en las últimas dos décadas, han determinado que las mujeres se relacionen con las cooperativas de una manera particular: ellas no son titulares de las tierras colectivas, sólo una minoría lo son de las manzanas de tierra entregadas a las familias desde mediados de los años 90, y sus vínculos con las cooperativas se establecen fundamentalmente a partir de su relación familiar con los cooperativistas.

Todo ello ha contribuido a que las mujeres que trabajan en el turismo se autoperciban, en relación a las cooperativas, con identidades *referenciadas a un hombre de su familia* al que ellas, y el entorno social, consideran el legítimo y exclusivo titular de derechos de la cooperativa. Estas identidades han condicionado tanto su manera de ver a la cooperativa -un ámbito de competencia de los hombres de su familia, no de ellas- como su identidad de trabajadoras de unas empresas, los proyectos turísticos, sobre las cuales no tienen ningún derecho ni control real. Ambas circunstancias podrían estar en la base del escaso interés de muchas mujeres por participar en aquellos espacios donde se decide sobre los proyectos que la cooperativa desarrolla, entre estos los turísticos.

Sin embargo, a pesar de que estas identidades referenciales establecen claros límites subjetivos a la autonomía de las mujeres, algunas de ellas mantienen cierta capacidad de crítica ante este estado de cosas: “Le dicen a una que como no trabaja como un hombre, no puede ser socia”... “la cooperativa es sólo de los hombres, para que una mujer sea socia se tiene que morir el marido”... “aunque seamos socias de la cooperativa, los hombres nos dicen que sólo tenemos derecho a trabajar en turismo”.

También se muestran críticas ante lo que consideran una forma de *utilización interesada* por parte de los hombres cuando estos las convocan para sacar adelante los proyectos turísticos. Así, cuando el coordinador de uno de los proyectos justifica el interés de la

cooperativa en la participación de las mujeres diciendo que “se nos hacía difícil atender la tierra y el turismo, así que mejor ellas que lo atiendan porque es un trabajo suave, por eso se pensó que fuera trabajo para las mujeres”, las mujeres reclaman enfáticamente que el proyecto fue una demanda de ellas, que los hombres no lo apoyaban en sus inicios y que han sido ellas quienes se hicieron cargo y siempre lo han mantenido con propuestas e iniciativas para hacerlo prosperar. El coordinador de turismo les responde que “el proyecto es de la cooperativa, por eso él es el coordinador... y el proyecto tiene que beneficiar a todas las familias a través de la cooperativa”.

Las mujeres tienen claro que una cosa es ser trabajadora del turismo (para serlo es suficiente con ser pariente de un cooperativista) y otra cosa es ser cooperativista con derecho a decidir sobre los asuntos de turismo. Su conciencia de que no gozan del estatus de socias no les impide sentirse orgullosas del trabajo que realizan y de la forma en que contribuyen a hacer sostenible una fuente de ingresos que no es solamente para ellas y sus familias, sino también para las cooperativas. Este orgullo les lleva a algunas a demandar más reconocimiento de su trabajo y más posibilidades de participar en los espacios donde se toman decisiones sobre el turismo.

Estas demandas no siempre son abiertamente planteadas por las mujeres, pero su formulación –aún en la forma de vago deseo o escéptico interrogante– puede ser la expresión de un proceso de apropiación de los proyectos de turismo por parte de algunas mujeres, precisamente aquellas más comprometidas con su buen funcionamiento y más conscientes de que el éxito del proyecto depende de su trabajo.

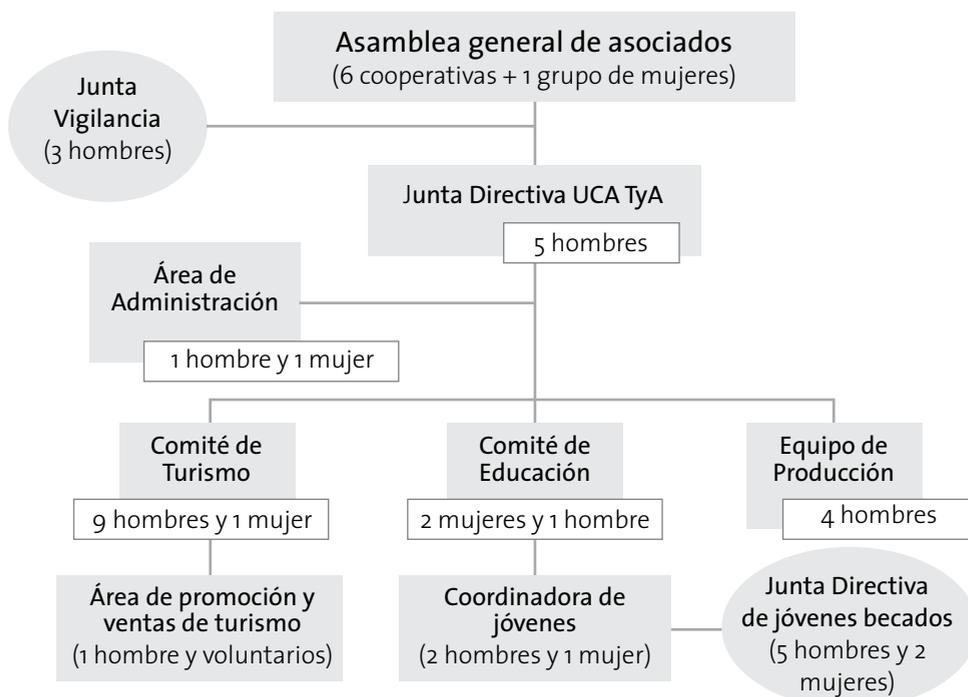
También pueden verse estas exigencias como indicadores de que el trabajo de turismo ha abierto a algunas mujeres la oportunidad de empoderarse a partir de su autoconciencia de que son imprescindibles para la buena marcha de los proyectos, empoderamiento que se expresa en la forma de incipientes reclamos de más consideración a sus opiniones y más presencia en las instancias donde se deciden cuestiones que les afectan como trabajadoras.

Participación en instancias directivas de la UCA “Tierra y Agua”

Otra clave explicativa de los obstáculos encontrados por las mujeres para participar activamente en las decisiones sobre los proyectos de turismo guarda relación con el predominio de los hombres en las estructuras de la UCA. Como se aprecia en su organigrama, la participación de hombres y de mujeres en la instancia directiva y los equipos de coordinación de la UCA es muy desigual: hay un predominio absoluto de los hombres en la Junta Directiva, la Junta de Vigilancia y el Equipo de Producción, pero también son estos mayoría absoluta en el Comité de Turismo (90%) y en las instancias que dirigen el trabajo con los y las jóvenes de las cooperativas (67% en la Coordinadora de Jóvenes y 71% en la Junta Directiva de la organización de jóvenes becados por la UCA).

La Junta Directiva de la UCA está integrada por 5 hombres, 4 de los cuales pertenecen a cooperativas que desarrollan proyectos de turismo y ocupan los cargos de presidente, vicepresidente, secretario y vocal. Si consideramos la Junta Directiva y los 3 comités que componen las estructuras de dirección de la UCA (Comité de Turismo, Comité de Educación y Equipo de Producción), las mujeres ocupan apenas el 13,6% de todos los cargos directivos (3 mujeres y 19 hombres).

Esta escasa presencia de mujeres en las instancias de dirección de la UCA puede explicar la escasa sensibilidad hacia las necesidades específicas de las mujeres, mostrada por la UCA a lo largo de su historia. “Nunca hemos celebrado el Día de la Mujer o el Día de la Madre en ninguna cooperativa, pero sí el aniversario de la UCA”, señala una trabajadora del turismo.



5. LA ORGANIZACIÓN DE LAS MUJERES Y LA TOMA DE CONCIENCIA SOBRE SUS DERECHOS

En las tres décadas de historia de las cooperativas se han realizado al menos tres esfuerzos concretos por organizar a las mujeres de manera autónoma o por propiciarles condiciones para que reflexionen sobre sus problemas específicos como mujeres y tomen conciencia sobre sus derechos.

El primero de ellos ocurrió a comienzos de los años 90 y tuvo como promotora a Iris Vado, una activista de los derechos de las mujeres que impulsó la organización de las mujeres

que vivían en las cooperativas, promovió el desarrollo de proyectos productivos para que ellas obtuvieran ingresos, les facilitó capacitaciones e incluso se preocupó de concientizar a los hombres para que dejaran participar a sus esposas.

Las trabajadoras de varios de los proyectos la recuerdan especialmente: “Iris fue la que nos reunía a las mujeres e hizo que cambiáramos nuestras ideas”... “Nos trajo proyectos de ovejas aunque los hombres no querían, nos fue enseñando cómo hacerles entrar en razón a los hombres”... “Gracias a ella podemos hablar y venir a las reuniones, porque ahora se hacen de día pero antes los hombres se reunían solo de noche”. Algunas añoran aquellos tiempos en que “teníamos proyectos productivos y trabajábamos bien con Iris”... “Cuando Iris y Lucía se fueron, se deshizo el grupo y ahora nos sentimos tristes”... “No hemos vuelto a organizarnos solas... ahora ya no queremos organizarnos porque dicen que ahora se trabaja con igualdad, junto con los hombres en todo”³¹. Otras recuerdan que Iris les formó y les llevó a capacitaciones, las organizó junto a las mujeres de otras cooperativas. “Quizás por todo lo que ella nos ayudó ahora las mujeres mandan tanto en esta cooperativa y en el proyecto de turismo”, dicen las mujeres de uno de los proyectos.

El segundo esfuerzo organizativo ocurrió tras la salida de Iris cuando, inspiradas en sus enseñanzas, pusieron en marcha una organización de mujeres denominada ASMIVA (Asociación de Mujeres Iris Vado) que reunía a mujeres de todas las comunidades. La vida de esta organización fue corta y apenas unas pocas recuerdan sus actividades: “Las mujeres se reunían en Aguas Agrias, iban mujeres de todas las cooperativas pero yo sólo fui a dos reuniones y no sé por qué desapareció ASMIVA”, dice una trabajadora. “Quizás porque los maridos no las dejaban ir a las reuniones”, añade otra. “Algo pasó con una mujer de Aguas Agrias y el lío que se armó en la cooperativa hizo que se acabaran las reuniones”, recuerda una tercera. “Algunos maridos delicados no se sienten felices de que las mujeres se vayan superando”, argumenta finalmente una cuarta.

El tercer y último esfuerzo adoptó la forma de un plan de formación dirigido a las trabajadoras lideresas y fue realizado durante los años 2006, 2007 y 2008. Consistió en 6 jornadas de reflexión e intercambio a las que asistieron entre 11 y 15 mujeres por sesión, pertenecientes a los proyectos Aguas Agrias, La Granadilla, Nicaragua Libre, Finca Julilandia-Posintepe y Sonzapote-Isla Zapatera³². Los temas abordados y sus objetivos se exponen en el cuadro 8.

31 Sin embargo, esta misma mujer cuenta con orgullo que lucharon unidas todas las trabajadoras para que se subiera el salario de las cocineras, y ganaron.

32 La cooperativa que impulsa este proyecto se salió de la UCA Tierra y Agua en 2008, por lo que este proyecto no ha sido incluido en esta investigación.

Cuadro 8. Contenidos y objetivos del plan de formación

<p>Jornada 1 1 de junio 2006 Asistieron 13 mujeres “Las mujeres en sus cooperativas y en el programa de turismo”</p>	<p>Estimular la creatividad de las mujeres participantes en el programa de turismo rural de la UCA. Afianzar la confianza en sí mismas, en su capacidad de proponer y hacer. Valorar los aportes de las mujeres en sus cooperativas y en turismo. Identificar los conocimientos de las mujeres sobre las cooperativas y sobre el programa de turismo. Proponer iniciativas económicas para echarlas a andar por ellas mismas. Conocer otro lugar turístico y su forma de atención al turista.</p>
<p>Jornada 2 15 de Octubre 2006 Asistieron 15 mujeres “Desarrollo de las mujeres en el programa de turismo de la UCA”</p>	<p>Reforzar la participación y confianza en sus capacidades. Reconocer sus capacidades individuales. Valorar el avance de los compromisos adquiridos en el encuentro anterior. Facilitar la participación en las cooperativas y reconocer el papel de las mujeres. Conocer otro lugar turístico y su forma de atención al turista.</p>
<p>Jornada 3 4 de Marzo 2007 Asistieron 13 mujeres “Liderazgo y crecimiento personal de las mujeres en sus cooperativas”</p>	<p>Reconocer cómo funciona el sistema sexo-género. Valorar el trabajo que las mujeres realizan. Motivar el cambio de actitud de las mujeres ante los roles impuestos. Reforzar la capacidad de liderazgo de las mujeres. Valorar el avance de las iniciativas económicas propuestas en encuentros anteriores. Conocer otro lugar turístico y su forma de atención al turist</p>
<p>Jornada 4 2 de Diciembre 2007 Asistieron 11 mujeres “Derechos, liderazgo, violencia”</p>	<p>Reconocer a la mujer como sujeta de derecho. Reconocer cómo la violencia intrafamiliar vivida por las mujeres pone límites para la participación y el desarrollo personal y social. Reconocer la importancia de la voz de las mujeres en todos los espacios. Valorar el avance de los compromisos adquiridos en encuentro anterior.</p>
<p>Jornada 5 10 de Febrero 2008 Asistieron 12 mujeres Sin título conocido</p>	<p>Reconocer la importancia de la unidad de las mujeres. Identificar la importancia del cuerpo y la sexualidad en el fortalecimiento de la autoestima. Identificar los poderes con que contamos las mujeres y la importancia de las alianzas para desarrollar nuestros proyectos. Compartir las acciones y proyectos de las mujeres e identificar qué queda por hacer para fortalecerlos.</p>
<p>Jornada 6 28 de mayo 2008 Asistieron 12 mujeres “La salud de las mujeres”</p>	<p>Reconocer la importancia del descanso para la salud de las mujeres. Crear un espacio de reflexión sobre temas de interés para las mujeres. Crear un espacio de unidad y solidaridad de género.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de las memorias de las jornadas.

Sólo el 55% de las mujeres que participaron en las jornadas continúan trabajando en los proyectos, el resto se ha retirado “porque el turismo no da”, al decir de algunas de las trabajadoras entrevistadas que compartieron con ellas aquella experiencia.

Cuadro 9. Mujeres que participaron en el plan de formación y trabajan actualmente en los proyectos turísticos

	Participaron en las jornadas	Siguen trabajando en turismo	
		Total	%
Nicaragua Libre	3	1	33
La Granadilla	8	4	50
Aguas Agrias	10	6	60
Finca Posintepe	1	1	100
Total	22	12	55

Fuente: Elaboración propia en base a datos del programa de turismo.

Para la realización de esta investigación se entrevistó a 7 de las 22 mujeres que asistieron a las jornadas de formación; todas ellas guardan un excelente recuerdo de aquellos *talleres*, como ellas llaman a las jornadas, y estos fueron algunos de sus comentarios sobre ellos: “Fueron de mucha importancia y nos gustaba lo que hablábamos”; “Había que dejar la pena y hablar sobre la vida nuestra”; “El tema de la discriminación por los hombres y en las cooperativas lo sentí muy importante”; “Hemos mujeres que aún no hemos salido del encierro de los papeles de mujeres pero ahí entendimos que las mujeres tenemos los mismos derechos que los hombres”; “Nos subieron la autoestima, antes nos daba pena hablar con los turistas, aprendimos a valernos por nosotras, a no sentirnos humilladas”; “Al principio tenía miedo de aprender o de tomar una responsabilidad, pero ahora ya no porque nos ayudamos unas a otras”; “Me hicieron falta los talleres cuando terminaron, ahora no hay espacio donde desahogarse una, pedir opiniones, se siente una ahogada”; “Recuerdo sobre todo el taller último en San Juan del Sur, ahí conocí el mar, también intercambiamos regalos”; “Aprendimos a platicar mirando de frente al turista, a creer en nosotras mismas”; “Recuerdo que mi mamá cuando volvía de un taller nos dijo ‘Yo soy quien soy y no me parezco a nadie’, decía que había aprendido eso en el taller”; “Después de los talleres algunas empezaron a trabajar, a comprometerse con las metas que se ponían”; “Helena y Victoria³³ son mujeres independientes y nos ayudaron a entender lo del desarrollo de las mujeres”; “Aprendimos a hacer valer nuestros derechos, a creer en nosotras y no hacer caso a los hombres”.

33 Las dos mujeres que facilitaron las jornadas de formación.

33 Las dos mujeres que facilitaron las jornadas de formación.

Cuando se les pregunta las razones por las que los talleres no tuvieron continuidad, una mujer cree que “quizás porque vieron poca participación de las mujeres”, otra dice que “algunas mujeres llegaron a sus familias hablando de lo que hacían en los talleres y los hombres dijeron en la cooperativa que solo payasadas les enseñaban y por eso algunas dejaron de participar”, y una tercera apostilla que “no hay presupuesto para las mujeres, sólo para los hombres hay dinero porque son machistas”.

Aunque ni la organización que crearon a comienzos de la década pasada ni el plan de formación de género realizado posteriormente han tenido continuidad, las huellas de las enseñanzas de Iris Vado y de lo que aprendieron en los talleres se perciben en el siguiente diálogo establecido por las mujeres de uno de los proyectos, a propósito del machismo de los hombres, la violencia contra las mujeres y sus reacciones al respecto:

Una animada discusión sobre machismo “en los tiempos de ahora”

- Los hombres dicen que somos inservibles pero esa no es la forma de pensar de las mujeres...
- Son los hombres los que las manipulan diciéndoles ‘no te arreglés, a quien vas a ver’...
- Eso es culpa de las mujeres porque una desde el principio tiene que poner sus reglas, si lo vemos que es machista que se vaya con su machismo... Yo les digo que ellos tienen que vivir su vida y dejarnos vivir la nuestra...
- Pero es por la situación económica que muchas mujeres aguantan al marido, aunque ahora muchos hombres dicen que si pegan a una mujer les echan presos y por eso quizás se han compuesto algo...
- En esta cooperativa no hay violencia contra las mujeres, será que tienen miedo los hombres o que son buenos...
- Ahora somos libres, podemos decidir y ya el hombre no le pega a una, además ahora hay leyes que apoyan a las mujeres...
- Los hombres de antes reclamaban a las mujeres y estas se quedaban calladas, pero como ahora no nos callamos nos dicen pleitistas...
- Parece que entre los jóvenes hay más igualdad... a los jóvenes ya no les molesta que las muchachas hagan tareas de hombres... aunque pensándolo bien, de los 35 o 40 jóvenes que conozco sólo 3 hacen tareas de casa...
- Sería bueno que volviera a haber más talleres y también una organización de todas las mujeres de las cooperativas...

6. ¿SE HAN EMPODERADO LAS MUJERES GRACIAS A SU PARTICIPACIÓN EN LOS PROYECTOS TURÍSTICOS?: LOGROS, DIFICULTADES Y DESAFÍOS

Siguiendo a Mosedale, definimos el empoderamiento como “el proceso por el cual las mujeres redefinen y amplían lo que es posible para ellas desear, hacer y ser, en situaciones donde ellas habían tenido restricciones, en comparación con los hombres, para ser y hacer lo que deseaban” (2003:16).

Esta definición se aleja bastante de los usos habituales del concepto empoderamiento en el trabajo por el desarrollo, que lo asocian básicamente a que las mujeres consigan ingresos monetarios o aumenten su presencia en los ámbitos sociales o políticos. Siendo importantes tales logros, esta otra manera de entender el empoderamiento pone el énfasis en cómo las mujeres ganan poder personal y colectivo al enfrentar los obstáculos que ellas tienen -pero los hombres no- para, en un determinado contexto, acceder a los recursos de todo tipo que necesitan para vivir una vida plena.

Así entendido el empoderamiento, los indicadores para medirlo no se limitan a valorar cuánto han mejorado las condiciones de vida de las mujeres -y/o de sus familias- debido a su acceso a ingresos, o cómo han variado sus porcentajes de participación en las organizaciones comunitarias. Con ser importantes estos indicadores para medir algunos resultados del empoderamiento de las mujeres, se necesitan otros que den mejor cuenta de cuánto poder individual y colectivo han ganado las mujeres en el proceso de superar los factores de todo tipo que les impiden acceder a bienes y servicios vitales, que les niegan el control de los recursos productivos, les limitan el poder de negociación dentro de sus hogares, les excluyen de los espacios donde se toman decisiones sobre asuntos relevantes para sus vidas, les impiden organizarse de manera autónoma y tener su propia agenda reivindicativa, o les dificultan el encuentro con las otras y la reflexión sobre sus particulares temas de interés.

Los indicadores utilizados en esta investigación para medir el empoderamiento logrado por las trabajadoras de turismo han sido los siguientes:

- El tipo de tareas desempeñadas en el trabajo turístico y las condiciones en que las mujeres han podido acceder a tareas no tradicionalmente femeninas.
- Los ingresos obtenidos por las mujeres y las posibilidades de que estos hayan contribuido a reducir la dependencia económica de las mujeres respecto a sus maridos y/o a que ganen en autonomía económica.
- El control que las trabajadoras del turismo han logrado sobre los proyectos turísticos y la agencia desarrollada para superar los obstáculos que les impedían un control pleno de los mismos.

- Su presencia en las instancias donde se deciden los asuntos del turismo y los resultados efectivos de su participación en la toma de decisiones relevantes.
- El desarrollo de sus capacidades para organizarse de manera autónoma, sin interferencias de los hombres, y para establecer su propia agenda y reivindicaciones.
- Sus avances en la toma de conciencia sobre sus derechos como mujeres y como trabajadoras del turismo.

El uso de esta lista corta de indicadores de empoderamiento ha requerido valorar en qué medida las trabajadoras han accedido a algunos recursos valiosos (empleo, ingresos, control de los proyectos, participación en espacios decisorios, organización autónoma, conciencia de derechos), pero también analizar cómo estas han superado los obstáculos que les impedían disfrutar de estos recursos en condiciones de igualdad con los hombres, y hasta qué punto han sido agentes activas de los cambios logrados.

Algunos de los obstáculos enfrentados por las trabajadoras tienen que ver con circunstancias personales, como su bajo nivel educativo o falta de capacitación laboral, o con factores culturales como los estereotipos de género que las confinan en los roles de cuidadoras de la familia o las excluyen de ciertos ámbitos de decisión. Pero otros tienen su fundamento en las relaciones de género que las mujeres establecen tanto a nivel familiar como comunitario, ya que en las comunidades funcionan una serie de acuerdos—explícitos e implícitos— entre las mujeres y los hombres que establecen que mientras éstos tienen la titularidad exclusiva de ciertos derechos (ser titular de la tierra colectiva o familiar, realizar trabajos agrícolas colectivos, ser socio de la cooperativa, ocupar los puestos de dirección en la UCA), las mujeres quedan relegadas a posiciones dependientes y subordinadas a los hombres de la familia, al ser definidas como esposas e hijas de los titulares de estos derechos.

En este contexto relacional es donde se ha producido el fenómeno nuevo de la incorporación de las mujeres al trabajo de turismo. Resumimos a continuación los efectos positivos y negativos que esta incorporación al empleo turístico ha tenido en los procesos de empoderamiento de las mujeres.

Acceso a empleos e ingresos... pero no a la autosuficiencia y autonomía económicas

Ciertamente un número importante de mujeres ha accedido al empleo en el sector del turismo durante la pasada década, pero importa saber en qué tareas y en qué condiciones las han estado realizando. A la vista de los datos obtenidos, las trabajadoras de los proyectos turísticos se han desempeñado mayormente en los trabajos de *siempre* de las mujeres y sólo algunas mujeres jóvenes han tenido la oportunidad de realizar dos tareas no tradicionalmente femeninas: la de guía y la de acompañante.

Los primeros consisten en tareas que las mujeres desempeñan habitualmente en sus hogares, pero con la importante novedad de que las han realizado para personas ajenas a su familia -tanto si las hacen en los albergues como en sus propias viviendas- y en el marco de una relación laboral, es decir con remuneración, horarios establecidos y responsabilidades laborales asumidas. Estos trabajos les han generado ingresos y otros beneficios intangibles, como oportunidades de relacionarse con personas de diversas culturas y reconocimiento de su contribución al éxito del negocio turístico; algunas, además, han accedido a capacitación laboral, como las cocineras.

Sin embargo, al ser actividades realizadas exclusivamente por las mujeres, se ha reforzado la tradicional asignación a las mujeres de las tareas de cuidado -tanto dentro como fuera del hogar- y la habitual segregación ocupacional por sexo en el mercado de empleo. Además, al tratarse de empleos inestables (en general, menos de un mes al año), informales (sin contratos ni prestaciones laborales) y desempeñados en condiciones de precariedad (por falta del capital necesario para adecuar las infraestructuras de alojamiento, sobre todo en el servicio de Casa Huésped), las mujeres no han podido hacer de este trabajo un empleo estable, una ocupación a la cual dedicarse de manera profesional. De hecho, las deserciones han sido numerosas, también debido a que el descenso en la afluencia de turistas ha agravado la precariedad de estos trabajos, y ha cundido entre muchas trabajadoras la decepción y el desánimo ante el incierto futuro de su trabajo en el turismo.

Por su parte, las jóvenes que han realizado los trabajos de guía y acompañante reconocen que además de la remuneración, han obtenido diversos beneficios como la posibilidad de relacionarse con personas de culturas diferentes y de capacitarse en temas históricos, geográficos y culturales de su región, pero también han sentido la presión del entorno familiar y social que considera este trabajo poco adecuado o riesgoso para una muchacha. Esta presión, combinada con las pautas culturales de la zona que orientan a las jóvenes hacia emparejamientos y embarazos tempranos, ha dado como resultado la rápida y drástica salida de las muchachas guía del programa de turismo y, con ello, la dificultad de que estas tareas sean consideradas un nicho laboral efectivo para las mujeres.

Por otro lado, aunque las mujeres han accedido a ingresos derivados de su empleo en el sector turístico, importa saber a cuántos ingresos y con qué estabilidad. Las trabajadoras reconocen que, en algunas épocas más que en otras y en unos proyectos más que en otros -aunque disminuyendo en todos durante los últimos dos años-, el turismo les ha proporcionado unos ingresos que, aun siendo escasos, han contribuido a resolver necesidades básicas de sus hogares. Un beneficio reconocido por todas es que el proyecto les ha permitido disponer de dinero propio, dinero ganado con su trabajo, lo que les ha hecho sentirse menos dependientes de sus maridos en términos económicos, si bien la mayor parte del dinero obtenido lo han destinado a solventar gastos familiares.

Sin embargo estos ingresos, al ser escasos, esporádicos e imprevisibles, han reforzado el estereotipo de género de que las mujeres no son capaces por sí solas de sostener un hogar, que sus aportes monetarios al bienestar familiar son siempre complementarios a lo que aportan los hombres, que lo propio de las mujeres es conseguir ingresos de *ayuda*, no los *ingresos principales del hogar*. Además, el dinero ganado por las mujeres en el trabajo de turismo ha sido tan poco que no les ha posibilitado ser autosuficientes ni ha contribuido a incrementar su poder de negociación en la familia, ya de por sí bastante limitado pues las mujeres carecen en general de activos económicos importantes, como la propiedad de la tierra o de la vivienda, y no se les reconoce el aporte económico que hacen al bienestar familiar mediante su trabajo doméstico de cuidado.

En términos del **empoderamiento económico** logrado por las trabajadoras del turismo, su incorporación al empleo turístico ha tenido algunos efectos claramente positivos: la satisfacción de tener dinero propio ganado con su trabajo, el sentirse menos dependientes del hombre de la familia, la visibilidad y el reconocimiento social de su contribución al éxito de los proyectos, la posibilidad de iniciarse en una ocupación nueva para las mujeres y/o ampliar el campo de relaciones sociales..., aunque las condiciones en que han accedido al empleo y a los ingresos no han permitido que sus vidas se enrumben hacia niveles mayores de autosuficiencia y autonomía económicas.

Trabajadoras del turismo... pero sin poder sobre los proyectos y ausentes de los espacios decisorios

Varias decenas de mujeres han contribuido con su trabajo a la buena marcha de los proyectos turísticos de la UCA “Tierra y Agua” e incluso han participado, aunque de manera limitada, en su organización y gestión a nivel comunitario. Sin embargo, las funciones directivas y gerenciales sobre el programa de turismo les han sido vetadas por diversas razones: no ser socias de las cooperativas agropecuarias propietarias de los proyectos de turismo; estar excluidas de los espacios donde se toman, en última instancia, las decisiones sobre el programa de turismo; y finalmente, también porque en la mayoría de los proyectos no se ha logrado sostener las estructuras organizativas que podrían haber asegurado que los proyectos fueran dirigidos, real y exclusivamente, por quienes trabajan en ellos. Estas tres circunstancias han dejado a las trabajadoras del turismo siempre a merced de las decisiones que adoptan las cooperativas, en las que ellas mayoritariamente no participan.

Su participación en los proyectos de turismo tampoco ha modificado su histórica ausencia de los espacios directivos de la UCA. Llama la atención, ciertamente, la claridad que los directivos de la UCA y de las cooperativas tienen sobre lo importantes –e incluso imprescindibles– que resultan ser las mujeres para la sobrevivencia de los proyectos

turísticos, y lo poco dispuestos que están a traducir esta constatación en mayores cuotas de presencia femenina allí donde se decide sobre el programa y los proyectos de turismo.

Es de resaltar que la única mujer que participa en el Comité de Turismo de la UCA es al mismo tiempo coordinadora del proyecto y vicepresidenta de su cooperativa. Ella proviene de la única cooperativa agropecuaria donde casi todas las mujeres son socias y ocupan el 80% de los cargos directivos; esta constatación nos incitaría a concluir que el camino para ocupar un cargo en las instancias decisorias sobre turismo empieza consiguiendo justamente el estatus que actualmente monopolizan los hombres: el de cooperativistas.

En términos del **empoderamiento político** logrado por las trabajadoras del turismo, es evidente que su trabajo les ha posibilitado asumir responsabilidades en la organización y gestión de los proyectos, ocupando sobre todo cargos tradicionalmente feminizados, pero no se ha traducido hasta la fecha en una efectiva capacidad de decidir sobre los asuntos relevantes del programa de turismo. Aunque algunas mujeres reclaman mayores cuotas de reconocimiento y de participación, su trabajo en los proyectos de turismo no ha llegado a cuestionar los *acuerdos de género* que funcionan en las comunidades, cuya consecuencia es que tanto la mayoría de las mujeres como la totalidad de los hombres *aceptan* que estos sean los únicos titulares del derecho a decidir sobre el programa de turismo, en tanto socios de la cooperativa, mientras ellas han quedado relegadas a la posición subalterna de esposas, hijas y hermanas de los titulares de derechos. Estos acuerdos son un fuerte obstáculo al empoderamiento político de las mujeres y a su capacidad de decidir sobre asuntos relevantes que afectan su desempeño laboral y sus vidas en general.

Mujeres y trabajadoras... pero sin cauces para su empoderamiento subjetivo y colectivo

Tras una década de funcionamiento de los proyectos turísticos de la UCA “Tierra y Agua”, las trabajadoras no han podido superar los obstáculos que se les han presentado para mantener la organización de las mujeres que existió en los primeros años del programa de turismo. Las resistencias explícitas e implícitas de los hombres, las inseguridades de las mujeres y la falta de atención a este aspecto por parte de quienes han dirigido el programa de turismo de la UCA, se han combinado para dar como resultado la actual falta de espacios propios donde ellas puedan reflexionar sobre sus problemas específicos como mujeres y como trabajadoras de los proyectos.

Tampoco se han sostenido en el tiempo los esfuerzos que en el pasado se hicieron para promover espacios de encuentro y reflexión sobre las relaciones desiguales de género en que están inmersas las trabajadoras del turismo, y los escasos talleres realizados con este fin no han llegado a ser un componente estable del programa de turismo de la UCA.

En términos del **empoderamiento subjetivo y colectivo** de las trabajadoras del turismo, su incorporación a los proyectos permitió a algunas participar en los espacios creados esporádicamente para que tomaran conciencia de sus derechos y se organizaran para defenderlos, y hoy varias son conscientes de sus desventajas en relación a los hombres. Sin embargo, la falta de continuidad de estos espacios ha limitado que más mujeres, especialmente las jóvenes, hayan tenido la oportunidad de emprender procesos de reflexión y de organización autónoma que les ayuden a transformar las maneras de verse a sí mismas y les animen a luchar unidas por sus intereses.

Terminamos esta valoración planteando que los procesos de empoderamiento no se generan de manera automática a partir de la incorporación de las mujeres al empleo. Por el contrario, es necesario poner en marcha factores posibilitadores del empoderamiento, mecanismos que desencadenen *procesos de ganar poder* para las mujeres, tanto a nivel individual como colectivo.

En el caso del programa de turismo de la UCA “Tierra Y Agua”, los factores que hubieran podido generar procesos de empoderamiento de las mujeres o bien no han existido o han tenido un alcance muy limitado: por un lado, no se han implementado de manera sostenida algunos instrumentos como los *talleres de género*, de probada eficacia para cuestionar las relaciones de poder entre los hombres y las mujeres en los hogares y en las cooperativas; tampoco se ha mantenido en el tiempo la voluntad de organizar a las mujeres de manera autónoma en torno a sus problemáticas específicas.

Por otro, la ubicación de las mujeres en ocupaciones tradicionalmente femeninas apenas ha sido cuestionada, los ingresos logrados han mejorado algo las condiciones de vida familiares pero han resultado insuficientes para que las mujeres logran la autosuficiencia económica, y el control de los recursos y beneficios del turismo sigue siendo asunto de hombres al igual que los espacios de poder en las cooperativas y la UCA. Todo ello explica que los impactos de los proyectos de turismo, en términos de empoderamiento de las mujeres, hayan sido bastante limitados.

Desafíos futuros: dos caminos a explorar

No obstante la valoración anterior, concluimos este trabajo planteando que la participación de las mujeres en los proyectos turísticos sí parece haber abierto dos *grietas* importantes en el muro del dominio masculino en las cooperativas. La primera, de la mano de dos trabajos nuevos para las mujeres, los de guía y acompañante, que si fueran desempeñados en el futuro inmediato por un número importante de mujeres y de manera estable, ayudarían a modificar las percepciones sociales sobre las capacidades de las mujeres para desempeñar tareas no necesariamente asociadas a los roles domésticos tradicionales.

La segunda grieta se ha producido como consecuencia de la conciencia adquirida por algunas trabajadoras sobre lo imprescindible que es su trabajo para el sostenimiento de los proyectos turísticos, conciencia que ha generado incipientes demandas de más reconocimiento por parte de los hombres a su aporte y mayor representación de las mujeres y sus necesidades en las instancias directivas del programa de turismo.

Aunque es sabido que abrir *grietas* en el muro del dominio masculino no implica necesariamente que éstas den lugar a horizontes de empoderamiento de las mujeres, sí podemos aventurar que abren dos posibles escenarios para la futura actuación consciente de las mujeres en pro de sus derechos.

En el primer escenario posible, las mujeres se proponen convencer a los cooperativistas de que ellas son imprescindibles para la buena marcha de los proyectos turísticos y de que, además, contribuyen al sostenimiento de las cooperativas con su trabajo en el turismo tanto como los hombres con su trabajo en la agricultura colectiva. Si llegaran a conseguir que sus demandas de reconocimiento y representación fueran asumidas por las cooperativas como justas y legítimas, estas y la UCA tendrían que abrir los espacios directivos a la presencia de las trabajadoras del turismo, estableciendo las medidas necesarias para facilitar la participación activa de las mujeres. De esta manera, usando como *puerta de entrada* su **participación igualitaria** en las instancias directivas de las cooperativas y de la UCA, las mujeres podrían explorar nuevos cauces para su empoderamiento colectivo y personal.

En el segundo escenario, si los cooperativistas no son receptivos a las demandas de las trabajadoras ni están dispuestos a compartir el poder con ellas, la pregunta que queda en el aire es si es posible que las mujeres se empoderen en entornos que no permiten el debate, la reivindicación de derechos y el cambio³⁴. En este caso, aún queda la posibilidad de que las propias trabajadoras del turismo decidan levantar estructuras organizativas propias de los proyectos de turismo, en las que ellas ocupen las posiciones directivas acordes con su importancia en el trabajo de turismo y desde las cuales puedan relacionarse en pie de igualdad con las directivas de las cooperativas. De este modo, usando como *puerta de entrada* la **organización de las mujeres** en torno a su identidad de trabajadoras del turismo, estas podrían avanzar hacia mayores niveles de autoconciencia sobre sus derechos y formas más efectivas de incidir en las decisiones sobre los proyectos turísticos.

Queda en manos de las trabajadoras de los proyectos y de la dirección del programa de turismo de la UCA “Tierra y Agua” discutir y acordar cuál de estos escenarios, u otros que contribuyan a que las mujeres ganen poder individual y colectivo, puede tener visos de hacerse realidad o si, en cambio, el futuro inmediato no depara mayores cambios en la situación actual.

34 “Un proceso de empoderamiento radical es imposible de realizar sin un espacio democrático para el disenso, la lucha y el cambio” (Batliwala 1997).

Los resultados obtenidos hasta la fecha evidencian que el empoderamiento de las mujeres no surge de modo espontáneo de su participación en el trabajo turístico, sino que debe ser buscado consciente e insistentemente por quienes aspiran a que el rol de las mujeres no se limite a ser un recurso imprescindible y eficiente para el éxito de los proyectos de turismo rural comunitario.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Batliwala, Srilatha

1997 “El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción”, en León, Magdalena (comp.) *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Santafé de Bogotá: TM Editores. pp 187-211

Brunet, Ignasi & Alarcón, Amado

2008 “El turismo rural en Cataluña”. *Revista Internacional de Sociología* vol. LXVI n° 49, pp 141-165

Caballé, Alba

2000 “Las implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de agroturismo en Navarra y Asturias” en García-Ramón & Baylina Ferré (eds.) *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-tau. pp 153-170

Cánoves, Gemma & Villarino, Montserrat

2000 “Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 37:51-77

Cañada, Ernest

2009 *Impactos del turismo en los países del Sur y Turismo Rural Comunitario*. Managua: Foro de Turismo Responsable.

Díaz Carrión, Isis A.

2010 “Ecoturismo comunitario y género en la Reserva de la Biosfera de los Tuxtlas (México)”. *PASOS* 8 (1):151-165

Fernández, María José & Martínez, Luz A.

2010 “Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?”. *Cuadernos de Turismo* 26:129-151

Fuller, Norma

2005 *Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú

García-Ramón, M. Dolores & Cánoves, Gemma & Salamaña, Isabel & Valdovinos, Nuria & Villarino, Montserrat

1995 “Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno: una comparación entre Catalunya y Galicia”. *Agricultura y Sociedad* 75:115-152

Kinnaird, Vivian & Hall, Derek (eds.)

1994 *Tourism: A gender analysis*. New York and Chichester: John Wiley & Sons.

Moreno, Daniela

2012 “El turismo debe fomentar un desarrollo coherente con los problemas sociales, económicos y medioambientales”. www.consumer.es

Mosedale, Sarah

2003 “Towards a framework for assessing empowerment”. EDIAIS.

Murguialday, Clara & Vázquez, Norma & González, Lara (2008) *Un paso más: Evaluación del Impacto de Género*. Barcelona: Cooperació

Soares, Denise & Castorena, Lorela & Ruiz, Elena

2005 “Mujeres y hombres que aran en el mar y en el desierto. Reserva de la Biosfera El Vizcaino B.C.S”. *Revista Frontera Norte* 17 (34):67-102

Sparrer, Marion

2003 “Género y Turismo Rural. El ejemplo de la Costa coruñesa”. *Cuadernos de Turismo* 11:181-197

Swain, Margaret

2005 “Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales”. *Política y Sociedad* 42 (1):25-37

1995 “Gender in Tourism”. *Annals of Tourism Research* 22 (2):247-267.

Swain, Margaret & Momsen Janet (2002) *Gender/Tourism/Fun(?)*. Elmsford, NY: Cognizant.

Torres, Olimpia

2009 *Explorando la Ruta de la Igualdad: Trabajo, género y turismo en Centroamérica*. México: UNIFEM.

UCA Tierra y Agua & Zubiak Egeinez

s/f “Domingos de recuerdos” en *Construyendo resistencias. Experiencias de turismo local*. PRAXIS 1. Foro de Turismo Responsable. www.foroturismoresponsable.org

UNWOMEN y UNWTO

2011 “*Global Report on Women in Tourism 2010*”. www.UNWOMEN.org; www.UNWTO.org

Villarino, Montserrat & Cánoves, Gemma

2000 “Turismo rural en Galicia: sin mujeres imposible” en García-Ramón & Ferré (eds.) *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona: Oikos-tau. pp 171-198

reflexiones y propuestas para un turismo responsable con enfoque de género

la experiencia en la isla de santo antão, cabo verde

daniela moreno alarcón¹
nuria tovar velázquez

(Iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo - ICID)²



¹ Especialista en Turismo y Género y candidata a doctora en Turismo y Género en la Facultad de Ciencias Políticas y de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Perfil profesional: <http://es.linkedin.com/in/dmorenoalarcon>. Correo electrónico: morenoalarcon@gmail.com

² Más información en : www.asociacionicid.org

ÍNDICE

1. Resumen	68
2. Introducción	69
3. Una mirada al turismo con enfoque de género	71
4. Aproximación a las principales líneas de trabajo en Turismo y Género	74
Explotación sexual infantil y de mujeres en la industria del turismo	75
Empoderamiento de las mujeres a través del turismo	78
Género y medioambiente en el turismo	80
5. Turismo y Género: la experiencia de ICID en Cabo Verde	81
Diagnóstico turístico sensible al género en la Isla de Santo Antão	85
Fase 1. Revisión Bibliográfica	86
Fase II: Entrevistas a actores relevantes	89
Fase III: Taller de turismo con enfoque de género	91
6. Conclusiones	97
7. Bibliografía	100

1. RESUMEN

Abordar el desarrollo del turismo con enfoque de género es una cuestión que ha recibido poca atención por parte del sector del turismo. De modo que, a pesar de las contribuciones existentes en el análisis del turismo desde un enfoque de género, todavía queda un largo camino por recorrer para conectar todos los elementos que atañen a este tema. El presente documento introduce el análisis del turismo con enfoque de género y presenta la experiencia en esta materia que tuvo ICID en 2010 en la Isla de Santo Antão en Cabo Verde.

Palabras clave: turismo y género, turismo responsable, diagnóstico con enfoque de género y empoderamiento.

Agradecimientos: han colaborado en la revisión del texto y aportando ideas Irene Lobo, Ana Moltó, Natalia Chaves y Hans Devos.

2. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos 25 años el desarrollo del turismo ha transformado las formas en que se relacionan las sociedades. Su rápido avance como estrategia en favor de la reducción de la pobreza ha calado profundamente en la configuración de las políticas económicas y sociales de numerosos países. De ahí que sea un área de investigación interesante, sobre todo cuando su desarrollo se forja sobre la base del bienestar de los seres humanos en los denominados países en desarrollo.

El turismo actualmente es una de las principales estrategias para promover crecimiento económico a nivel mundial. Según los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2011 representó el 5% del PIB mundial y en 2010 generó un billón de dólares en exportaciones, aumentando un 8% en los países en desarrollo y un 5% en los considerados más desarrollados. El turismo es considerado un fenómeno global, principalmente por su capacidad para desencadenar una serie de efectos a nivel económico y financiero que permiten a los países participar en los mercados globales. De esta forma, se convierte en la principal promesa de riqueza y de bienestar para muchos países.

Para muchos países empobrecidos la apertura de sus economías, la explotación de sus recursos y la mercantilización de muchos de sus espacios para inducir el desarrollo turístico en sus territorios se fue configurando como una de las vías más rápidas y eficaces para su integración en el sistema económico y comercial mundializado (Fernández, 2011:22).

La mayoría de los países que apuestan por el turismo sufren una metamorfosis que va más allá de cambios territoriales y económicos. Por ello, estas impresionantes cifras que demuestran la magnitud del crecimiento de este incombustible sector son nuevamente valoradas, pero desde otros enfoques más sociales, lo que sin duda ha generado nuevas interrogantes en torno al desarrollo del turismo. Por ejemplo:

- ¿Qué porcentaje del crecimiento turístico contribuye a la reducción de la pobreza y a la generación de desarrollo?
- ¿Bajo qué parámetros sostenibles se planifican y gestionan las “acciones turísticas” para hacer del turismo el principal exportador comercial de servicios a nivel global (alrededor de un 30%)?
- ¿A costa de qué y de quiénes se hace todo lo anterior?
- ¿Dónde va a parar todo el dinero que genera este sector?³

Como puede apreciarse, planificar y gestionar el turismo de forma sostenible todavía presenta muchos interrogantes y desafíos. Por lo general, el discurso que enlaza el desarrollo sostenible con el turismo ha ido más rápido que la propia realidad, por lo que el sector ha estado más preocupado en la forma que en el contenido, provocando así un desfase entre los dichos y los hechos. De ahí que pareciera que las propuestas en las actuales agendas de desarrollo siempre llegan tarde a la agenda del turismo. Hasta el día de hoy cuestiones imprescindibles para generar un medio ambiente sostenible siguen siendo utopías en el turismo. Por ejemplo, todavía se internacionaliza un modelo de desarrollo turístico que ve en el subdesarrollo, en su sentido más laxo, una patología o desperfecto (Sodepaz, 2010) o se percibe la reducción de la pobreza más bien como una enfermedad que hay que curar (Gascón, 2009) y no como una de las consecuencias del modelo económico y social dominante.

Lo anterior condiciona el desarrollo de los modelos de gestión turística, incluso de aquellos que se configuran bajo el amparo del turismo sostenible. Así, el turismo sostenible, entendido como una herramienta eficaz para ir más allá del crecimiento económico, en cierta medida ha ido perdiendo cierta credibilidad. Se ha ido desvaneciendo a nivel conceptual, lo que le ha situado como sinónimo de marketing, nicho de mercado, conservacionismo, rentabilidad de recursos, modalidad turística alternativa, economía verde, entre otros. Así, poco a poco, su capacidad como enfoque transversal y transformador ha ido perdiendo fuerza, lo que pone entredicho su idoneidad para abordar el turismo desde el enfoque de derechos humanos y justicia social.

[...] el éxito mismo de la palabra (sostenibilidad) reside en el hecho de que es indefinible y por lo tanto se ha convertido en muchas cosas para todas las partes interesadas. Para la industria del turismo, significa que el desarrollo es adecuado; para los conservacionistas, significa que los principios articulados hace un siglo están una vez más en boga; para los ecologistas, proporciona una justificación para la preservación de ambientes significativos para el desarrollo, y para los políticos, proporciona una oportunidad para hablar en lugar de actuar (W. Buttler, 2010:11).

3 Pregunta extraída del blog África no es un país: “A más turismo, menos dinero” <http://blogs.elpais.com/africa-no-es-un-pais/2013/11/a-mas-turismo-menos-dinero.html#!>

Por todo ello se han pensado otras formas de abordar el turismo, sobre todo, cuando su desarrollo no sólo condiciona la configuración económica de un país, sino también lo hace de forma intensa en su estructura social. De esta manera surge el turismo responsable.

El turismo responsable es el resultado de la reflexión sobre la gestión y planificación del turismo global, incluyendo el turismo sostenible. Existen diversas definiciones de turismo responsable⁴. Algunas apuntan a temas tales como los instrumentos normativos relacionados con los ámbitos empresariales, las certificaciones de calidad turística, los nichos de mercado, la generación de ingreso, la participación de la población local y la comercialización.

Este documento percibe el *turismo responsable como un movimiento social en favor de la sostenibilidad en la acción turística, y no como un tipo o modelo específico de turismo* (Gascón y Cañada, 2005:114). Aquel que *intenta abarcar los retos que genera la pérdida de ciertos elementos fundamentales del desarrollo humano y sostenible* (Foro de Turismo Responsable) y que además plantea que la incidencia política es punto clave para institucionalizar pautas y recomendaciones que fomenten acciones turísticas más cercanas, por ejemplo, al enfoque del desarrollo de las capacidades. Por consiguiente, no se basa en la caridad ni es un turismo alternativo, especialmente porque defiende una perspectiva transformadora que sitúa las circunstancias de las personas en el centro del quehacer turístico. No es por tanto un tipo de turismo más, es un enfoque para el desarrollo.

3. UNA MIRADA AL TURISMO CON ENFOQUE DE GÉNERO

El turismo responsable entendido como movimiento social es una buena plataforma para situar y trabajar en profundidad el enfoque de género en este ámbito. Desde esta concepción de turismo responsable es más fácil transversalizar el enfoque de género de forma más integral en los ámbitos relacionados con el turismo y de esta manera fortalecer la incidencia política con “gafas de género”.

(...) hacer incidencia política para la equidad de género supone “poner en el foco de nuestra propuesta el desarrollo de cambios que erradiquen las desigualdades de género.”. Obviamente esto implica incorporar una mirada distinta a las problemáticas sociales y a las políticas públicas para visibilizar que las desigualdades en general tienen una lectura de género (Foro virtual América latina Genera).

El análisis del turismo desde el enfoque de género ha sido uno de los menos solicitados y cubiertos en las investigaciones y en los proyectos relacionados con el desarrollo de

4 Ver definición de Turismo Responsable en: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_responsable

políticas turísticas, restauración, hostelería, desarrollo sostenible, cooperación, docencia, etc. Todavía queda un largo camino por recorrer para entender y abarcar los puntos de encuentro y de desencuentro que existen a la hora de incidir en cualquier ámbito del turismo desde la perspectiva de género. Por tanto, los estudios sobre sostenibilidad para un turismo responsable todavía están incompletos, a pesar de las brillantes contribuciones que se han realizado al respecto.

Si incorporamos el enfoque de género, se podrían explicar y comprender con mayor claridad ciertas situaciones de desigualdad y discriminatorias, aquellas que por lo general son invisibles por el sólo hecho de estar legitimadas y promovidas en el nombre del desarrollo, la cultura, la tradición, aún cuando esta última sea visiblemente perjudicial para las mujeres. De ahí que todavía haya retos, a veces básicos, como por ejemplo aceptar que las “decisiones turísticas” no son neutras desde un punto de vista de género (Kinnaird, 1994 y Swain, 1995). El turismo se desarrolla sobre la base de las relaciones de poder (altamente influenciadas por las desigualdades de género) de cada destino turístico, por lo que al momento de planificar y gestionar el turismo sin tener esto en cuenta se fortalece la desigualdad de género que está condicionada por factores tales como el sexo (hombre o mujer) y también por la clase social, la etnia, la religión y el idioma. Aunque no lo parezca, la suma de cada uno de dichos factores constituye la marca turística de los destinos.

El mundo se define en masculino y al hombre se le atribuye la representación de la humanidad entera. Eso es el androcentrismo: considerar al hombre como medida de todas las cosas. El androcentrismo ha distorsionado la realidad, ha deformado la ciencia y tiene graves consecuencias en la vida cotidiana. Enfocar un estudio, un análisis o una investigación desde la perspectiva masculina únicamente y luego utilizar los resultados como válidos para todo el mundo, hombres y mujeres, ha supuesto que ni la historia, ni la etnología, la antropología, la medicina o la psicología, entre otras, sean ciencias fiables o, como mínimo, que tengan enormes lagunas y confusiones (Varela, 2008:175).

El turismo con enfoque de género analiza cómo las mujeres y los hombres contribuyen, experimentan y se ven afectados, de forma individual y colectiva, por el desarrollo del turismo (Moreno, 2011). Amplía las posibilidades para que las personas, sobre todo mujeres y niñas, elijan con autonomía lo que quieren llegar a ser y hacer (ver Nussbaum, 2011 y 2012), lo que conlleva a considerar, entre otros, los siguientes puntos:

- Identificar las causas de las discriminaciones acontecidas de forma directa e indirecta por el desarrollo del turismo.
- Mejorar los procesos de planificación y gestión turística. Por ejemplo, analizar cómo la planificación y gestión del turismo basada en roles y estereotipos aumenta los impactos negativos del turismo.

- Alinear la agenda global en Género y Desarrollo con el análisis y las propuestas promovidas por el sector del turismo.

Es notoria la participación de las mujeres en el turismo. Según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) publicado en 2013, la participación de las mujeres en el empleo turístico alcanza alrededor del 55,5% a nivel global, llegando a ser en algunas regiones el 70%. Por ejemplo, en España dicho indicador corresponde al 55,9%, en México al 58,5%, en Tailandia al 65%, en Perú al 76,3% y en Lituania al 85,6%. En cuanto al número de turistas, viajan más mujeres que hombres a algunos sitios. Según la Fundación CODESPA, en Perú, del total de turistas, las viajeras representan el 59%, en Ecuador el 68% y en Bolivia el 56%.

Sin embargo, la realidad es que las mujeres suelen participar pero no toman decisiones en el turismo. Según el estudio de *Equality in Tourism*⁵ publicado en 2013, de un total de 78 encuestas realizadas a las directivas de diferentes organizaciones turísticas (operadores turísticos, asociaciones, aerolíneas, etc.), las directoras representan el 15,8%. En el Reino Unido, de un total de 17 operadores turísticos, sólo el 12% cuentan con directoras o de las 21 asociaciones de profesionales de turismo incluidas en el estudio, ninguna tiene una directora. Ante esta situación podría ser interesante analizar, por ejemplo, las barreras de género con que se enfrentan las pocas mujeres que conforman las directivas.

En cuanto al ciclo de los proyectos de turismo con enfoque de género, siguiendo a Ferguson y Moreno (2013), las dificultades se presentan porque no se comprenden los siguientes puntos complementarios:

- **Cómo el enfoque de género debe ir integrado:** situación que afecta a la metodología, indicadores, herramientas y tiempos v/s presupuesto necesario para cada una de las actividades.
- **Cuándo debe ser integrado el enfoque de género:** muchas veces se pretende incorporarlo tan solo en una determinada fase de un proyecto o con una actividad puntual. Esto impacta, por ejemplo, en el contenido de una formación en turismo y género, pues si no se hace correctamente puede dejar la puerta abierta para muchas interpretaciones que no estimulan un debate centrado en cómo el enfoque de género transforma y mejora la sostenibilidad aplicada al turismo. Por otro lado, de forma recurrente se cae en el error de fortalecer roles y estereotipos a lo largo de las formaciones debido a esta idea tan abstracta de que el turismo es un espacio inmejorable para el desarrollo de las mujeres. O también sucede que

5 Equality in Tourism. Asociación sin fines de lucro <http://equalityintourism.org/>

éstas toman un rumbo diferente al inicialmente diseñado. A modo de ejemplo, en un debate sobre Tecnología, Mujeres y Turismo de cara al desarrollo de una política de turismo en África, el debate terminó en torno a la importancia de la tecnología para promover el turismo, diluyendo así todos los puntos relacionados con el enfoque de género. Esto sucedió principalmente debido a la carencia de herramientas para conducir el debate, a pesar de las buenas intenciones, por lo que una vez más el discurso fue más allá de los hechos, tal como se comentó al inicio del documento.

- **Dónde el enfoque de género debe ser discutido:** no suele haber una estrategia de turismo y género que sirva como herramienta inicial para realizar las actividades del proyecto y así definir el presupuesto y los tiempos.
- **Quién y cómo debe integrarlo:** se precisa que al menos haya una persona experta que consolide a lo largo del proyecto la red de trabajo en turismo y género. De esta manera se garantiza que todas las personas implicadas deben integrarlo a lo largo del proceso.

4. APROXIMACIÓN A LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN TURISMO Y GÉNERO

Los estudios relacionados con Turismo y Género comenzaron hace alrededor de 20 años (Iakovidou y Turner, 1994; Nozawa, 1994; Anderson y Littrell, 1995; Kinnard y Hall, 1994; Swain, 1995; Wall, 1995; Wilkinson y Pratiwi, 1995; Hatvey et.al, 1995; Sinclair, Butler, K, 1995; 1997; Burrell et.al, 1997). Desde entonces se han desarrollado diferentes aproximaciones, sobre todo desde la academia anglosajona y la latinoamericana.

En el marco del análisis han destacado principalmente dos categorías: la explotación sexual en el turismo y el empoderamiento económico. La primera es la categoría de análisis promotora del enlace entre turismo y derechos humanos. Por ello, la mayoría de las veces el turismo con perspectiva de género se asocia netamente con este tema. Respecto al empoderamiento económico, sobre todo en proyectos de cooperación, se ha potenciado a través de acciones para fomentar el emprendimiento e incorporar a las mujeres en las políticas de financiación. De forma más reciente, se va introduciendo el análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad medioambiental, donde el papel de las mujeres relacionado con el uso y la protección de los recursos naturales está siendo destacado y valorizado.

A continuación se hace un repaso de estas diferentes aproximaciones, aunque sin duda habrá muchas otras desde las que abordar esta línea de análisis y trabajo.

Explotación sexual infantil y de mujeres en la industria del turismo

Las investigaciones turísticas todavía debaten si el turismo genera o no explotación sexual de personas. Dicho debate ha permitido que diversas organizaciones⁶ puedan abrir líneas de investigación desde la perspectiva de los derechos humanos, más allá de los prejuicios y la moral. Existen diversas definiciones y marcos de actuación relacionados con el turismo sexual. La mayoría están configuradas a partir del análisis del turismo sexual infantil, como en el caso de la OMT, que aconseja *advertir a los turistas en contra del turismo sexual que afecte a la infancia, denunciando su naturaleza delictiva y la manera cómo los niños y jóvenes se ven forzados a caer en la prostitución (OMT, 2012)*. Pero es poco frecuente encontrar advertencias y marcos de actuación para analizar las causas y efectos del turismo sexual de “mujeres adultas”, a pesar de ser algo imprescindible para entender de forma correcta todo lo que conlleva el turismo sexual. Una de las definiciones más completas desde un punto de vista del análisis de género, es la siguiente:

El turismo sexual es un fenómeno social que se manifiesta en una relación de intercambio sexual por dinero, favores materiales o administrativos entre un turista, generalmente hombre, y un nativo, principalmente mujer, determinada por la organización del sistema turístico; el constructo cultural del viaje, distintas formas de machismo y racismo justifican la desigualdad del intercambio y reproducen los privilegios de los turistas y la vulnerabilidad de la mujeres, naturalizando lo que es fruto de procesos económico e históricos, en un contexto globalizado de relaciones centro – periferia (Guilló y Monasterio, 2007: 28).

Esta definición permite conectar el problema del turismo sexual con otros fenómenos que a primera vista tal vez parecieran no tener relación alguna con el sector turístico, como el machismo y el racismo. Esto nos conduce a abordar la trata de personas con un fin de explotación sexual y su relación con la pobreza, así como las puertas de entrada que propician algunos modelos de gestión turística para que esto ocurra. Es el caso del turismo articulado a partir de los juegos de azar. Por ejemplo, los proyectos promovidos por el magnate estadounidense Sheldon Adelson⁷ son ampliamente criticados debido a que su estrategia comercial genera el desarrollo de centros de prostitución⁸.

6 Ecpact, OMT, AFESIP, UNICEF, ONG Malos Tratos, Fundación Tierra de Hombres, Equations India, América Latina Genera, etc.

7 ¿Quién demonios es Sheldon Adelson?: <http://www.revistagq.com/articulos/pero-quien-demonios-es-sheldon-adelson/16824>

8 “La prostitución es una estrategia creada por Adelson”: http://www.lasexta.com/programas/sexta-columna/prostitucion-estrategia-creada-adelson_2012100500282.html

La marca turística sobre todas las cosas

En mayo de 2011, días antes de la Cumbre de las Américas en Cartagena de Indias, el equipo de seguridad del Gobierno de los Estados Unidos (EEUU) consumió turismo sexual en el Hotel Caribe. Cuando ya se conocía la noticia a nivel global, Barack Obama bromeó sobre dicha situación frente a centenares de personas en un evento oficial en la Casa Blanca. Por otro parte, el alcalde de Cartagena de Indias pidió una indemnización al gobierno de EEUU por los daños causados a la imagen turística⁹. Finalmente esta inoportuna y lamentable situación se convirtió en un medio para legitimar la situación de desigualdad que viven mujeres, niñas y niños en este destino turístico. Cabe preguntarse: ¿por qué es prioridad para el alcalde de Cartagena de Indias pedir financiación, como un modo de compensación para el marketing por el daño sufrido y no para remediar las causas de esta situación de explotación que viven las mujeres, niñas y niños en Cartagena de Indias? y ¿Por qué se llega al punto de trivializar la explotación sexual de mujeres y niñas y el rol de los explotadores a través de bromas en eventos oficiales en la Casa Blanca?

Por otra parte, en algunos destinos turísticos las mujeres y niñas son percibidas como meros “atractivos turísticos sexuales”, situación que no sólo se refleja en el marketing o en los discursos, sino también en los presupuestos y en la ley (Moreno, 2014). Según el estadista Peter Szabo, la Unión Europea acepta que las ganancias de la prostitución, la que es “legal”, aunque se denomine turismo sexual, y además se reporta como exportaciones porque el turista al comprar sexo deja divisas en el país. Esto choca aún más cuando Europa tiene un flujo de grandes proporciones de trata de mujeres, la mayoría de ellas provenientes de los denominados países en desarrollo¹⁰.

En diversas consultorías en turismo y género llevadas a cabo por quien esto escribe se ha podido detectar lo complejo que es abordar el tema. En la realizada para ICID en Cabo Verde (que se expondrá con más detalle más adelante), cada vez que se mencionaba esta cuestión surgía una especie de silencio incómodo en los despachos de las personas implicadas en el turismo y en los estudios de género. En uno de los grupos donde se abordó el tema se remitió al silencio, mientras que en otro se tenía muy claro que el contexto no permitía abordarlo, principalmente porque hacerlo supondría una serie de denuncias y luchas de poder. En otra desarrollada en Gambia la aparición de mujeres y niñas ofreciéndose en las calles y en los hoteles de lujo fue atribuida por un alto cargo del gobierno a la llegada del turismo. También en Laos, Tailandia, Camboya y Vietnam se pudo constatar que el sector turístico genera y promueve la trata con un fin sexual y se constituye en crimen organizado.

⁹ Cartagena acepta disculpas: <http://elmundo.com.sv/cartagena-acepta-disculpas-de-eeuu-por-escandalo-sexual>

¹⁰ Para más información ver la Red española contra la trata <http://www.redcontralatrata.org/>

De hecho, el eje del turismo en dicha zona, sobre todo en Tailandia y en Camboya, es el propio turismo sexual (Montgomery, 2008) e incluso se le ha llegado a denominar el “*Thai Economic Miracle*”, es decir, el “Milagro económico tailandés” (Bishop y Robinson, 1998). No es casualidad, por tanto, que Tailandia sea considerado un destino de turismo sexual, pues ya a mediados de los ´70 expertos de turismo del Banco Mundial propusieron ese país como un espacio de ocio y placer para las milicias estadounidenses combatientes en la guerra de Vietnam. Dicha situación sigue repercutiendo hoy en día, como muestra el hecho de que la organización ECPACT-USA estime que el 25% de los turistas explotadores que visitan este destino provienen de Estados Unidos y Canadá y que 1 de cada 3 de estos turistas explotan sexualmente a menores.

Cifras de explotación sexual de mujeres y niñas¹¹

- El 98% de las personas explotadas sexualmente en el mundo son mujeres.
- 1,2 millones de niños y niñas son traficados al año.
- En México cada año 16 mil niñas y niños son explotados sexualmente en la industria turística.
- En Tailandia 2 de cada 3 turistas son hombres que viajan solos buscando sexo.
- El 90% de las mujeres prostituidas en Holanda provienen de los 50 países más pobres y el 80% fueron llevadas ilegalmente en circuitos europeos de trata de mujeres.
- En el Sur-este asiático el 35% de las mujeres prostituidas tienen entre 12 y 17 años.
- El 45% de los niños y niñas explotadas sexualmente en Nueva York fueron violados en hoteles por los huéspedes de estos.

Afortunadamente, hay avances importantes en el análisis del turismo sexual con enfoque de género, a pesar del largo camino que queda por recorrer. La denuncia desde algunas organizaciones, como la que hizo *Stop the Traffik* en el barrio Rojo de Amsterdam¹², desmontan la idea de que el turismo sexual es una mera diversión y atracción turística y que sólo ocurre en los países pobres. En ella se denuncia con más énfasis al explotador y no a la explotada y se afirma que el turismo sexual sí puede estar relacionado con las redes de trata y que es un resultado del círculo de la pobreza.

En términos generales, podemos afirmar que ahondar en el turismo sexual también ayuda a entender mejor los círculos de corrupción conectados con el turismo.

¹¹ Fuente: ECPACT-USA, Lydia Cacho y Eurostat.

¹² Ver campaña contra la trata sexual en el Barrio Rojo de Amsterdam. http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=y-a8dAHDQoo

EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DEL TURISMO

Ser “empresaria turística” no implica necesariamente que haya empoderamiento, ya que frecuentemente el empoderamiento se aborda a través del fomento de estrategias de autoempleo. Existen numerosas empresarias turísticas que pueden conocer perfectamente todas las herramientas empresariales, pero esto no implica que estén empoderadas. Más bien escasean las acciones para emprender vinculadas a factores clave como el crecimiento personal, la autoestima, la inteligencia emocional, la creación de capacidades, las resistencias, la igualdad de género y, también, la lucha contra la violencia de género, tan necesarias para empoderarse.

En este sentido es necesario considerar los presupuestos sensibles al género, sobre todo, a la hora de otorgar determinadas ayudas y subvenciones. Siguiendo las reflexiones de Paloma de Villota, los presupuestos no son neutros y, según quién los haga, afecta a las posibilidades de mujeres y hombres, en este caso, para emprender. Los presupuestos recogen las actividades, las personas involucradas, el tipo de iniciativa a financiar, la gestión y los tiempos. Por eso deben incorporar las necesidades y deseos de ambos sexos para que el gasto se convierta en inversión y para realizar actividades de forma coherente. Aunque es un tema amplio y complejo, la Economía Feminista resulta imprescindible para analizar todo lo que atañe al empoderamiento de las mujeres y a los presupuestos, sobre todo, cuando se quiere potenciar a través del emprendimiento asociado a las líneas de financiación, generación de trabajo y participación de las mujeres en la economía. Las propuestas provenientes de la Economía Feminista cambian la percepción de lo que corrientemente se entiende como la propia economía, eficiencia, eficacia, rentabilidad e, incluso, modifica las pautas de análisis del trabajo, ya que denuncia el sesgo de género de la economía y de los instrumentos financieros, de manera que ahonda en las causas que limitan la participación de las mujeres en el sistema económico. Entre las cuestiones que desde esta perspectiva se abordan, destacamos las siguientes (Carrasco, 2006:3):

- La crítica al pensamiento económico clásico por no considerar en sus estudios el trabajo de las mujeres.
- La discusión sobre el concepto de trabajo, las características y funciones del trabajo doméstico, los distintos aspectos de la participación y discriminación laboral de las mujeres, las políticas económicas y sus efectos diferenciados por sexo.
- Los problemas de género y desarrollo y, más recientemente, los efectos de la liberalización comercial y los flujos monetarios sobre el trabajo y condiciones de vida de las mujeres.
- La invisibilidad de las mujeres en los modelos macroeconómicos y el sesgo masculino presente en los ingresos y gastos de los presupuestos públicos; la crítica y nuevas

propuestas a las estadísticas y a la contabilidad nacional por no incluir los trabajos no remunerados.

- Los estudios sobre usos del tiempo que permiten constatar las diferencias de dedicación a los distintos trabajos entre mujeres y hombres y el mayor tiempo total de trabajo realizado por las mujeres.
- El desarrollo de nuevos enfoques que permitan el análisis global de la sociedad manteniendo como objeto central la sostenibilidad de la vida humana, el bienestar y la calidad de vida de las personas.

Según Amaia Pérez de Orozco,¹³ la Economía Feminista *nos remite al significado original de la economía, porque es la gestión de la vida cotidiana y la toma de decisiones políticas y colectivas, y que la bolsa u otros indicadores monetarios y financieros son estructuras que deberían ayudarnos a gestionar mejor las condiciones de vida digna, y no al revés*. Es decir, las condiciones de vida digna no pueden depender de dichas estructuras, por lo que el empoderamiento, según la economía feminista, requiere transformar lo establecido y *facultar a las mujeres con autonomía, autoestima y liderazgo* (Ana Lydia- Fdez Layos, 2003).

Principales cuestiones a considerar para abordar el empoderamiento

- El empoderamiento económico queda incompleto si no se articula con el social y el político.
- Es necesario romper con ciertos prejuicios fortalecidos y difundidos por quienes planifican el turismo, tales como que una de las consecuencias negativas del turismo ha sido la ruptura de la familia y que la solución para ello es que las mujeres se queden en casa (Ferguson, 2010).
- En el momento de tratar la creación de negocios en el ámbito doméstico hay que tener en cuenta posibles condicionamientos y actitudes del entorno familiar que puedan impedir el empoderamiento.
- Un proyecto que tenga como fin fomentar el emprendimiento en las mujeres a través de acciones turísticas debería incorporar las líneas de acción que propone la economía feminista.

Se trata, por tanto, de empoderar a las mujeres, no instrumentalizar el empoderamiento ni a ellas mismas con otros fines más ligados al crecimiento económico o la generación de riqueza. Es importante asumir y esclarecer que si bien el turismo es una puerta de entrada para las mujeres al mundo laboral, no siempre es una vía para mejorar su calidad de vida y para fomentar su empoderamiento.

¹³ Video de Amaia Pérez de Orozco, V. Topaketa feministak Leitzan (1) <http://www.youtube.com/watch?v=CfiYZnMv4j8>

GÉNERO Y MEDIOAMBIENTE EN EL TURISMO

Como ya señalamos, la explotación sexual y el empoderamiento de las mujeres han sido abordados con más frecuencia en los estudios de turismo y género. Sin embargo, hay otros elementos a considerar para nutrir la gestión y planificación para un turismo responsable. Ya que una de las mayores preocupaciones por parte de los/las profesionales y los estudios del turismo ha sido la protección del medioambiente, analizar este ámbito desde un enfoque de género parece bastante oportuno, pues es frecuente que el concepto de sostenibilidad se identifique tan solo con su dimensión ecológica, relegando aquella más social. Desde aquí queremos apostar sin embargo por una concepción de la sostenibilidad vinculada a la equidad, sin la cual ésta no podría ser tal.

El análisis de género y medioambiente constata que la violencia que se ejerce sobre la naturaleza es equivalente a la que sufren las mujeres. Es por esta razón que destacadas activistas y pensadoras, tales como Vandana Shiva, consideran que *la violencia contra la naturaleza y las mujeres forma parte del modo en que se percibe a ambas, y constituye la base del actual paradigma de desarrollo* (Shiva, 1995).

El enfoque género y medio ambiente podría entenderse como la gestión ambiental con igualdad de género que pone en marcha políticas y programas de manejo adecuado de los recursos naturales que incluyan de manera explícita las necesidades, prioridades y opiniones sin discriminación alguna (ACSUR 2010:42).

Sin embargo, conviene esclarecer que el enfoque de género y medioambiente no equipara a las mujeres con la naturaleza. Lo que equipara es la violencia contra las mujeres con la que recibe la naturaleza. Además, también prioriza la protección de la vida a través de la adopción de procesos y actuaciones que gestionen la naturaleza y la vida con una visión ajena a la subordinación:

Esta relación impuesta (mujer y naturaleza) se ha usado como argumento para mantener la división sexual del trabajo, tan útil al orden patriarcal [...] No se trataría de exaltar lo interiorizado como femenino, de encerrar nuevamente a las mujeres en un espacio reproductivo, negándoles el acceso a la cultura, ni de responsabilizarse, por si les faltara ocupaciones, de la ingente tarea de rescate del planeta y de la vida. Se trata de hacer visible el sometimiento, señalar las responsabilidades y corresponsabilizar a hombres y mujeres en el trabajo de la supervivencia (Herrero, Cembranos y Pascual, 2011:200).

La mayoría de las personas que viven en el mundo con menos de 1 dólar al día son mujeres (ONU, 2000). Es necesario establecer nuevas formas de gestión que comprendan que las desigualdades de género y la discriminación hacia las mujeres son las principales causas

de la crisis medioambiental. Por ejemplo, se podría analizar en qué medida y de qué modo mujeres y niñas están expuestas a los peligros y al deterioro del medioambiente promovido por el turismo o cómo la “ordenación territorial turística” fomenta o disminuye las relaciones de poder.

Es evidente que el turismo hace un uso importante de recursos naturales. Convierte en atractivos turísticos recursos fundamentales para el bienestar de la vida cotidiana de la población y, en especial, de las mujeres: zonas de accesos, áreas de ocio, tierras para la obtención de alimentos, espacios donde de manera especial las mujeres generan y fortalecen sus activos sociales, etc.

Por tanto, y retomando las propuestas ya anticipadas de la economía feminista, abordar el turismo desde un enfoque de género y medioambiente nos conduce a tener como eje de cualquier intervención turística la “sostenibilidad de la vida” (Carrasco, 2009), pero de una vida “que merece la pena ser vivida” (Perez Orozco, 2010) y, por tanto, que pone en el centro los intereses y necesidades de las personas implicadas, no de los mercados o las grandes corporaciones, que priorizan y ponen la atención en la acumulación de capital. Dado que las mujeres suelen valorar y cuidar su entorno, porque éste forma parte de su bienestar, deben tenerse en cuenta medidas que no solo visibilicen y valoricen el trabajo que éstas suelen realizar (las tareas relativas a los cuidados), si no que les permitan realizarse y satisfacer sus necesidades para vivir esa vida que merecen y vale la pena vivir.

En este mismo sentido, no podemos olvidar a las propuestas y contribuciones que se hacen desde el Ecofeminismo, que entiende que *la crisis ambiental no puede solucionarse si no se introduce una perspectiva de género y se resaltan las importantes contribuciones de las mujeres a la sostenibilidad social y ecológica* (Herrero, 2010). Y advierte de la necesidad de caminar hacia procesos económicos y sociales compatibles con los ciclos naturales, donde la sostenibilidad sólo puede alcanzarse “*incorporando y dando valor a los saberes y trabajos de las mujeres*”. El Ecofeminismo, por tanto, busca como objetivos esenciales conservar la tierra y sus recursos, poniendo en el centro la vida y su cuidado, en contraposición a la búsqueda de beneficio económico a corto plazo.

Un verdadero turismo responsable, que tenga en cuenta esta dimensión más compleja y completa de la sostenibilidad, y donde la equidad sea un eje central, no puede obviar todos estos aspectos señalados.

5. TURISMO Y GÉNERO: LA EXPERIENCIA DE ICID EN CABO VERDE

En este último apartado del documento nos ha parecido relevante destacar una experiencia concreta llevada a cabo por la organización ICID (Iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo), en el marco de un proyecto de cooperación para el desarrollo en Cabo

Verde que tuvo como eje central de actuación una propuesta de turismo sostenible. Si bien no podemos afirmar que en este proyecto el enfoque de género fuese incorporado de una manera sistemática o integral, de él pudimos extraer algunas consideraciones interesantes que creemos puede ser positivo compartir y tener en cuenta de cara a posibles procesos similares.

Durante este proyecto se llevó a cabo un proceso de reflexión y diagnóstico participativo para incorporar el enfoque de género en una intervención de desarrollo local que se estaba ya desarrollando. Esta experiencia supuso un punto de inflexión en ICID a la hora de aproximarnos a los conceptos de turismo sostenible y turismo responsable, pues nos hizo profundizar en el alcance de estos conceptos y en la necesidad de abordarlos desde un análisis más integral, donde la variable de género y la equidad debían estar contempladas, pues sin ellas tal vez no pueda hablarse de una verdadera sostenibilidad o responsabilidad de estos procesos, como se ha apuntado con anterioridad.

Para comprender mejor esta experiencia es conveniente recordar algunos **antecedentes**: ICID desarrolla desde hace varios años propuestas en torno al turismo responsable, la mayor parte de ellas promovidas desde el Foro de Turismo Responsable¹⁴, del que forma parte desde su creación, y con el que comparte la visión del turismo responsable como un movimiento social que va más allá de la mera promoción de destinos o viajes sostenibles. Estas acciones se han desarrollado fundamentalmente en el ámbito de la incidencia, la investigación y la sensibilización.

Sin embargo, en el ámbito de la cooperación para el desarrollo, tuvimos la oportunidad de llevar a cabo una acción más concreta relacionada con el turismo sostenible, como se ha señalado. Ésta tuvo lugar en Cabo Verde desde finales del año 2007 hasta mediados de 2010 y fue desarrollada junto con la organización local “Liga de Amigos de Paul” (AMIPAUL). También conviene señalar que ICID venía apoyando a través de otros proyectos anteriores procesos de desarrollo económico local en diversos países, como Ecuador o Perú, sin embargo, en ningún caso el turismo había constituido un elemento clave en torno al cual pudiese generarse un proceso de desarrollo participativo con el fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida de la población local. Por otra parte, en la estrategia de trabajo institucional se iba consolidando la prioridad de incorporar del enfoque de género en todas las acciones impulsadas, tanto de manera transversal como mediante objetivos concretos que permitiese el empoderamiento de las mujeres, como principal grupo meta de las mismas. No obstante, el antecedente más inmediato a la experiencia que queremos compartir fue un proyecto de sensibilización donde se quiso indagar en el turismo responsable como herramienta para generar conciencia entre la ciudadanía madrileña sobre la situación de determinados países, que además permitiese conocer de manera más directa y vivencial estas otras realidades y culturas. Este proyecto contemplaba una

14 Foro de Turismo Responsable www.forturismoreposanble.org

experiencia piloto de viajes a Cabo Verde y fue entonces que por primera vez se vislumbró la posibilidad de integrar este enfoque de género en una iniciativa de cooperación vinculada al turismo.

En el proyecto de cooperación que se inició junto con AMIPAUL se decidió hacer un primer diagnóstico de la situación de partida. En él se consideró el escenario de inversión turística, tanto local como extranjera, y los planes de desarrollo que se estaban gestando desde los organismos estatales que otorgaban al sector turístico una gran relevancia, más bien bajo principios del modelo predominante de turismo a gran escala. También se realizó un primer taller sobre “Turismo Sostenible en la Isla de Santo Antão”, en el que participaron numerosas entidades locales de diferente naturaleza, y del que salieron los primeros planteamientos para promover una estrategia de desarrollo local vinculada al turismo sostenible. Este taller fue el que permitió redefinir el planteamiento inicial de ICID, que ya no se centró tanto en la elaboración de un paquete piloto de viajes (previsto en el proyecto de sensibilización), sino en acompañar y apoyar a AMIPAUL en el proceso de puesta en marcha de sus acciones en torno al turismo sostenible.

También es importante destacar algunas otras cuestiones previas relevantes para comprender mejor el **contexto** en el que se desarrolló esta iniciativa. Es necesario señalar, por ejemplo, que Cabo Verde posee un indudable potencial turístico, tanto para las propias instituciones caboverdianas como para el gran capital de la industria turística. De ahí que se platease la promoción de grandes inversiones como vía rápida para “generar riqueza en el país”. De este modo, se ha ido favoreciendo la implantación de un modelo turístico de masas, que conlleva grandes impactos medioambientales y sociales, en un país de gran vulnerabilidad en este sentido. Y todo esto, lejos de procurar mayor riqueza entre la población caboverdiana, parecía que más bien la relegaba a los empleos más precarios en la cadena de trabajo y producción (fenómenos nada novedosos, por otra parte, como se ha analizado en otros muchos lugares donde también se promueve e implanta este modelo).

La isla de Santo Antão, donde llevamos a cabo el mencionado proyecto, está en el extremo noroccidental del archipiélago. Posee unos recursos naturales de gran belleza y valor ecológico, que afortunadamente, y hasta ese momento, habían ido escapando a la voracidad de las grandes empresas del turismo, al no disponer de emplazamientos que se ajusten demasiado al modelo del denominado turismo de “sol y playa”. Existía una oferta turística de pequeña escala, ofrecida por su población local – y en gran medida gestionada por mujeres - de pequeños emprendimientos de alojamiento¹⁵, y de restauración, que sin ser el eje fundamental de sus economías, sí suponen un ingreso extraordinario bastante útil para la población de la isla. Por ello, se decidió analizar si esta oferta incipiente, gestionada de forma adecuada y sostenible, podría suponer una alternativa real para la población local. Una forma digna de generar riqueza y mejorar sus condiciones de vida,

15 Muchos de ellos en sus propias casas, el denominado turismo de habitação.

sobre todo para las mujeres, y a la vez generar en esta misma población local una mayor concienciación sobre la necesidad de preservar este entorno natural, sin duda privilegiado, pero también extremadamente vulnerable.

Conviene recordar que Cabo Verde no cuenta con demasiados recursos naturales explotables. La economía depende en gran medida de las remesas de emigrantes y de la ayuda externa, que representa alrededor del 29% del PIB. La isla de Santo Antão es precisamente una de las islas que presenta mayores índices de pobreza, con causas de tipo estructural, como son la fragilidad ambiental y climática, las sequías constantes, recursos insuficientes, productividad escasa, un sector primario que no cubre la demanda interna y, por ende, una dependencia excesiva de productos importados. Persisten en la isla importantes desigualdades sociales. En algunas zonas rurales el índice de pobreza afecta al 62% de la población, sobre todo mujeres. Por ejemplo, la agricultura es la principal actividad económica de la isla, sin embargo, pocas explotaciones agrícolas están encabezadas por mujeres, que no tienen en general un control de los recursos, lo que conlleva una mayor precariedad para ellas¹⁶. Otro problema a destacar es la emigración, estrechamente vinculada con la falta de oportunidades laborales, sobre todo para las mujeres, fuera del ámbito doméstico. Los hombres en su mayoría se dedican a la agricultura y pesca, pero para ellas no existe una diversificación importante en el trabajo, lo que dificulta sus opciones. Ante este panorama, el turismo, que en la isla era aún incipiente, fue percibido por muchos actores locales como un elemento que podría contribuir a su desarrollo y ampliar las oportunidades de empleo para la población de la isla, en especial para jóvenes y mujeres, los colectivos más desfavorecidos en este sentido.

En este contexto se consideró que el turismo sostenible podría constituir una alternativa económica para generar ingresos y mejorar las condiciones de vida de la población local, especialmente de estos colectivos más vulnerables. Esto fue lo que motivó a ICIDA impulsar el mencionado proyecto de cooperación desarrollado junto con AMIPAUL (denominado “Turismo Sostenible y desarrollo local en la isla de Santo Antão”) que contó con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID, y cuyo objetivo principal fue el fortalecimiento de las capacidades económicas, sociales y organizativas locales para potenciar y promover el turismo sostenible como parte del desarrollo local de la Isla de Santo Antão. El proyecto se desarrolló en el marco de otros procesos que, tanto a nivel local como a nivel estatal, se estaban promoviendo en ese momento en el ámbito del turismo, así como en políticas de sostenibilidad medioambiental y de igualdad.

Como se ha señalado, la experiencia adquirida en el desarrollo del proyecto evidenció la importancia y necesidad de trabajar desde el enfoque de género, pues parecía claro que no resultaba posible seguir hablando y trabajando desde un enfoque de sostenibilidad si ésta no incorpora elementos claros y efectivos que permitiesen lograr también la equidad

¹⁶ Fuente: Documento Estrategia País de Cabo Verde 2005-2008 (AECID)

y el empoderamiento de las mujeres. Por todo ello se planteó la necesidad de realizar un diagnóstico sensible al género que integrase este enfoque de una manera planificada y más sistemática, pues hasta el momento no se había abordado así, sino de forma más tangencial, al ser un proyecto dirigido especialmente a mujeres. Podría decirse por tanto que se llevó a cabo más bien desde un enfoque de Mujeres en Desarrollo – MED, que de Género en Desarrollo - GED. Durante el diagnóstico se pusieron en práctica algunas herramientas propias de este último enfoque, no sólo para medir y prevenir los impactos de las intervenciones turísticas en las vidas de las mujeres implicadas, sino también para tratar de que en futuras planificaciones estas intervenciones fuesen sostenibles, sobre todo en el sentido amplio que, como se ha señalado, se decidió a adoptar.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SENSIBLE AL GÉNERO EN LA ISLA DE SANTO ANTÃO

Se ha considerado relevante traer a colación las principales reflexiones y algunas herramientas de este diagnóstico llevado a cabo por ICID en Cabo Verde, pues de ellos se pueden extraer algunas pautas que pueden ser tenidas en cuenta en otros contextos u otras iniciativas turísticas donde el enfoque de género pretenda ser un eje prioritario de actuación. Parece evidente que lo idóneo hubiese sido haber realizado este diagnóstico al inicio de todo el proceso, y seguramente las reflexiones o conclusiones habrían sido otras, pero a pesar de esto, se considera que hay elementos significativos a destacar para los planteamientos que aquí estamos abordando.

Este diagnóstico se planteó para comenzar a examinar las necesidades y propuestas de mujeres y hombres respecto al desarrollo del turismo en la isla. El diagnóstico supuso diez días de trabajo en el terreno y contempló una revisión bibliográfica, charlas informativas, reuniones, entrevistas y un taller mixto participativo sensible al género. Se realizaron diversas actividades y procesos de análisis, tanto con AMIPAUL como con otras entidades locales e internacionales, tales como ONU Mujeres, el Instituto de Igualdad de Género de Cabo Verde (ICIEG), la Organización de Mujeres de Cabo Verde (OMCV), el Ministerio de Turismo de Cabo Verde y, por supuesto, la población local (especialmente mujeres) de la isla de Santo Antão. No se hizo, por tanto, un diagnóstico exhaustivo de la situación de la isla en estos ámbitos, que sin duda hubiese requerido de más tiempo y recursos para llevarlo a cabo de forma adecuada. Se quiso hacer más bien una aproximación al tema a partir de unos indicios o potencialidades detectados en el proceso que se estaba llevando a cabo en el marco del proyecto de turismo sostenible, para identificar elementos clave y pautas en los que pudiesen centrarse acciones futuras a desarrollar, pues en aquel momento la intención era llevar a cabo una segunda fase de ese proyecto (que finalmente, como tal, no pudo realizarse).

Resumen del Diagnóstico

Objetivos del diagnóstico	Fases del diagnóstico	Preguntas clave
<p>Conocer el trabajo realizado en relación al turismo y el género en Cabo Verde, así como los procesos emprendidos en este ámbito.</p>	<p>Revisión bibliográfica en género y turismo en Cabo Verde.</p>	<p>¿Cuál es el panorama actual para comenzar a trabajar el turismo con perspectiva de género? ¿De qué forma es más probable que el turismo otorgue a las mujeres participación de calidad? ¿Qué actividades se pueden emprender sin reproducir roles y estereotipos de género? ¿Qué actividades se pueden realizar para valorar el trabajo realizado por las mujeres?</p>
<p>Conocer la opinión de las personas (individual y colectiva) sobre lo que esperan y anhelan con el turismo. Ahondar en las relaciones de género y de cómo éstas se enlazan con el desarrollo del turismo.</p>	<p>Entrevistas formales e informales a agentes en género formados por el plan de PMIEG, al ICIEG, la OMCV y la alcaldesa</p>	<p>¿Qué esperan mujeres y hombres del turismo? ¿Qué entienden por turismo? ¿Qué opinan sobre el desarrollo del turismo de la isla y del país?</p>
<p>Identificar potenciales participantes interesados por el desarrollo del turismo.</p>	<p>Taller participativo.</p>	<p>Cómo tratar de mejorar la situación de las mujeres de la isla a partir de las principales conclusiones del diagnóstico?</p>

Fase 1. Revisión Bibliográfica

El diagnóstico comenzó con una fase de revisión documental específica en turismo y género y, sobre todo, aquella adaptada al contexto de la isla de Santo Antão. En el momento de hacer el diagnóstico acababa de ser aprobado en la isla de Santo Antão el Plan Estratégico de Turismo Responsable (PLETUR), desarrollado mediante un proceso participativo en el

mencionado proyecto impulsado por ICID, que ayudó a entender el contexto turístico de la isla, pues en su elaboración se tomó en consideración a la población local para potenciar los impactos positivos y reducir los negativos generados por el turismo. Su elaboración contribuyó a entender las nociones de sostenibilidad en el turismo y, además, supuso un proceso de transferencia y apropiación del conocimiento en materia de turismo responsable.

Principales componentes del concepto de sostenibilidad manifestados en el Plan Estratégico de Turismo Responsable de Santo Antão.

- Desarrollo inclusivo con respeto e integración de las necesidades y expectativas locales.
- Compatibilización de los intereses de los visitantes y turistas con las expectativas de la población local.
- Preservación del medio ambiente, utilización de los recursos naturales y culturales de forma sostenible y respetuosa.
- Desarrollo de la cooperación, ayuda local, regional, nacional e internacional que equilibren las dimensiones económicas, sociales y ambientales.
- Igualdad y equidad de género.

El PLETUR considera la igualdad y equidad de género como un componente del concepto de sostenibilidad de cara a la actividad turística. No obstante, también es cierto que se trató más bien como una declaración de intenciones que una decidida apuesta por comenzar con un proceso para incorporar el enfoque de género, pero nos pareció relevante que este enfoque estuviese presente de una manera tan explícita y el hecho de haber sido puesto sobre la mesa por los propios actores locales de la isla, participando en su elaboración, pues no existen otros precedentes similares en este contexto.

El segundo documento consultado fue el “Plano Municipal para a Igualdade e a Equidade de Género” (PMIEG). Se elaboró en el marco del Plan de Equidad e Igualdad de Género Nacional (PNIEG) y en su elaboración estuvo implicado el “Instituto Cabo-verdiano para a Igualdade e Equidade do Género” (ICIEG), el Municipio de Paul, la Organización de Mujeres Caboverdianas (OMCV) y las asociaciones comunitarias de la isla. Su principal razón de ser fue la necesidad de contar con un plan de igualdad adaptado a la realidad de la isla de Santo Antão.

Principales conclusiones del PMIEG

- Situación de invisibilización de las mujeres, de cualquier edad.
- Baja calidad de los trabajos que ejercen principalmente las mujeres y que son una extensión de su trabajo doméstico.
- Las mujeres se consideran “jefas del hogar”
- Las mujeres padecen graves problemas de salud relacionados con la alimentación, como la desnutrición y anemia.
- Elevada tasa de analfabetismo en las mujeres de +45 años.
- Muchas familias viven en la precariedad, sobre todo, aquellas dirigidas por una mujer.
- Las mujeres tienen más obstáculos que los hombres para ingresar activamente en la vida pública y en el esparcimiento.
- Las instituciones planifican sus políticas sin tener en cuenta la perspectiva de género
- Falta de sensibilización sobre la violencia machista

Es importante señalar, y por este motivo fue objeto de un análisis más pormenorizado, que el turismo tiene un apartado en el PMIEG, pero no de forma extensa. El turismo se destaca por su capacidad para fomentar las iniciativas emprendedoras, sin embargo este Plan no detalla ni analiza los problemas estructurales del turismo para un desarrollo comunitario en igualdad y equidad de género.

¿De qué forma la revisión del PLETUR y el PMIEG contribuyeron al diagnóstico?

- Conocer los paradigmas locales referentes a la sostenibilidad en el turismo.
- Conocer a las personas y líneas de acción referentes en turismo sostenible.
- Un análisis de los procesos de incidencia política en turismo y género en la isla.
- Una identificación de las principales carencias y potencialidades para desarrollar un plan de acción en turismo y género.
- Conocer el grado de implicación por parte de las organizaciones turística para trabajar en género.
- Conocer el grado de implicación por parte de las organizaciones en género para trabajar en turismo.
- Una identificación de algunas de las relaciones de poder en torno al trabajo en turismo y género.

Uno de los grandes logros del PMIEG fue la formación de formadoras y formadores locales en materia de género. De esta forma, conformaron un grupo especializado en transferir el conocimiento en cada núcleo local. En 2010, 90 personas fueron formadas en género (agentes en género) para transferir el conocimiento en su comunidad.

Finalmente, también fue consultado y tenido como referencia el Plan Nacional de Turismo de Cabo Verde 2010-2013, impulsado por la Dirección General de Turismo pertenecientes entonces al Ministerio de Economía, Crecimiento y Competitividad (en estos momentos existe ya un Ministerio de Turismo, Industria y Energía), que en el momento de llevar a cabo este diagnóstico acaba de ser finalizado y sirvió para contrastar con estos otros planos locales. Cabe señalar que este Plan Nacional de Turismo contó con bastantes medios para su elaboración y tuvo bastante difusión y repercusión en el país, pues como se ha señalado, el turismo es un eje estratégico gubernamental en las políticas de desarrollo y para el crecimiento económico por las expectativas en relación a su contribución al PIB.

Fase 2: Entrevistas a actores relevantes

La segunda fase del diagnóstico estuvo centrada en la realización de una serie de entrevistas con actores clave locales y personas expertas que permitiesen hacer una aproximación al tema desde experiencias concretas, ya sea en el ámbito del turismo como en el de las políticas de igualdad.

La entrevista mantenida con una agente en género, formada en el marco de PMIEG, fue clave para comprender los resultados de los talleres locales impulsados por este Plan. Manifestó que hay dos grandes logros: el primero fue la identificación de los problemas más recurrentes que afectan a las mujeres de su población, como el control de la natalidad, la escasa participación en actividades remuneradas y el difícil acceso a la financiación. El segundo fue el aumento de las denuncias por violencia de género, de modo que ya no se percibía como un problema intrafamiliar, principalmente porque las mujeres comienzan a estar más informadas sobre las causas y efectos de esta lacra. Ahora bien, también destacó que el principal problema radica en que las instituciones no están sensibilizadas y, por tanto, los procesos se estancan. Asimismo, manifestó que es importante lograr que los hombres se identifiquen con los problemas que se debaten en los talleres de género.

Por su parte, en la entrevista con la consultora del ICIEG, es interesante señalar que ésta manifestó que el turismo es una pieza clave en la construcción y deconstrucción de roles y estereotipos.

El turismo debe integrar esta perspectiva [de género], sobre todo cuando el país lo percibe como una herramienta fundamental para reactivar los encadenamientos productivos y mejorar la calidad de vida de las personas. La oportunidad para trabajar el turismo con perspectiva de género es mucho mayor debido a que el PMIEG no avanzó en la materia ya que no contaba con el conocimiento ni con las herramientas necesarias.

La consultora también destacó la movilidad de las mujeres desde la isla de Santo Antão hacia São Vicente para trabajar en la hostelería o para insertarse en los círculos de turismo sexual. Entre otros problemas que afectan a las mujeres, mencionó unos casos de abuso sexual que ocurrieron recientemente en la isla, que pudieran ser más frecuentes de lo que se manifiesta, o la dificultad por parte de las mujeres en cuanto a la gestión del tiempo. Resaltó la necesidad de formar a las especialistas en género también en turismo para potenciar en un futuro el apartado de este sector en el PMIEG o en cualquier otro documento.

Por último, se realizó una entrevista con la responsable de la Organización de Mujeres Caboverdianas (OMCV) en la localidad de Paul, que fue importante para comprender el sistema de financiación de los proyectos o emprendimientos impulsados por mujeres, dada su experiencia en este campo. Ésta manifestó que dicho sistema basado en microcréditos no facilita la inserción de las caboverdianas en las actividades remuneradas, principalmente por un defecto en su configuración y por miedo al fracaso por parte de las mujeres. La OMCV se ha encontrado con casos en los que la “beneficiaria” ha sido utilizada como un instrumento para que el hombre (pareja, hijo o familiar) reciba el dinero. En algunos casos la situación es peor, pues algunos se han marchado de la isla con el dinero, dejando a la mujer con la deuda. Son análisis y conclusiones muy similares a las que se ha llegado en muchos otros lugares e instituciones respecto a la financiación a iniciativas promovidas por mujeres, pero que en este caso nos servían para tener en cuenta en el ámbito del turismo, donde, como se ha señalado antes, muchas mujeres tienen puestas expectativas de mejora, pero que, en la mayoría de los casos, no cuentan con los recursos y capacidades necesarias para poner en práctica sus proyectos.

¿De qué forma las entrevistas contribuyeron al diagnóstico?

- Conocer los paradigmas locales referentes a la sostenibilidad en el turismo.
- Conocer los impactos concretos de las actividades propuestas en el PMIEG.
- Determinar las causas individuales y colectivas en cada uno de los procesos relacionados con turismo y género.
- Conocer las causas del estancamiento de algunos procesos.
- Conocer la apuesta política para trabajar en turismo y género.
- Identificar los principales obstáculos a nivel comunitario, institucional y político a la hora de abordar el enfoque de género y el desarrollo turístico.
- Identificar a otros actores clave en el desarrollo del turismo con enfoque de género. Por ejemplo, a partir de estas entrevistas fue posible reunirse con el Ministro de Turismo y con la responsable de ONU Mujeres en Praia para consolidar futuras actividades.

Fase 3: Taller de turismo con enfoque de género

La última etapa del diagnóstico consistió en la realización de un taller participativo en la sede de la organización local, AMIPAUL. El taller fue mixto y las personas participantes provinieron de diversas localidades de la isla, así como de diferentes sectores laborales, fomentando la participación de aquellas personas con menos cuotas de poder. Se hizo un trabajo previo para propiciar que se rompiera el hielo y que permitiera generar un espacio acogedor y relajado que enriqueció y animó el debate.

Gracias a la información anterior ofrecida por el PMIEG, el PLETUR, el PNIEG, el Plan Nacional de Turismo de Cabo Verde y las entrevistas, fue posible determinar con antelación los campos de análisis de mayor importancia a abordar en el taller: el acceso y el control sobre los recursos y el uso y gestión del tiempo.

Estructura del diagnóstico

Participantes	Convocatoria	Procedencia de participantes
26 mujeres 13 hombres	ICID y Amigos de AMIPAUL	Agricultura, trabajo administrativo, organizaciones de mujeres y de turismo, empresariado turístico (2 españoles), alcaldesa y trabajadoras domésticas.
Campos de análisis		
Acceso y control sobre los recursos		Uso y gestión del tiempo (división sexual del trabajo)

Análisis sobre el acceso y control sobre los recursos

Se partió de la premisa de que los recursos tangibles e intangibles son la materia prima del turismo y que el turismo consume y transforma dichos recursos en función de la demanda, lo que en ocasiones debilita la participación de la población local a la hora de decidir sobre la transformación y comercialización de sus recursos. Así se fortalecen las relaciones de poder entre las personas de la misma población local y en relación con el turista. En estos casos las mujeres locales son las más perjudicadas, pues los hombres de la comunidad, al tener más acceso y control sobre los recursos, tienen mayor capacidad para decidir sobre ellos y adaptarse a los cambios que el turismo propicia en el entorno. Por el contrario, las mujeres, dado que no acceden ni controlan los recursos tangibles e intangibles, quedan relegadas al último eslabón de lo que podríamos denominar 'los beneficios del turismo en función del sexo'.

De ahí que la primera actividad del taller se realizó para identificar el conocimiento y la percepción que tienen mujeres y hombres sobre los recursos de la isla y que además podrían ser o son considerados atractivos turísticos.

Resumen técnico de la actividad

¿Qué es posible identificar con esta actividad?	Preguntas Clave
Relación y percepción de mujeres y hombres frente a cada recurso identificado	¿Cuáles son las causas de los impactos relacionados con el medio ambiente, económico social o político que favorecen o no al recurso?
Percepción del control que tienen mujeres y hombres frente a cada recurso identificado	¿Las cuestiones positivas y negativas asociadas al recurso impactan de la misma forma en la vida de las mujeres y de los hombres?
Importancia que otorgan mujeres y hombres a los recursos identificados	¿Qué hay que hacer para disminuir los impactos negativos?
Prioridades de gestión, diferenciadas por sexo, para cada recurso	¿De qué forma el turismo podría favorecer que las mujeres tengan más acceso y control sobre los recursos?
Problemas y soluciones para cada recurso, aplicando el enfoque de género	

El grupo de las mujeres identificó los recursos naturales y culturales asociados con su uso del espacio. La mayoría de los recursos identificados forman parte del ámbito doméstico o son actividades vinculadas a la esfera pública, pero de “segunda categoría” o con menor reconocimiento, como los trabajos comunitarios o el voluntariado.

Señalaron que los organismos locales deberían mejorar las medidas para disminuir la contaminación y también tener en cuenta la que genera el transporte de los animales; de lo contrario los planes de ordenamiento territorial y urbano seguirán teniendo un impacto positivo insuficiente. Propusieron aumentar la educación medioambiental y financiar actividades que gestionen de forma sostenible el paisaje¹⁷. No les gusta que se valore solo lo que viene del extranjero, de ahí que vean esta situación como una limitante para establecer un negocio y acceder a la formación, a la financiación y a espacios para emprender. Por consiguiente, hicieron hincapié en la importancia de valorar el producto nacional y fomentar más espacios de formación.

¹⁷ En varias ocasiones mencionaron el ‘desarrollo inclusivo’. Esto tiene que ver con el proceso de sensibilización realizado por ICID en etapas anteriores.

En cuanto a las propuestas para desarrollar un turismo responsable, éstas se resumen en los siguientes apartados:

- **Promoción de campañas de sensibilización:** que contribuyan a la limpieza y transmitir la importancia del cuidado del medio ambiente a la ciudadanía. Por otro lado, señalaron lo positivo que sería que se destinen recursos para la protección del medio ambiente y que se impulse planes medioambientales municipales.
- **Ejecución de actividades que valoren y confíen en el producto nacional:** dijeron que esto no sólo aumentaría los ingresos y el empleo, sino que también mejoraría su alimentación debido a que la consideran más sana que aquella que se importa. Asimismo destacaron la importancia de proteger el medio ambiente y mantener los recursos intangibles como la ‘morabeza’¹⁸ y que son fundamentales para la identidad local.
- **Invertir para mejorar el tratamiento de aguas residuales e incendios forestales:** ven necesaria esta medida en la zona de la montaña, principalmente porque es donde se producen muchos alimentos y están los caminos vecinales por donde ellas se desplazan. Comentaron que la montaña es un lugar idóneo para realizar actividades deportivas y que es importante mejorar la señalización ambiental y las infraestructuras que hay en ella.
- **Propiciar acciones en la agricultura local para trabajar con mayor reconocimiento:** ésta es la principal actividad económica de la isla, por eso identificaron como un gran problema las dificultades para acceder al agua, la falta de diversificación de la actividad agrícola y la insuficiente financiación. También se refirieron al control de las plagas, porque les afecta de forma especial, ya que son ellas quienes tratan el agua y manipulan los alimentos. Manifestaron la importancia de vincular la agricultura con el turismo, sobre todo para poner en valor esta actividad y para diversificar la elaboración y comercialización de los productos locales.
- **Compartir la propiedad de la tierra:** ellas son las responsables de mantenerla, pero por lo general no son las propietarias. Subrayaron que esta situación les afecta en aspectos como el acceso a la formación y al salario decente. Demandaron que ellas también tienen derecho a ser dueñas de la tierra, a ser formadas, a manejar la tecnología y recibir financiación.
- **Seguridad y paz:** manifestaron que esto afecta sobre todo para las niñas y que ellas tienen más probabilidades de sufrir situaciones que atentan contra su integridad. Creen que una mayor seguridad, además de ser necesaria para las mujeres de la isla, lo será sobre todo cuando lleguen más turistas.

¹⁸ Morabeza: viene del adjetivo morabi y se traduce como: amable, afable, gentil, agradable. Morabeza en general en Cabo Verde, significa ‘estar en el mundo para sentir y vivir’.

El grupo de hombres, por su parte, planteó que la ordenación territorial es ineficaz y que no repercute de forma positiva en los planes de desarrollo. Esto, sumado a la escasa formación, hace que no se aprovecha suficientemente el recurso paisajístico. Por tanto, hicieron hincapié en la necesidad de ser formados y que se apliquen políticas que impacten de forma positiva en la gestión de los recursos, sobre todo en los recursos hídricos. Destacaron además como problema las deficiencias institucionales (a diferencia de las mujeres, que en ningún momento señalaron este asunto).

En cuanto a las propuestas para un turismo responsable por parte del grupo de hombres, éstas se enmarcaron en los siguientes apartados:

- **Reforzar a las instituciones en producción sostenible:** consideran el turismo como una vía prometedora para fomentar la infraestructura y equipamientos, valorar el paisaje y mejorar su acceso y la gestión de forma sostenible.
- **Invertir en formación y tecnología en la agricultura:** plantearon la innovación en los procedimientos de producción y también abrir una línea de financiación para los profesionales del sector agrícola. Perciben el turismo como un medio para promover las actividades agrícolas y artesanales y para mejorar el funcionamiento de los recursos agropecuarios.
- **Fomentar la tecnología.** Para disminuir los impactos negativos generados en el medio ambiente (la mala gestión de los recursos hídricos y la invasión de plagas) y para emprender.

Resumen de las conclusiones de la actividad

- En numerosas ocasiones el turismo no fortalece y no transmite el conocimiento y la cultura desde la visión de las mujeres y menos aún desde una visión en el marco de la igualdad de género.
- Las mujeres mencionan la carencia de educación medio ambiental y el impacto insuficiente que tienen los planes de ordenamiento territorial y urbano en la isla de Santo Antão. Proponen que haya financiación destinada a proteger el medio ambiente.
- Las mujeres destacan la escasa formación y autonomía para emprender y los problemas para acceder a la financiación.
- Los hombres consideran que el turismo podría contribuir a la instauración de infraestructura y equipamientos para valorar el paisaje y para mejorar su acceso y la gestión de forma sostenible.
- Los hombres destacan como solución la tecnología para disminuir a través del turismo los impactos negativos generados en el medio ambiente.

Análisis sobre la división sexual del trabajo

El análisis el uso y gestión del tiempo de las mujeres reveló la dedicación de mucho tiempo al trabajo, pero también su invisibilidad y escasa valoración. Su jornada laboral comienza a las 5:30 y termina a las 23:00, se consideran las jefas del hogar (como así concluyó también el PMIEG), situación que en ocasiones podría dificultar su acceso a espacios de liderazgo y reconocimiento social en el ámbito público, principalmente porque ser 'jefa del hogar' implica no salir de la esfera doméstica. La mayoría no accede a un trabajo remunerado, pero sí realiza trabajos comunitarios y voluntarios.

Por su parte, los hombres consideran la situación de las mujeres algo natural y cultural. Es más, manifestaron que ellas son las menos interesadas en participar en la esfera pública y que además tampoco dejan a otras mujeres hacerlo. A raíz de esta afirmación se les preguntó *¿y si ellas quieren un cambio radical en sus vidas, qué hay que hacer?* Fue significativa la respuesta de uno de los participantes a esta pregunta, pues dijo que *para que ellas cambien, ellos deben darle unas palmaditas para que eso ocurra*, evidenciando las relaciones de poder existentes.

Los hombres, por su parte, manifestaron que se levantan sobre las 6:30 am y se acuestan sobre las 23:00. Tienen un promedio de 4 horas diarias de esparcimiento. La principal diversión es juntarse con sus amigos a beber y escuchar música e incluso hicieron referencia a sus relaciones con otras mujeres. En cambio las mujeres tienen, en promedio, sólo 1 hora de ocio y su principal actividad de esparcimiento se realiza dentro de la casa o con sus hijas/os.

Las mujeres destacaron que existe una leve voluntad para cambiar las pautas de trabajo. *Que sólo va a ser posible con las nuevas generaciones, ya que los hombres de más de 50 años ya no van a cambiar* (comentario que hicieron entre risas). Destacaron que el Plan Municipal de Igualdad y Equidad de Género no sólo abordó temas positivos para ellas como la educación tradicional, el vocabulario sexista y la estructura y relaciones en la familia, sino también les permitió alzar la voz para transmitir este tipo de cuestiones que les afecta en su día a día. Cabe destacar que sólo las mujeres percibieron dichos temas como problemas.

Para entender las estructuras de poder existente, que condicionan la situación presentada, destacamos algunas intervenciones significativas, como la de una psicóloga que manifestó que *dado que las mujeres están más tiempo en casa, ellas deben ser las principales responsables de la educación de sus hijas e hijos y que si algo va mal, es porque han hecho algo mal*. En cierta medida, esta opinión refleja una socialización y formación patriarcal que en definitiva condiciona las identidades de género, incluso la de una persona cualificada, como ésta. Esta intervención fue la más aplaudida por los hombres, porque en

cierta forma legitimó su diario vivir y excusaba su falta de responsabilidad a la hora de gestionar las labores del cuidado en el ámbito familiar.

Otra intervención relevante para comprender la complejidad del contexto fue la de un agricultor que manifestó que los resultados de la gestión del tiempo de su grupo (la mayoría trabajadores administrativos) no reflejaban su día a día, porque su jornada laboral cuenta con más horas de trabajo y con menos horas de ocio. Sin embargo, al finalizar su intervención una de las mujeres participantes le rebatió diciéndole que era muy probable que su pareja trabajase más que él y que todos ellos, porque aparte de levantarse a la misma hora y trabajar la tierra, también debe cocinar y cuidar a los hijos e hijas de ambos.

Esta parte del diagnóstico terminó de forma espontánea, no prevista inicialmente, con un debate sobre la importancia de comenzar a reflexionar sobre la violencia. Las mujeres comentaron que las niñas y niños son las principales víctimas de la violencia a causa del machismo. Asimismo, dijeron que la figura de “el jefe de familia” es ficticia porque en realidad son ellas las responsables del cuidado de la familia. También se reflexionó, retomando lo comentado al inicio del taller, sobre lo delicado que es posicionarse como “jefa del hogar”, ya que puede conllevar a una monopolización de los cuidados y dificultar la conciliación y corresponsabilidad en el ámbito doméstico y laboral. En definitiva, pensaban que ser “jefa del hogar” no implica los mismos privilegios y libertades de quienes disfrutan el estatus de “jefe del hogar”.

Resumen de las conclusiones de la actividad

- Las mujeres no acceden a un trabajo remunerado, sino que la mayoría realizan trabajos comunitarios y voluntarios en la esfera informal.
- Las mujeres tienen doble y triple jornada laboral.
- Los hombres naturalizaron las actividades propias y las de las mujeres, diciendo que es “algo cultural”. Incluso destacaron que las mujeres no están interesadas en participar en la esfera pública y que no dejan que otras mujeres lo hagan.
- Los hombres disfrutaban de alrededor de 4 horas diarias de esparcimiento.
- Las mujeres subrayaron el impacto positivo del Plan Municipal de Igualdad y Equidad de Género porque sacó a la luz temas importantes, como la educación tradicional, el vocabulario sexista y los problemas que se viven en la estructura familiar.
- Las mujeres han destacado que los niños y las niñas son los principales receptores de la violencia que genera este tipo de distribución y disfrute del tiempo. Asimismo han destacado que la figura de “el hombre de familia” es algo ficticio porque son ellas las que se ocupan del cuidado de la familia.

6. CONCLUSIONES

A partir de todo lo expuesto, se evidencia que abordar el turismo desde un enfoque de género es necesario para avanzar hacia un modelo de turismo realmente responsable y sostenible. *Desarrollar políticas y acciones que asuman que el turismo por el sólo hecho de ser responsable ya incorpora los criterios y las soluciones propios del análisis del turismo con enfoque de género, es absolutamente un error* (Moreno, 2013). El hecho de promover la capacidad transformadora de las mujeres requiere que los estudios que se realicen en el ámbito del turismo responsable, como perspectiva crítica del fenómeno del turismo, estén más conectados con lo que sucede en la realidad.

A pesar de que los informes internacionales (OIT, 2013 y OMT, 2010) muestran que la participación de las mujeres en el turismo es bastante alta, estos datos no constituyen un cambio sustancial en el paradigma de los estudios turísticos. Por tanto, analizar el turismo con enfoque de género es clave para ahondar algunos supuestos que, a primera vista, pueden parecer buenos. Trabajar además desde la incidencia política plantea los siguientes retos:

- **Analizar** las desigualdades de género que se manifiestan a nivel global y en contextos específicos, ya que en la industria del turismo y en los propios destinos turísticos está presente el sistema androcéntrico y las brechas de género.
- **Entender** que no es posible “la sostenibilidad real” del turismo ni de ninguna actividad productiva si la categoría de género no es incorporada de manera efectiva (ICID, 2011: 62).
- **Es necesario incorporar** la teoría feminista en estos análisis, ya que es la base para cualquier trabajo que implique a las personas y a los estudios de género y mujeres.
- **Se requiere formar** sobre las dimensiones de género implicadas en el desarrollo del turismo en diversos contextos.
- **Innovar** para potenciar para institucionalizar la igualdad de género. No es lo mismo “trabajar en igualdad de género” que institucionalizarlo ya que lo último implica un plan de trabajo concreto, con presupuesto y con objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Comprender el turismo desde el enfoque de género no sólo implica segregar los datos por sexo. Se trata, primero, de interiorizar *que cualquier intento por definir el desarrollo quedaría incompleto si no se considera la contribución proporcionada por las mujeres a éste, como también las consecuencias del desarrollo en la vida de las mujeres* (Nunkoo y Haywantee, 2010:531). De lo contrario, se estaría dejando libre acceso a enfoques simples y sin ningún interés por mejorar la calidad de vida de las personas.

Este documento no pretende ir en detrimento de los esfuerzos positivos y conscientes que se han realizado para estimular el desarrollo sostenible en el turismo. Quiere buscar nuevas fórmulas para plantear acciones y propuestas que tengan en cuenta las limitantes de la teoría y prácticas que orientan las decisiones turísticas, sobre todo aquellas que se realizan en el marco de la cooperación internacional, aunque no solo. A la vez, intenta dar pie a que se fomenten nuevos movimientos y perspectivas en favor de la planificación y gestión del turismo responsable.

En este sentido, creemos que el trabajo realizado por ICID en Cabo Verde tuvo dos resultados principales a destacar:

- El primero es que **se promovió en un proceso local la reflexión en torno al turismo y el género**, lo que permitió abrir un debate que previamente no se había planteado en la zona, impulsó a las organizaciones de mujeres a interesarse sobre este tema y a buscar los medios para potenciar estudios y debates al respecto. Por ejemplo, el ICIEG realizó un estudio sobre la situación de las empresarias turísticas y organizó, junto con ONU Mujeres, una mesa redonda sobre turismo y género en el marco de Expotur 2011 (donde ICID tuvo la oportunidad de participar). Ahí se debatió principalmente en torno a la idea de que el turismo no es un factor de cambio por sí mismo para lograr la igualdad de género y que para que eso ocurra hay que trabajar mucho y consolidar otras formas de orientar su desarrollo sostenible. Por ejemplo, se afirmó que algunos microcréditos dirigidos a mujeres son exitosos, principalmente por su capacidad de convocatoria y su fácil acceso, pero esto no supone una mejora en las condiciones de vida de las mujeres, más allá de la productividad. Por tanto, la sostenibilidad planteada por la planificación turística tradicional no siempre implica un cambio positivo en las estructuras de poder.
- El segundo resultado fue que **permitió debatir en torno a las ventajas y desventajas del turismo en la vida de mujeres y hombres**. Se pudo apreciar cómo difiere por parte de mujeres y hombres el acceso y control sobre los recursos y, por ende, la facilidad de adaptación a las nuevas relaciones de poder que se manifiestan con el asentamiento del turismo. Para los hombres suele ser menos difícil acoplarse a los cambios que se desarrollan con la llegada del turismo, sobre todo de aquel que destaca por ser masivo. Asimismo, se detectó cierta tendencia por promover un falso empoderamiento económico, que más bien instrumentaliza a las mujeres en favor del mero crecimiento económico. Precisamente esto último es lo que a menudo contamina el turismo sostenible.

Como producto de todo esto, se formularon algunas preguntas a tener en cuenta para una fase posterior del proyecto que se estaba desarrollando:

- ¿Cuáles son las principales resistencias al turismo?
- ¿Cuál es la capacidad de gestión para orientar el turismo con enfoque de género?
- ¿Conocemos la opinión de las mujeres respecto al “problema” que quiere solucionar un proyecto?
- ¿Conocemos los determinantes de género que pueden afectar a un proyecto, programa o política de turismo?
- ¿Dónde existen oportunidades de cambio o puntos de entrada?, ¿cuál es la mejor manera de aprovecharlas?
- ¿Qué formas específicas pueden ser propuestas para motivar y capacitar a las mujeres a participar en el proyecto de turismo a pesar de su dedicación doméstica más tradicional y posición subordinada?
- ¿Cuál sería el impacto a largo plazo, cuando las mujeres se hagan (o les dejen) cargo de sus propias vidas?

Son preguntas que quedaron en el aire en muchos casos, pero que creemos que deberían plantearse al impulsar cualquier iniciativa turística, independientemente del contexto, sobre todo cuando se hace en nombre de un modelo de desarrollo que promete llevar la riqueza y el bienestar a las poblaciones locales, sin realmente tenerlas en cuenta previamente.

Planificar y gestionar el turismo con perspectiva de género no es una mera forma de proponer una ayuda dirigida a las mujeres. Tampoco consiste tan sólo en potenciar un nicho de mercado, conocer el número de trabajadoras que componen una organización turística o contratar sólo a mujeres. Hacerlo implica desarrollar un marco de actuación, políticas turísticas y presupuestos acordes, y tener como referente los instrumentos normativos y las teorías que han velado por los derechos de las mujeres. En concreto, el ámbito de la Cooperación Internacional para el Desarrollo, donde se han impulsado e impulsan numerosas iniciativas vinculadas al turismo, creemos que es necesario profundizar en esta materia e incluso sistematizar aquellas experiencias que hayan sido positivas o por el contrario hayan producido efectos negativos en ese ámbito de actuación.

7. BIBLIOGRAFÍA

ACSUR

2010 “Mujeres y medioambiente: admiraciones e interrogantes”. Disponible en: http://www.ccondem.org.ec/imagesFTP/12784.mujer_medio_Difusion.pdf

Anderson, Luella y Littrell, Mary

1995 “Souvenir-Purchase behavior of women tourist”. Disponible en: http://www.climateaudit.info/data/mask/TREN/tourism%20cd/Annals_Tour_Res_1995_328.pdf

Baum, Thomas

2013 “International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism”. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_209867.pdf

Bishop, R. and Robinson, L.

1998 *Night Market. Sexual Cultures and the Thai Economic Miracle*. New York: Routledge.

Bosch, A., Carrasco, C. y Grau, E.

2005 “Verde que te quiero violeta”. Encuentros y desencuentros entre feminismo y ecologismo. En E. Tello, *La historia cuenta* (pp. 321-346). Barcelona: Ediciones El Viejo Topo.

Burrel, Jean et.al.

1997 “Equal opportunities for women employees in the hospitality industry: a comparison between France, Italy, Spain and the UK” *International Journal of Hospitality Management* 16(2): 161-179.

Butler, K.

1995 “Independence for Western Women through Tourism” *Annals of Tourism Research* 22: 487-489.

Butler, W, Richard

1999 “Sustainable Tourism: A state of the art review, Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space” *Place and Environment* 1 (1): 7-25.

Cañada, E & Gascón, J

2005 “Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad”. Barcelona: Icaria.

Carballo (coord.)

2006 “Género y Desarrollo: el camino hacia la equidad”. Madrid: Catarata.

Carrasco, Cristina

2006 “La economía feminista: una apuesta por otra economía”. Disponible en: http://www.seminariovirtual.com.ar/seminario2010-2/documentos/Carrasco_recomendadoAlmaEspino.pdf

Carrasco, Cristina

2009 “Mujeres, sostenibilidad y deuda social”. Disponible en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re2009/re2009_08.pdf

De Villota, Paloma

2011 “Aplicación de la Teoría de las capacidades al análisis de impacto de género en los presupuestos”. Disponible en: http://www.ief.es/documentos/recursos_publicaciones/revistas/presu_gasto_publico/64_Villota.pdf

Equality in Tourism

2013 “Sun, Sand and Ceilings: Women in the Boardroom in the Tourism Industry”. Disponible en: http://equalityintourism.org/wp-content/uploads/2013/07/Sun_Sand_Ceiling_F.pdf

Fdez- Layos, Ana

2003 “De las palabras a los hechos: ¿promoviendo la equidad entre mujeres y hombres en los procesos de desarrollo”. Disponible en: <http://www.acsur.org/Genero-en-la-cooperacion-al>

Fernández, Rodrigo

2012 “Viajar Perdiendo el Sur”. Madrid: Libros de Acción.

Ferguson, Lucy

2010 “Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America” *Review of International Political Economy* 17 (5): 860-888.

Ferguson, Lucy y Moreno, Daniela

2013 “Integrating Gender Into Sustainable Tourism Projects”. Disponible en: http://equalityintourism.org/wp-content/uploads/2013/10/Integrating-gender-into-sustainable-tourism-projects_F_Oct_13.pdf

Guillo y Monasterios

2007 “Turismo en Igualdad de oportunidades sin explotación sexual”. Disponible en: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&task=view&id=905&pub_id=1888&ml=1&mlt=system&tmpl=component

Harvey, Jeannie et.al

1995 “Gender and community tourism dependence level” *Annals of Tourism Research* 22(2): 349-366.

Herrero, Yayo

2010 Crisis ecológica. Aprendiendo a vivir pisando ligeramente sobre la tierra, Coordinadora estatal de Organizaciones Feministas coord., “Granada, treinta años después. Aquí y ahora. Jornadas Feministas Estatales”, disponible en: http://www.feministas.org/IMG/pdf/crisis_ecologica.pdf

Herrero, Yayo

2007 Ecofeminismo: una propuesta de transformación para un mundo que agoniza. *Rebelión*. Disponible en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=47899>

Herrero, Y; Cembranos, F; Pascual, M (coord.)

2011 *Cambiar las gafas para mirar al mundo: una nueva cultura de la sostenibilidad*. Madrid: Libros de Acción.

Iniciativas de Cooperación Internacional para el desarrollo (ICID)

2011 “Turismo sostenible en Santo Antão, una alternativa al modelo convencional de inversión turística en Cabo Verde”. Disponible en: http://www.sodepaz.org/images/cuadernos/turismo_y_cooperacion_web.pdf

Kinnaird, Vivian & Hall, Derek (eds.)

1994 *Tourism: A gender analysis*. New York and Chichester: John Wiley &S Sons.

López, Irene

2006 “Más allá del Desarrollo: la estrategia del empoderamiento”, en Carballo de la Riva, Marta (coord) *Género y Desarrollo el camino hacia la equidad*. Madrid, España: Catarata. pp. 87 – 111.

Montgomery, H.

2008 “Buying Innocence: Child Sex Tourists in Thailand” *Third World Quarterly* 29 (5): 903 – 917.

Moreno Alarcón, Daniela

2012 “El turismo debe fomentar un desarrollo coherente con los problemas sociales, económicos y medioambientales”. Disponible en: http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/proyectos_y_campanas/2012/07/07/210897.php

Moreno Alarcón, Daniela

2013 “Hacia la igualdad de género en el desarrollo del turismo” en monográfico de Turismo y Desarrollo de Alter Nativa. Disponible en: http://www.nativas.org/t-res/TurismoyDesarrollo_10.pdf

Moreno Alarcón, Daniela

2014 “El camino del turismo con igualdad. El caso de Cartagena de Indias, Colombia” *Memorias: revista digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, 23: 26-51. Disponible en: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/view/6383/5130>

Nussbaum, M

2011 *Las Mujeres y el Desarrollo Humano*. Barcelona: Empresa editorial Herder S.L.

Nunkoo, Robin & Ramkissoon, Haywantee

2010 “Gendered theory of planned behaviour and residents support for tourism” *Current Issues in Tourism*, 13 (6): 525-540.

Nussbaum, M.

2012 *Crear capacidades: una propuesta para el Desarrollo Humano*, Grupo Planeta.

ONU

2000 “La feminización de la pobreza”. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/fs1.htm>

Pérez Orozco, Amaia

2002 “¿Hacia una economía feminista de la sospecha?”. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Feminista/Perez%20Amaia.PDF>

Rowden, Rick

2010 "Poverty reduction is not development" *Review of African Political Economy* 37 (126): 503-516.

Shiva, V.

1995 *Abrazar la vida: mujer, ecología y desarrollo*. Madrid: Horas y Horas.

Sinclair, M. Thea

1997 "Gendered work in tourism: Comparative perspectives". Sinclair (ed.) *Gender, Work and Tourism*, Londres: Routledge.

Sodepaz

2010 "La agonía de un mito ¿Cómo reformular el desarrollo?". Disponible en: http://memoria2010.sodepaz.org/data/publicaciones/reformular_desarrollo.pdf

Swain, Margaret

2005 "Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales". *Política y Sociedad* 42 (1):25-37.

Turner, Caroline y Iakovidou, Olga

1994 "The female gender in Greek agrotourism" *Annals of Tourism Research* 22(2):481-484.

OMT y ONU Mujeres

2011 "Global Report on Women in Tourism 2010". Disponible en: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-report-women-tourism-2010>

OMT

2011 "Panorama OMT del turismo internacional: edición 2011". Disponible en: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf

OMT

2012 "El Código ético Mundial para el turismo y el sector privado". Disponible en: http://www.nebrija.com/catedras/nebrija-santander-responsabilidad-social/pdf/presentaciones-II-jornada-RSC/OMT_Igor-Stefanovic.pdf

Varela, N.

2008 *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B, S.A.

Wall, Geoffrey et.al.

1996 "The involvement of women in the tourism industry of Bali, Indonesia" *The Journal of Development Studies* 33(2): 248-270.

Wilkinson, Paul & Pratiwi, Wiwik.

1995 "Gender and tourism in an Indonesian village" *Annals of Tourism Research* 22 (2): 283-299.

los viajes solidarios de sodepaz

un estudio desde la óptica de las y los consumidores del producto turístico

federica carraro*
ivanka puigdueta**

agradecimientos:

Ana Filipa Martin dos Santos Monteiro de Lacerda, Brenda Moreno Pando, Cristina Maximino, Mó de Vida, Daniel Gómez Calderón, Francisco López Losada, y Silvia Melón



SODEPAZ

* Federica Carraro: licenciada en Economía del Desarrollo, directora de SODEPAZ

** Ivanka Puigdueta: licenciada en Ciencias Ambientales, miembro de SODEPAZ

Nota introductoria

En concordancia con múltiples dinámicas que han aparecido en los últimos años, en este trabajo hemos querido utilizar el lenguaje para romper con la desigualdad en el léxico entre mujeres y hombres. Es por ello que con frecuencia hemos empleado el femenino como genérico, relegando al masculino para cuando nos referimos sólo a miembros de dicho género. Y lo hemos hecho por fidelidad con la lengua castellana y por reivindicación. Tras siglos de haber empleado el masculino como genérico, creemos que es hora de usar un poco el femenino, no sólo por cuestiones de justicia, sino para llamar la atención sobre el poder dominador del lenguaje.

Esperamos que sirva para ello, y si no, que sea porque el trabajo ya está hecho.

ÍNDICE

1.- Introducción	109
2.- Turismo Solidario y SODEPAZ	116
3.- Metodología	121
4.- Resultados del Trabajo de Campo	127
5.- Conclusiones	144
ANEXO I: Guión Grupo de discusión	154
ANEXO II: Extracto Informe Encuesta	155

1. INTRODUCCIÓN

Y, ¿por qué este estudio?

El turismo solidario o responsable es una de las tendencias que, desde los años noventa, se vienen promoviendo desde la cooperación internacional y desde los sectores que estudian y analizan el fenómeno del turismo global y proponen visiones más sostenibles del mismo, bajo la premisa de que el turismo supone un motor de desarrollo ahí donde se gestiona y reproduce. Si bien actualmente se cuenta con estudios sobre los impactos de las (malas o buenas) prácticas en torno a la aplicación de políticas, programas y proyectos de desarrollo y de turismo en los países del Sur Global, éstos no dejan de enfocarse hacia las y los “receptoras/es”. En efecto, estos estudios se centran en los efectos que las actividades turísticas tienen en las vidas de las comunidades en las que se desarrollan, en su situación económica, en la alteración de su entorno físico, en su calidad de vida, en las dinámicas comunitarias u organizacionales, etc. Por otro lado, existen algunos estudios que abordan el fenómeno desde una perspectiva de género, tocando temas como la feminización de la pobreza, los efectos sobre la composición social que provocan las actividades turísticas en los pueblos empobrecidos, el grado de empoderamiento de las mujeres a partir de las buenas prácticas de ciertos proyectos, etc. No obstante, dentro de toda esta gama de información es poco común encontrar estudios que analicen los impactos del turismo sobre las turistas, y menos aún, que evalúen esta participación y recojan información desde un enfoque de género, analizando quién, cómo y por qué viaja, y cuáles son los efectos que estas experiencias provocan en la persona viajera, en el Programa a través del cual participan y para el sector en general.

Tratando de contribuir a rellenar este hueco en los estudios sociales, desde la óptica de Sodepaz y su finalidad de generar una sociedad global más consciente y solidaria con los asuntos inter- y transnacionales, este estudio pretende dirigir el foco de atención hacia el impacto producido en las personas viajeras. De manera directa, el objetivo de la organización de estos viajes de Turismo Solidario no es la modificación, ni tampoco la mejora, de las realidades de las sociedades receptoras del turismo, sino generar, o impulsar, cambios positivos en las personas que elijen esta alternativa como forma de viajar. Se trata de una actividad de sensibilización que pretendemos contribuya a impulsar la “transformación”

de las viajeras, y tal vez, como efecto colateral, de su entorno inmediato, bajo la premisa de que una sociedad más consciente dará lugar a una comunidad global más solidaria. Esto, a su vez, debería contribuir a la construcción de un mundo más justo, en el cual los destinos actuales del turismo solidario (y sus habitantes) se verán beneficiados, así como las actuales regiones emisoras de turismo y sus ciudadanas.

Por ello, tras más de 20 años dedicando esfuerzos a la promoción del turismo solidario, creímos que era conveniente que nos parásemos a observar y analizar los efectos que esta actividad estaba produciendo. Por un lado, queríamos conocer qué es lo que las viajeras buscan al embarcarse en las propuestas solidarias de SODEPAZ, con la finalidad de saber si lo que ofrecemos se corresponde con las demandas, y si ambas cosas coinciden con los objetivos de la organización. Por otro lado, queríamos saber si estos viajes sirven realmente a la generación de cambios en las viajeras. La implicación de las viajeras y los viajeros en proyectos solidarios de lucha o desarrollo constituye un indicador de cambio, o simplemente del estado de consciencia de las personas viajeras, y es por tanto un efecto que se busca conseguir. Por ello, decidimos investigar si, como fruto del viaje realizado, las viajeras se implican en algún proyecto solidario de larga duración, bien con la asociación con la que emprenden el viaje o con cualquier otra, y de qué manera. De igual modo, nos planteamos averiguar el impacto que tienen estos cambios personales en las organizaciones que canalizan estos viajes de turismo solidario y si contribuyen a la constitución de las bases sociales de las organizaciones: *¿es éste, por tanto, un programa que sirve a la formación de la base social de las organizaciones?*

Por otro lado, antes de iniciar la investigación reparamos en una característica sobre el conjunto de las personas viajeras de SODEPAZ, que orientó una parte significativa de este estudio. Esta observación, que despertó nuestra curiosidad general sobre las características específicas de las personas viajeras, fue la existencia de una ostensible mayor participación femenina. En efecto, al observar la información que SODEPAZ ha venido sistematizando sobre las personas que participan en los programas de turismo solidario con la organización, un dato resaltaba sobre los demás sin necesidad de señalarlo: las mujeres representaban en promedio el 70% del total de las personas viajeras de los últimos años. Este dato despierta una serie de interrogantes harto pertinentes desde la perspectiva de la equidad de género, uno de los valores que SODEPAZ procura incorporar en todas sus acciones. Algunos de estos interrogantes y reflexiones, que supusieron el punto de partida de este estudio, son:

- ¿Por qué las mujeres tienen una mayor preferencia que los hombres hacia los viajes de turismo solidario?
- ¿La publicidad que las ONGD difundimos sobre estos programas de viajes está sesgada hacia las mujeres? Si no es el caso, ¿por qué alcanzamos este público en particular?

Al vincular los dos objetivos principales de la investigación, las motivaciones de las viajeras y el impacto del viaje, y las causas de la presencia mayoritaria femenina, surgió un nuevo interrogante: *si hay un porcentaje considerable de personas que tras el viaje opta por aumentar su implicación social, ¿también se observan diferencias de género?*

Así pues, el objetivo de este estudio es doble. Por un lado, pretendemos reflexionar sobre la participación diferencial de mujeres y hombres en los viajes de turismo solidario y las razones que justifican tal desequilibrio en la participación. Desde una perspectiva de género y en un sentido más amplio, con esto queremos contribuir a determinar el origen de las diferencias de comportamiento entre hombres y mujeres. Basándonos en la información a nuestro alcance sobre la participación en viajes de turismo solidario y otras actividades que consideramos afines, como las labores de voluntariado, hemos tratado de entender las dinámicas sociales vinculadas con las transformaciones de género (si es) que en la actualidad se están produciendo en el Estado español. Por otro lado, un segundo objetivo sería analizar las motivaciones que empujan a hombres y mujeres a realizar este tipo de viaje y los impactos que el mismo produce en sus vidas posteriores y en las organizaciones promotoras. En suma, tras varios años de haberse puesto en marcha esta herramienta de cambio social, queremos determinar el potencial de la misma, con el ánimo de orientar futuras iniciativas.

¿Qué es lo que entendemos por turismo “solidario”?

Dada la naturaleza histórica de lo que entendemos por “turismo solidario”, un sector en el que intervienen muy diversos actores dentro de movimientos sociales con dinámicas propias, no existe una definición clara y única del término. La falta de consenso en cuanto a los alcances o matices de su significado, así como la existencia de un conjunto amplio y heterogéneo de ofertas de viajes que pretenden desmarcarse del turismo convencional o de masas, ha derivado en la existencia de un léxico propio en el que los términos se intercambian y entrelazan. Así pues, con frecuencia asistimos a la utilización de expresiones como “turismo responsable”, “turismo alternativo”, “turismo sostenible”, “turismo solidario”, u otras muchas, como sinónimos¹.

Si bien creemos que el alcance de nuestro estudio va más allá de estas diferencias léxicas y prácticas, en concordancia con el poder que le otorgamos al lenguaje y la necesidad de emplearlo correctamente, dedicaremos unas breves líneas a la reflexión sobre algunos de los términos más utilizados. Comenzamos definiendo lo que entendemos por turismo *convencional*, que sería una modalidad radicalmente distinta y en ocasiones diametralmente opuesta al conjunto de formas de viajar a las que pretendemos dedicar

¹ Para más información sobre las propuestas de conceptualización que existen sobre este tema en la literatura académica, ver LÓPEZ-GUZMÁN, T., MILLÁN, G., Y MELIÁN, A., 2007, “Turismo Solidario. Una perspectiva desde la Unión Europea”, *Gestión Turística* Nº 8.

nuestra atención en este estudio. El turismo *convencional* sería un grupo amplio de modos de viajar que persiguen, principalmente, el acceso a formas de ocio y descanso lejos de nuestro rutinario y arduo día a día como *homo laboralis*. Cansadas de trabajar para pagar facturas a principio y final de mes, las personas que se decantan por este tipo de viajes quieren aprovechar sus pocos días de vacaciones al año para relajarse y olvidarse de las obligaciones que han adquirido al tratar de insertarse en la sociedad². Esta forma de viajar también puede incluir importantes espacios para la cultura y la naturaleza, o puede desarrollarse en su totalidad alrededor de estos dos pilares. Lo que realmente diferencia al turismo *convencional* del resto de modalidades de viaje es que su finalidad única es el disfrute o el beneficio de la persona viajera (entendido en un sentido de relajación y entretenimiento, principalmente), sin tener en cuenta los medios por los que se alcanza tal fin o las repercusiones que sus actos puedan tener en terceras personas, seres vivos de diferente especie, naturaleza inerte... A pesar de ello, el turismo convencional puede promover cambios internos en las viajeras al confrontarles con realidades y culturas diferentes. El objetivo de la industria turística convencional es meramente económico, por lo que en su búsqueda de maximización de beneficios suele (y con frecuencia cuando se trata de los países del Sur) provocar consecuencias perjudiciales en las comunidades de acogida. Este sector ha vivido un crecimiento espectacular desde los años 70, pero, en contra del acuerdo de mínimos de la Organización Mundial del Turismo (los mecanismos del programa “Tourism and Poverty Alleviation: Recommendations for Action”), cuando se trata de las comunidades del Sur la mayoría de los beneficios producidos por el turismo no recaen en los destinos visitados. En cuanto al empleo generado, uno de los estandartes para la promoción del turismo en países empobrecidos, se trata en su mayoría de puestos de trabajo precarios y estacionales. Además, se produce un consumo privatizado de bienes a los que la población visitada no tiene acceso, generando así una diferenciación clasista y un sentimiento de miseria, y no se tiene en cuenta el régimen político del país visitado ni su nivel de respeto a los Derechos Humanos³.

Por su parte, el turismo *alternativo* sería un término amplio y ambiguo que abrazaría a todas las modalidades de viaje que escapan al turismo convencional, y trata (aunque no siempre lo consigue) de evitar los perjuicios mencionados sobre las comunidades de destino. La/el turista alternativa/o busca ocupar sus vacaciones en algo que considere útil para la sociedad general o una comunidad concreta y/o se esfuerza porque los medios por los que persigue sus fines no afectarán negativamente a nadie/nada. El resto de acepciones, que podemos incluir dentro del turismo *alternativo*, conllevan comportamientos más concretos. El turismo *comunitario* acoge un conjunto de iniciativas autogestionadas por las comunidades receptoras, cuya finalidad principal es el intercambio humano y cultural,

2 Aunque nos estamos refiriendo a personas que se encuentran dentro del mercado laboral, la práctica del turismo convencional se extiende también a estudiantes, desempleados, retirados, etc.

3 POLET, F., 2011, Dinâmicas e impactos da expansão do turismo no arquipélago dos Bijagós, Vila do Conde, IMVF y Tiniguena, 5-10, 49-51.

y en las que los beneficios derivados de la organización del viaje son disfrutados de manera justa entre los miembros de la comunidad⁴. El/la turista *responsable*, por su parte, trata de que sus actos no tengan consecuencias negativas en las comunidades que visitan, tanto en sus aspectos sociales, culturales, ecológicos, económicos, etc. El turismo *sostenible* engloba a un grupo de iniciativas turísticas que son capaces de perdurar en el tiempo. Por tanto, este término, si bien desvirtuado por el infidedigno y excesivo uso de las últimas dos décadas, se caracteriza por sus importantes connotaciones medioambientales⁵. Por último, el turismo *solidario* perseguiría el cumplimiento de todas las condiciones de las modalidades de turismo *alternativo*. El turista *solidario* ha de ser *responsable* de sus actos, por lo que esta modalidad debería ser *sostenible* tanto medioambiental, como social, económica y culturalmente. No ha de tener repercusiones negativas para las comunidades visitadas y ha de contar con su participación activa (idealmente tendría que ser su liderazgo), por lo que tiene una componente *comunitaria* considerable. Ha de fomentar el intercambio cultural desde el respeto sincero, pues más que la simple acumulación de vivencias se persigue el acercamiento entre pueblos. La finalidad última, es, pues, la generación de una ciudadanía más consciente y solidaria que sea el motor de un mundo más justo.

Por otro lado, hay otros términos o tipologías de viaje que también podrían englobarse dentro del turismo *alternativo*, como son los denominados *campos de trabajo*, los *voluntariados* o las visitas a proyectos de cooperación al desarrollo. En estas modalidades de viaje, las personas viajeras dedican una parte importante de su tiempo a trabajar de forma no remunerada para un proyecto que se entiende repercutirá en el beneficio de la comunidad de acogida. Al mismo tiempo, disponen de espacios destinados al intercambio cultural y al descubrimiento de ciudades, disfrute de la naturaleza, etc.

Hacemos vacaciones solidarias, y después, ¿qué?

Para algunas personas y colectivos, entre los que se encuentra SODEPAZ, el turismo solidario ha de enmarcarse dentro de un movimiento más amplio, que sería la práctica del consumo y comercio responsables. Entendiendo el turismo como una actividad que implica importantes transferencias económicas, y considerándolo como un acto más “de consumo”, el turismo tiene un gran potencial como agente transformador allá donde se practique⁶. Es por ello que el turismo solidario se considera una alternativa de resistencia a esta globalización capitalista, que puede contribuir de manera significativa a la transformación de la ciudadanía de los países enriquecidos, a la mejora de las condiciones

4 LÓPEZ-GUZMÁN, T., MILLÁN, G., Y MELIÁN, A., 2007, 88.

5 SANTANA, A., RODRÍGUEZ, A., Y DÍAZ, P., 2012, Responsabilidad y Turismo, Tenerife, Asociación Canaria de Antropología, 4.

6 FULLER, N., Turismo sostenible, desarrollo y patrimonio cultural. El caso de las comunidades campesinas e indígenas del Perú, en SANTANA, A., RODRÍGUEZ, A., Y DÍAZ, P., 2012, 7.

de vida en los países empobrecidos, y, en suma, a la construcción de un mundo justo. No obstante, el turismo, o la realización de viajes, no es una actividad aislada de la vida rutinaria, sino que está relacionada con el tiempo en el que no se está viajando; viajar es simplemente una entre la totalidad de las actividades humanas. Es por ello que va ganando peso la idea de que el turismo solidario ha de ir de la mano del comercio con responsabilidad.

Y, ¿qué es el comercio con responsabilidad? Desde que en la década de los 80 el Comercio Justo llegase al Estado español, éste ha venido ganando espacio paulatinamente en las estanterías de los supermercados y las despensas de las casas⁷. Según la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, éste es “un sistema comercial solidario y alternativo al convencional, que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza”. De manera más extensa, según la Organización Mundial de Comercio Justo:

El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos/as, especialmente en el Sur

La finalidad de este modelo comercial es que los beneficios económicos extraídos de los productos comercializados en el Norte Global lleguen a las manos de los productores del Sur Global, y en una justa proporción, evitando que la mayor parte del valor pagado por el producto quede en manos de los intermediarios o se cuele por los entresijos de la especulación. Al mismo tiempo, el Comercio Justo ha de velar por los derechos laborales de quienes participan en el proceso de producción, la no explotación infantil, la igualdad de género y el respeto al medio ambiente⁸.

El Comercio Justo, es un su definición más restrictiva, centra su acción en los intercambios Sur-Norte, y el comercio con responsabilidad (o consumo responsable) expande su acción a todo acto de consumo, tratando de minimizarlo y reubicarlo en las intermediaciones. Éste es un movimiento muy ambicioso también denominado *Consumo Consciente y Transformador*, pues quienes lo defienden sostienen que la transformación del mundo pasa necesariamente por la modificación de nuestros hábitos de consumo, y se basa principalmente en dos premisas⁹:

7 CEJ y SETEM, 2009, El Comercio Justo en España 09, 30-31.

8 Información extraída de: <http://comerciojusto.org/>, página visitada por última vez el 29/IV/2014.

9 Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC), 2007, “¿Y eso de consumo transformador? Dándole vueltas a la propuesta”, Opcions N° 22, 29-31.

- 1) Consumir lo menos posible
- 2) Que lo consumido sea lo más sostenible e igualitario posible¹⁰

Con estos patrones de conducta, el consumo responsable persigue la construcción de una ciudadanía consciente de sus actos y de las implicaciones de éstos, resaltando las consecuencias que se derivan de las distintas formas de consumir. El consumo responsable en su amplio espectro va más allá de los bienes materiales, pues también llama la atención sobre la necesidad de dirigirse hacia la banca ética, el empleo de software libre, y, en definitiva, sobre la búsqueda de la equidad y la sostenibilidad real cuando se produce la adquisición de cualquier producto comercializable.

Dentro del consumo solidario o responsable se insertan también iniciativas colectivas que facilitan por un lado, el acceso a ciertos productos, y, por otro, se considera que esta modalidad de consumo es un acto de resistencia al modelo de globalización capitalista actual, contra el cual se ha de luchar colectiva y políticamente mediante la denuncia y la proposición de alternativas. Un medio para la realización de actos de consumo responsable es la participación en cooperativas o grupos de consumo de productos ecológicos, que establecen relaciones de compra directas con los productores del entorno más próximo. Pero no sólo se trata de promover ciertos patrones de conducta y de valorizar el consumo de ciertos productos: el consumo solidario también bloquea el consumo de algunos productos por considerar que las empresas o los países que los fabrican incurren en graves violaciones de los derechos humanos o el medio ambiente, o se aprovechan de situaciones de injusticia. Para ello se llevan a cabo campañas de boicot, como la recientemente lanzada contra *Coca-Cola* por el Expediente de Regulación de Empleo de una planta embotelladora en la región de Madrid, o el boicot de larga duración a los productos del Estado de Israel por la situación en la que mantiene a las palestinas y los Territorios Ocupados.

¹⁰ El consumo responsable implica no consumir más de lo necesario, evitando impulsos consumistas, y regir los actos de consumo indispensables por patrones equitativos y responsables. Esto se lograría mediante la selección consciente de los artículos adquiridos por sus características sociales y ecológicas. Por un lado, el consumo solidario promueve la redirección de las compras hacia los mercados locales y las tiendas de barrio, rechazando las compras en supermercados y grandes superficies, pues éstos dificultan el contacto entre consumidores y productores, y sirven a la concentración del capital en manos de unos pocos. Por otro lado, la selección de los productos ha de tener en cuenta la forma en que ha sido producido, distribuido y empaquetado, de manera que se minimicen los impactos sobre la naturaleza y supongan relaciones justas con los productores. Así pues, por ejemplo, el comercio solidario rechaza los productos sobre-empaquetados y prioriza la agricultura ecológica y sostenible. El comercio solidario apoya al Comercio Justo, pero sólo cuando se trata de productos que no se cultivan o elaboran en las intermediaciones de las consumidoras, con la finalidad de reducir la huella ecológica de los productos adquiridos, contribuyendo a minimizar el deterioro medioambiental. Por otro lado, también trata de reducir la distancia y los intermediarios entre productores y consumidores de distintas regiones del mundo, priorizando la compra directa a las campesinas y los campesinos. Cuando se trata con empresas, el consumo responsable insta a la priorización de aquéllas que respetan el medio ambiente y los derechos humanos.

¿Qué hay en las páginas que siguen?

Este documento es el resultado final de una investigación iniciada en junio de 2012 en el marco del proyecto *Comercio Justo, turismo y consumo responsable: una apuesta para la economía social*, apoyado por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID). Para ello, además del trabajo bibliográfico, se desarrollaron dos métodos de recolección de información específica. Por un lado, se organizaron grupos de discusión con el objetivo de conocer las opiniones acerca del sesgo de género observado en los viajes de turismo solidario de SODEPAZ de los sujetos de análisis de manera abierta y libre. Por otro lado, se recogió información de una forma más focalizada, a través de la distribución de encuestas, acerca tanto de la participación diferencial de hombres y mujeres como de los impactos del viaje sobre las personas viajeras y las motivaciones que están detrás de las inscripciones en el programa. La información extraída de este trabajo, así como una explicación más elaborada de los métodos empleados, se encontrará en los apartados 3 y 4.

Con antelación, en las páginas que siguen se encuentra un análisis del turismo solidario en las ONGs europeas. El mismo se basa principalmente en el estudio de la Universidad de Aveiro “Turismo comunitario: Enquadrament conceptual, organizacional e impacte”. En este apartado se hace una observación sobre la percepción de las turistas solidarias sobre el impacto de sus viajes sobre las comunidades de acogida.

Además, hemos querido dedicar un espacio a la presentación de SODEPAZ, con el fin de enmarcar la perspectiva desde la que se realiza este estudio. Entendemos que es importante el análisis de la posición desde la que se han afrontado las cuestiones que se abordan en este estudio, puesto que ni la organización de viajes de turismo solidario ni la elaboración de este documento nacen de manera espontánea o casual. Por el contrario, ambas cuestiones emergen de una vocación concreta y que ha ido evolucionando y perfilándose a lo largo de los años.

2. TURISMO SOLIDARIO Y SODEPAZ

Turismo solidario en las ONGs europeas

Desde el principio de este milenio ha aumentado considerablemente la cantidad de actividades turísticas impulsadas por ONGDs en Europa, bien como actividad principal o complementaria. También ha pasado a formar parte de los Planes Directores de las agencias de cooperación estatales y regionales, por lo que se trata de una tendencia tanto dentro de organismos gubernamentales como no gubernamentales. El turismo, incluido en las actividades de las ONGDs, se ve como un motor de desarrollo e intervención social en países “en vías de desarrollo” si se lleva a cabo de manera adecuada, y por tanto, se

incluye dentro de las estrategias de cooperación internacional. Por ello, un creciente número de ONGDs en el Norte ofrecen este tipo de viajes, organizándolos o haciendo de intermediarios con ONGDs del Sur que reciben a las turistas del Norte.

Durante las últimas seis décadas la industria del turismo ha vivido un crecimiento exponencial, superando todas las expectativas y esquivando las sucesivas crisis económicas. Esta inercia, junto con la gran adaptabilidad del sector, ha producido el convencimiento generalizado de que cualquier tipo de turismo es un instrumento de desarrollo eficaz para los países del Sur Global, pues se dice que genera puestos de trabajo en el país receptor, impulsa la construcción de infraestructuras que benefician por igual a residentes y visitantes, y, además, genera beneficios en sectores adyacentes, como sería el pequeño comercio. Igualmente, el turismo contribuiría a la creación de incentivos económicos para proteger recursos naturales que, según algunas teorías, de otro modo carecerían de valor en el mercado. Además, se defiende su papel de liderazgo en la implantación de estrategias de desarrollo, ya que se encuentra en una posición en la que confluyen casi todos los sectores, por lo que puede presionar a sus proveedores para que suministren bienes y servicios de la manera que resulte más conveniente¹¹.

Sin embargo, el halo de santidad que envuelve el discurso sobre los ingentes beneficios del turismo como motor de desarrollo, se desmorona con facilidad cuando escarbamos más allá de la superficie. Por ejemplo, al contrastar el “crecimiento” económico según el PIB de los países del Sur Global receptores de turismo con otros indicadores más complejos y que tienen en cuenta aspectos sociales, como el Índice de Desarrollo Humano (IDH) o los índices de Gini, vemos que el crecimiento económico no necesariamente se traduce en beneficios para el país receptor y sus habitantes. Del mismo modo, la Tasa o Índice de Retorno, que cuantifica el volumen económico generado por la actividad turística que no permanece en el lugar de destino, alcanza niveles de hasta el 90% en algunos países receptores de turismo del Sur¹². Algunos estudios señalan que la mayoría de los puestos de empleo generados para las naturales de los destinos turísticos del Sur son precarios, y la gran mayoría de los negocios turísticos están gestionados por extranjeras. Según las críticas, el turismo convencional no sólo no contribuiría a acabar con las injusticias económicas, sino que además provocaría la agudización de las mismas, y provocaría perjuicios graves en las comunidades de acogida, como la deformación de las construcciones sociales y las dinámicas económicas y laborales, el deterioro ecológico, y la exclusión¹³.

11 VELLAS, F., 2004, *Economía y Política del turismo internacional*, Madrid, Síntesis.

12 BUADES, J., CAÑADA, E., y GASCÓN, J., 2012, *El Turismo en el Inicio del Milenio: una lectura crítica a tres voces*, Madrid, Foro de Turismo Responsable, Colección Thesis.

13 POLET, F., 2011, *Dinâmicas e impactos da expansão do turismo no arquipélago dos Bijagós*, Vila do Conde, IMVF y Tiniguena.

Frente a ello, el turismo alternativo es visto como un mecanismo que puede contribuir de manera eficaz a la lucha contra la pobreza a la vez que trata de evitar los efectos nocivos que el turismo convencional suele tener sobre las comunidades receptoras. Desde los actores que promueven estas iniciativas turísticas responsables, sostenibles o solidarias, se persigue la expansión de un principio de responsabilidad que preceda la planificación del turismo, con el fin de que la industria turística pueda llegar a ser realmente un catalizador de desarrollo mediante la promoción de beneficios económicos, sociales, culturales, medioambientales allá donde se implante. El fomento de prácticas de turismo alternativo sería un modo de permitir y facilitar el placer de viajar y conocer otras culturas, a la vez que se persigue un objetivo de mundo más justo.

En efecto, algunos ejemplos de turismo alternativo autogestionado por las propias comunidades receptoras parecen mostrar que un cierto tipo de turismo, a menor escala y con un enfoque y un tipo de gestión diferentes, puede generar efectos positivos. Según la propia Organización Mundial del Turismo (OMT), se trataría del turismo sostenible, que respondería *“a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”*.

Esta percepción es apoyada por las propias personas que deciden llevar a cabo viajes de turismo solidario o responsable. Según un estudio realizado por la Universidad de Aveiro sobre turismo comunitario a partir de las experiencias de 12 organizaciones francesas y españolas implicadas en dicha actividad¹⁴, las turistas perciben un gran número de beneficios para las comunidades receptoras provocados por la implantación de iniciativas de turismo comunitario. La percepción de las turistas es de gran interés a la hora de estudiar el turismo solidario, ya que son una amplia fuente de información con antecedentes y, por tanto, opiniones, muy diversos.

Los beneficios (potenciales o reales) señalados por las turistas comunitarias de dicho estudio son principalmente sociales, pero también culturales, económicos y ecológicos. Los beneficios más señalados son la reducción del éxodo rural, progresos en la emancipación de las mujeres, la creación de empleo en la comunidad, el fortalecimiento de la comunidad a través de la apropiación y el control de la actividad turística y el intercambio cultural. Dichos beneficios están mayoritariamente ligados a la mejora de las condiciones de vida por el aumento de ingresos en la comunidad, pero también al fortalecimiento de las estructuras sociales.

14 BRANQUINHO, C., 2011, Turismo comunitário: enquadramento conceptual, organizacional e impacto, tesis realizada en la Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial

De manera más específica, en el terreno económico el turismo solidario es visto por las turistas como beneficioso cuando se practica como una actividad complementaria, contribuyendo, pues, al aumento de ingresos para la comunidad. De igual manera, se percibe como positivo por su papel a la hora de impulsar proyectos comunitarios, y por su capacidad de desembocar en un reparto equitativo de los ingresos generados. En cuanto a los beneficios culturales, se señala principalmente el valor que la llegada de turistas extranjeras tiene para las comunidades, por la posibilidad que brinda para la celebración de intercambios culturales y, por tanto, el enriquecimiento personal. Asimismo, el turismo solidario puede servir a la valorización de las culturas locales por el interés que genera en las turistas, lo que contribuye a la preservación de las mismas. Por otro lado, en el terreno ecológico, los beneficios más señalados son la contribución del turismo para la conservación de ciertas zonas por su valor natural, así como el fomento de la reforestación asociado a la generación de paisajes más agradables para las turistas.

No obstante, también se identifican varios perjuicios o riesgos asociados al turismo solidario. Por un lado, la alteración de las dinámicas socioeconómicas por la inserción de una actividad sobre la que pueden crearse grandes expectativas puede provocar el abandono de las actividades tradicionales, como la agricultura. A la larga esto genera dependencia, ya que las habitantes de las comunidades no son capaces de sustentarse por ellas mismas si no se produce la llegada de turistas, que, por otro lado, siguen flujos volubles y difícilmente predecibles. Igualmente, en ocasiones las infraestructuras de las comunidades no están adaptadas para la recepción de turistas, lo que podría ocasionar importantes inversiones para las vecinas cuya recuperación no está garantizada. Por otro lado, el turismo alternativo también es susceptible de crear conflictos internos si da lugar a beneficios dispares entre los miembros de las comunidades. En alguna ocasión puede ocurrir, además, que el responsable local se apropie del proyecto, alejando a la comunidad del mismo. Otro riesgo relevante es que las expectativas previas generadas dentro de la comunidad sean demasiado altas, lo que puede provocar el desánimo y una sensación de desengaño entre las habitantes locales.

Un sector que presenta una gran vulnerabilidad a la llegada de turistas es la cultura. Por un lado, una mala gestión o preparación de los encuentros interculturales puede generar situaciones de tensión por la reproducción de comportamientos que choquen con las costumbres locales, por falta de respeto o violación por desconocimiento de algunos de los códigos de conducta. No obstante, el riesgo más señalado es la aculturación o la folclorización de la cultura local ligados a la mercantilización de la misma. En el terreno ecológico, el riesgo más percibido es la superación de la capacidad de carga, desencadenando problemas de contaminación, deforestación u otros.

Según la percepción de las propias turistas solidarias, el turismo solidario puede tener repercusiones positivas en los lugares en los que se desarrolla, pero también muy negativas. La existencia de estudios de este tipo, que recogen las percepciones de las propias turistas,

son de una inestimable valía, ya que la responsabilidad comienza por ser consciente de las repercusiones de nuestros actos.

Misión de SODePAZ

Desde nuestra fundación ya en 1987 la misión de nuestra organización ha sido contribuir a cambiar el injusto “orden” internacional, basado en la opresión de los más débiles y el enriquecimiento desmesurado de las elites del mundo. Nada más actual donde la crisis prolongada de nuestro sistema capitalista, una más desde su dominación, nos está mostrando aquí en nuestro entorno, su rostro más duro y demoledor.

Durante nuestra limitada experiencia, nuestro empeño para combatir toda forma de injusticia, se ha enfocado a dirigir fondos para proyectos de cooperación internacional y a la concienciación de la ciudadanía del norte para incrementar la sensibilidad y comprensión de la interdependencia de las realidades de los pueblos del mundo y sus causas.

Para ello uno de los programas que desde 1993 y de forma ininterrumpida hasta hoy llevamos adelante es el de Turismo Responsable, **organizando viajes solidarios** a países de América Latina (México, Nicaragua, Cuba, Perú, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Brasil, etc) y a Palestina. La idea nació de la necesidad de acercar la población del estado español a la realidad social, cultural y política de los países del Sur y los objetivos de los viajes son los siguientes:

- Sensibilizar respecto a las situaciones y problemáticas generales de las relaciones Norte-Sur y en concreto de los procesos y coyunturas del entorno geográfico en se que desenvuelve el viaje.
- Conseguir que los viajeros/as alcancen un conocimiento y una experiencia multicultural que les permita reflexionar y situar su actitud en nuestro mundo desarrollado.
- Dotar de herramientas a los viajeros/as para que a la vuelta sean la voz del Sur en nuestra sociedad.
- Forjar entre los viajeros/as, las comunidades y SODePAZ vínculos estables y fructíferos que nos permitan colaborar en planteamientos y acciones comunes.

Es una forma de viajar donde se prima que las personas que optan por este tipo de propuesta se acerquen de la forma más directa posible a las realidades de los pueblos con lo que está afianzada una política de cooperación estable por parte de SODePAZ.

Herederos de lo que fueron las brigadas internacionales de trabajo voluntario de los años setenta y ochenta a países como Cuba o Nicaragua, donde los viajeros se ocupaban durante un periodo normalmente breve, a tareas agrícolas o de construcción, ampliamos a lo largo

de los años a otros países como Palestina, Bolivia, El Salvador o Guatemala, en los que el objetivo de estas estancias cambia radicalmente. Se trata que los viajeros y viajeras entren en contacto con las realidades de la mano de organizaciones que inciden directamente en ellas y, salvo en ocasiones muy específicas, no ejecuten trabajos de los que en general no son expertos, y en cambio se centren en el conocimiento no solo de las problemáticas en la que las poblaciones están inmersas si no de las soluciones que ellas mismas están poniendo en marcha.

Si bien en algunos casos las organizaciones receptoras se dedican al sector del turismo, este es de pequeña escala, comunitario o alternativo. La mayoría de ellas se dedican a trabajar en el desarrollo de las comunidades en las que están insertas, abordando soluciones a carencias de tipo social, educacional, sanitario, energético, ambiental etc.

Es un programa que suele organizarse durante los meses de verano coincidiendo con el periodo vacacional y la media de viajeros anual, muy estable hasta 2006, de 150 personas, a partir de 2007 desde el inicio de la crisis se coloca en 80. Hay que observar además que ha ido variando la tipología del viajero en los último 6 años: ha aumentado su edad media, pasando en 2007 de 27,67 años a 32,64 años en 2012, y han desaparecido prácticamente los estudiantes, que en otras épocas escogían este tipo de experiencia como colofón de una etapa.

Desde hace dos años hemos empezado, inmersos en una crisis económica de largo alcance con sus evidentes efectos ambientales, a diseñar nuevos destinos más cercanos, en Europa, que llamamos Rutas de la Resistencia. En estos se pretende compartir con movimientos sociales de nuestro entorno, las experiencias de Resistencia para contrarrestar algunos efectos de la crisis global, como a Grecia o en el propio Estado español.

3. METODOLOGÍA

La realización de este estudio comenzó en junio de 2012, con el objetivo de analizar uno de los agentes que participan en el turismo responsable: las personas que viajan, las “turistas” que escogen este tipo de propuestas. El interés era doble. Por un lado, se quería conocer cuáles eran las motivaciones de las/os viajeras/os solidarias/os y cuáles eran los impactos que los viajes tenían sobre ellas/os, con el ánimo de analizar si se ajustaba a los objetivos de los programas de turismo solidario y si esta herramienta de sensibilización estaba sirviendo a la formación de una ciudadanía más consciente y consecuente. Por otro lado, habiendo observado el predominio de mujeres sobre el total de las personas que habían viajado con SODEPAZ en los años precedentes (70% de mujeres frente al 30% de hombres), se quería ahondar en el porqué de esta diferencia.

Con el objetivo de conocer el perfil de estas personas en profundidad, hemos puesto en marcha diferentes técnicas de recopilación de datos y métodos de análisis que se describen a continuación. Todo el estudio se llevó a cabo mediante un enfoque participativo, en el que contó con la colaboración de las/os socias/os de SODePAZ y las/os propias/os viajeras/os. Esto, por un lado, enriqueció los resultados del estudio, y, por otro lado, creemos que tendrá un impacto positivo en la organización futura de los viajes solidarios e incidirá en el proceso de sensibilización de las/os viajeras/os.

El estudio se dilató durante casi dos años debido a las características de las componentes del equipo investigador, ya que contó con personas que realizaban sus prácticas de máster, de duración variable y no simultáneas, y por servir de evaluación interna *sui generis* del Programa de Viajes Solidarios de SODePAZ.

Configuración del equipo investigador

La dirección del estudio corrió a cargo de Federica Carraro, y los miembros del equipo participaron en diferentes fases y periodos del mismo, con cometidos diversos. Las participantes fueron Ana Filipa Margin dos Santos Monteiro de Lacerda (enero a junio 2013), Brenda Moreno Pando (en prácticas del Instituto Ortega y Gasset durante los meses de mayo a junio de 2013), Ivanka Puigdueta Bartolomé (de diciembre de 2012 a abril de 2013, y marzo-abril de 2014), y Silvia Melón (de junio a septiembre de 2012). Por otro lado, se contó con la colaboración de varios miembros del grupo de trabajo permanente que organiza el Programa de Viajes Solidarios de SODePAZ, tanto en la dinamización de los grupos de discusión como en el análisis colectivo post-encuesta. El trabajo de gabinete transcurrió a lo largo de todo el periodo con reuniones de trabajo mensuales entre los diferentes miembros del equipo.

Recopilación de información de base

La recopilación de la información de la que partió el estudio comenzó con el análisis de los datos propios de SODePAZ. Con el fin de obtener información fiel, veraz y coherente, se eligió una serie de años en los que se contaba con homogeneidad en los datos. Así, se optó por una serie temporal de los seis últimos años, de 2007 a 2012, ya que para ese periodo disponíamos de información sobre: nombre y apellidos de las viajeras, sexo, procedencia, teléfono de contacto, dirección de correo electrónico, ocupación y edad. Por otro lado, al ser un periodo relativamente reciente la hipótesis fue que nos aportarían una información más actualizada de la realidad de las/os viajeras/os, y, por otro lado, al tener más reciente su experiencia les sería más fácil contestar a ciertas preguntas y se mostrarían más favorables a participar.

Con el ánimo de descubrir si el perfil de las viajeras de SODEPAZ era similar al de las participantes en viajes solidarios de otras organizaciones, se decidió contactar con otras ONGs del estado español que organizaran viajes solidarios desde, como mínimo, el inicio del periodo de análisis escogido para el estudio. En una primera fase se envió un correo electrónico a todas aquellas organizaciones que informaban expresamente en su página web de la existencia de un programa de características similares y se llamó por teléfono a cada una de ellas. Se les informó sobre el objetivo de la investigación y se les solicitó su colaboración mediante el suministro de datos globales y anónimos de quienes habían viajado siguiendo sus programas durante el periodo de estudio (número total de viajeras/os, sexo de las/os mismas/os, edad, profesión y procedencia), así como el contacto directo con dos personas que hubieran viajado, un hombre y una mujer. En una segunda fase, ante la nula respuesta ante este primer intento, se focalizó la atención en las siguientes ONGs: SOLIDARIDAD INTERNACIONAL, SETEM, SODEPAU, AIPC, PANDORA y CESAL. No obstante, el resultado volvió a ser infructuoso, no obteniendo información de ninguna de las ONGs seleccionadas: cuatro de ellas no reaccionaron a los mensajes enviados y dos de ellas respondieron indicando que “era demasiado trabajo y que no tenían tiempo ni recursos para colaborar con nosotras”. Esta fase se desarrolló entre junio y septiembre de 2012.

Así pues, se decidió seguir adelante focalizando el análisis exclusivamente en las personas que han viajado con SODEPAZ desde 2007 a 2012. Si bien el acceso a la información de otras organizaciones hubiera sido valioso, pues hubiéramos contado con una muestra poblacional más amplia, la muestra de SODEPAZ era lo suficientemente grande para permitir una investigación consistente y establecer algunas líneas sobre las que seguir profundizando en el futuro, por lo que seguimos adelante con el estudio. Por otro lado, otros muchos estudios avalan la preponderancia numérica de las mujeres en los sectores laborales sociales y de voluntariado, entre los cuales observamos similitudes en cuanto a su naturaleza y sus raíces histórico-culturales, por lo que la obtención de información acerca de las/os viajeras/os de otras organizaciones no era indispensable para poder afirmar que las mujeres son más numerosas que los hombres en los viajes de turismo solidario. La cuestión, por tanto, era el porqué de tal dominio.

Una vez establecida la muestra de estudio, se pasó a la organización de los datos disponibles, ordenándolos por años y produciendo estadísticas según el sexo de las viajeras, edad, procedencia y ocupación. Esta operación mostró que la media del número de mujeres sobre el total de viajeras, calculada en la serie temporal de los seis años, alcanzaba casi el 70%.

Estos primeros datos estadísticos y las hipótesis de partida fueron presentados en el IV Encuentro de Turismo Responsable celebrado en Donostia, con el título “Turismos y mujeres: impactos sociales, ambientales y económicos”, organizado por SODEPAZ y el Foro de Turismo Responsable, en noviembre de 2012.

Análisis conjunto mediante grupos de discusión

El primero de los métodos de análisis que fueron desarrollados en el marco de la investigación fue el análisis de la información de base disponible mediante la organización de grupos de discusión entre las personas participantes de los viajes solidarios de SODEPAZ. Estos fueron organizados aprovechando el encuentro de evaluación de los viajes de 2012, el 27 de octubre de ese mismo año, y sirvieron para abordar el segundo de los objetivos de la investigación: **la naturaleza de la mayor participación femenina que masculina en los viajes de turismo solidario**. Se organizaron y grabaron 3 grupos de discusión, de una hora y media de duración. Acudieron un total de 25 personas, de las cuales, 9 hombres y 16 mujeres. Se decidió la realización de tres grupos de discusión de 8 ó 9 personas, con el fin de obtener grupos de un tamaño que favoreciese la intervención de todas/os las/os participantes. Igualmente, se decidió la segregación por sexo para favorecer la desinhibición de todas/os las/os participantes. La impresión que obtuvimos tras la celebración de la reunión fue que los efectos de la segregación y el tamaño de los grupos (dos formados por mujeres y uno por hombres) habían sido positivos, pues tanto mujeres como hombres parecieron expresar sus opiniones sobre las diferencias y similitudes de hombres y mujeres con total libertad y espontaneidad. El resultado de los tres grupos de discusión sirvió como guía para la elaboración de una encuesta *online* que profundizaría en el análisis de los dos objetivos del estudio.

Obtención de información mediante encuestas

El segundo método de investigación utilizado fue la realización de encuestas *online*, gracias a las cuales pretendíamos abarcar una población más amplia e incluir el primero de los objetivos del estudio: **las motivaciones para la inscripción en el programa y los impactos del mismo en las personas viajeras y las organizaciones emisoras**. En concreto, las encuestas fueron enviadas a las personas que habían viajado en el periodo de 2007 a 2012 por los motivos previamente señalados.

La encuesta comenzó a realizarse a principios de diciembre de 2012 por un equipo compuesto por tres personas. En el proceso de elaboración, además, participó un sociólogo que realizó aportaciones críticas de gran valor. Tras un trabajo de reelaboración, se transfirió la encuesta a un informático para la composición de la misma en internet. Una vez previsualizada y con algunas nuevas modificaciones, la encuesta fue activada el 10 de enero de 2013 y se envió la solicitud de participación a las viajeras y viajeros de los años seleccionados.

La encuesta se dividió en cuatro bloques principales, más un primer bloque adicional que solicitaba información sobre los/as viajeros/as y unas preguntas finales sobre el interés actual de las/os viajeras/os en los viajes solidarios. Los bloques principales eran:

1. **Participación en viajes:** cuestionaba sobre la motivación de las personas viajeras a la hora de realizar un viaje de turismo solidario y la manera en que se hacía. Buscábamos indagar en los objetivos de las/os viajeras/os de manera aislada, sin considerarlos como una alternativa a otras actividades sino algo perseguido y seleccionado de manera expresa.
2. **Comparación de viajes solidarios y convencionales:** este bloque buscaba profundizar en dicha motivación, tratando de observar las diferencias que enfrentan a los viajes solidarios con otros tipos de viajes, según la percepción de la persona viajera. Dentro de los viajes convencionales nos referimos a los viajes organizados por agencias o a los viajes individuales. Pensamos que ambos tipos de viaje son una alternativa a los viajes solidarios, por sus similitudes y diferencias. Muchas de las personas que elijen viajar con viajes solidarios de SODEPAZ se inscriben en solitario, si bien luego viajarán en grupo. Es, por tanto, la compañía de otras personas uno de los factores que puede influir en la elección de viajar en viaje solidario o con una agencia organizadora, descartando viajes individuales. Por el contrario, los viajes individuales permiten ir a cualquier lugar y conocer la realidad social del lugar visitado, al contrario que los viajes ofertados por agencias que suelen permanecer en círculos reservados a los turistas. El conocimiento de la realidad del lugar de destino es uno de los objetivos de los viajes solidarios, por lo que este aspecto del viaje sería ofrecido tanto por viajes individuales como por viajes solidarios.
3. **Valoración del viaje de SODEPAZ:** enfocado a conocer el impacto que tienen los viajes solidarios en las personas viajeras con posterioridad a la realización del mismo. El objetivo es conocer si se han producido cambios en las personas viajeras tras la realización del viaje, cuáles, su valoración de los mismos y si éstos están vinculados o no con un mayor activismo social.
4. **Mayor presencia de mujeres:** pretendía conocer las opiniones de las propias personas viajeras sobre las razones que originan la preponderancia de mujeres en los viajes. En este apartado se busca, primeramente, obtener las opiniones abiertas de las personas encuestadas, y con posterioridad se les presentan algunas explicaciones que, antes de la recepción de sus respuestas, o bien pensamos podían estar en los imaginarios colectivos, o vinculamos con posibles explicaciones a la mayor participación de las mujeres en relación a la de los hombres.

La encuesta constaba tanto de preguntas de respuesta abierta como de respuesta cerrada. Mientras que las preguntas abiertas dejan a las personas encuestadas la libertad de responder lo que realmente les viene a la cabeza, las preguntas cerradas proporcionan una mayor practicidad a la hora de realizar el análisis de las mismas. La elaboración de las respuestas ofrecidas en las preguntas cerradas se realizó a partir de la observación de los grupos de discusión, tratando de recoger todas las tendencias presentadas en los mismos

y otras respuestas que pudieran completar el abanico de razonamientos que creímos podían presentarse en el conjunto social del Estado español.

En el proceso de envío por correo electrónico de las encuestas se produjeron algunas complicaciones debidas a los servidores de correo, las cuales se solucionaron satisfactoriamente, y la encuesta fue enviada a un máximo de 755 personas. Por otro lado, debido a que algunas personas habían viajado con SODePAZ en más de una ocasión, se produjo la duda entre los encuestados sobre a cuál de los viajes debían referirse en sus respuestas. La cuestión se solucionó de la siguiente manera: dado que algunas preguntas se referían a la motivación que había impulsado la inscripción en el programa, se instó a que estas preguntas fueran respondidas pensando en el primer viaje realizado, ya que lo que se quería conocer era el proceso que precede a la decisión de participar. Las otras preguntas sobre las que surgía la duda eran relativas al porcentaje de hombres y mujeres participantes, por lo que, puesto que lo que se buscaba determinar era la percepción de esta participación por parte de las/os viajeras/os (ya disponíamos de los datos reales), se indicó que la respuesta fuera referida a la media aproximada de los viajes realizados.

El plazo para la recepción de respuestas se cerró el 26 de febrero. Se obtuvieron 203 respuestas, 129 de ellas completas y 74 incompletas. De estas últimas, 59 se eliminaron inicialmente por estar prácticamente vacías, y el resto se mantuvo por aportar información que podía ser útil para la investigación. Pese a que la encuesta se dirigía y fue enviada exclusivamente a las personas que habían viajado desde 2007, se recibieron 8 encuestas datadas en años anteriores. La razón a la que lo asociamos es que, al haber personas que habían viajado en más de una ocasión, algunas de ellas respondieron indicando el año del primer viaje. No obstante, hemos mantenido la información de estas encuestas por considerar que no afectan en modo alguno a la investigación. Puesto que lo que se pretende conocer es el impacto que el viaje tiene en las/os viajeras/os y el origen del sesgo por sexo, y esto no debería estar influido por el año en que se realizó el viaje, acordamos que era más beneficioso abarcar una población mayor que restringirla por unos criterios que consideramos independientes.

Análisis colectivo de los resultados de la encuesta

Con el objetivo de analizar los resultados obtenidos de las encuestas y orientar el análisis posterior, en abril de 2013 se organizó una reunión con el equipo investigador y el grupo de trabajo permanente de SODePAZ que coordina el programa de los viajes solidarios. Durante esta reunión fueron presentadas las estadísticas extraídas de la encuesta, realizándose un análisis conjunto de las mismas.

Esta reunión fue de gran valor para la elaboración final de conclusiones, ya que a las hipótesis desarrolladas por el equipo investigador se sumó la amplia experiencia del grupo de viajes solidarios de la organización.

Finalmente, la redacción del estudio tuvo lugar entre noviembre de 2013 y marzo de 2014.

4. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

En las siguientes páginas se mostrarán los resultados del trabajo de campo realizado, tanto el derivado de los grupos de discusión como el correspondiente a las encuestas.

PERFIL DE LAS PERSONAS VIAJERAS DE SODEPAZ ENTRE 2007 Y 2012:

Como indicamos desde la introducción de este trabajo, las mujeres representan la mayoría de las personas viajeras de SODEPAZ, constituyendo un 69'93% del total, frente al 30'05% de los hombres¹⁵. De la muestra obtenida para la elaboración de este estudio, las mujeres representan un 70'14%, frente a un 29'89% que corresponde a la participación masculina.

Entre los destinos fijos ofertados por SODEPAZ, que son Palestina, Cuba y Bolivia, Palestina es con diferencia el más frecuentemente escogido por las viajeras que contestaron a la encuesta. Si bien esto es así tanto para los hombres como para las mujeres, dentro de los hombres los viajes a Palestina constituyen un porcentaje mucho más elevado, acercándose al 50%. Este dato es relevante, ya que las características de Palestina son diferentes al resto de destinos, siendo un viaje con una importante vertiente política y considerándose un destino más “peligroso” que el resto por la situación en la que se encuentra el país. También se observan diferencias en el viaje de Cuba, realizado con más frecuencia entre las mujeres que entre los hombres. Nicaragua, Ecuador y El Salvador son destinos variables en la oferta de SODEPAZ¹⁶.

Destinos escogidos por las viajeras de SODEPAZ en el periodo 2007-2012, distribuidos por sexo.

País al que viajó	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Palestina	30'69%	46'51%	35'42%
Cuba	21'78%	9'3%	18'06%
Nicaragua	17'82%	13'95%	16'67%
Bolivia	11'88%	11'63%	11'81%
Ecuador	0'99%	0'00%	0'69%
El Salvador	1'98%	9'3%	4'17%
Otro	14'85%	9'3%	

Una ligera mayoría de personas que viajan con SODEPAZ se inscriben en el programa en solitario (el 54'17%), de las cuales la mitad indica que se han decidido a viajar sin acompañante porque no conocían a nadie que estuviera interesada en realizar el mismo tipo de viaje (52'56%), frente a un tercio que afirma que quería viajar con gente nueva (33'33%).

¹⁵ Datos relativos a la media del periodo 2007-2012.

¹⁶ Otro de los destinos no fijos de SODEPAZ es Guatemala, pero no se realizaron viajes a este país durante el periodo 2007 a 2012.

La mayoría de las personas viajeras (el 64'29%) indica haber viajado de manera individual alguna vez (sin agencia organizadora ni acompañante), lo que se corresponde con el 51'16% de los hombres y el 70'10% de las mujeres. Es decir, de las personas que viajan con SODEPAZ son las mujeres las que, significativamente, viajan más frecuentemente solas.

La mayoría de las personas viajeras (un 62'86%) también ha viajado a través de alguna agencia organizadora convencional, lo que corresponde al 65% de los hombres y el 62% de las mujeres; es decir, proporciones muy similares.

Otra de las cuestiones que quisimos averiguar fue la proporción de personas que repetían la experiencia de los viajes solidarios, para conocer si este tipo de viajes se instalaban dentro de sus rutinas o si los entendían como actividades excepcionales. Encontramos que la mayoría de las viajeras no han vuelto a realizar un viaje solidario tras el viaje de Sodepaz (77'86%), frente al 22'14% que sí lo ha hecho, sin apreciarse diferencias entre hombres y mujeres. Hemos de señalar que una parte de las personas que contestaron a la encuesta lo hacían tras haber realizado su primer viaje solidario, por lo que es de esperar que el porcentaje de personas que repite la experiencia es algo mayor. De hecho, y sin tratar de obviar que no deja de ser una declaración de intenciones, una gran mayoría de las viajeras (95'42%), declaró que *volvería a realizar un viaje solidario en el futuro*, y sólo un 4'58% que no lo haría.

Las razones más esgrimidas para justificar el no haber realizado más viajes solidarios tras la primera experiencia fueron *la falta de tiempo o falta de dinero*, con aproximadamente un cuarto de las personas encuestadas seleccionando cada una de estas dos opciones en una pregunta cerrada. Casi un 15% alegó cambios en la situación personal, y tan sólo un 4% seleccionó la casilla de cambio de intereses. Casi un tercio de las personas encuestadas expresó que se debía a otros motivos, detallando los mismos. De ellos, algo más de la tercera parte expuso que había cambiado su forma de viajar u organizar sus viajes, y otra parte importante (6 personas) que hacía poco que habían realizado el primer viaje.

MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL VIAJE

Ante la pregunta abierta de qué es lo que se persigue al participar en un viaje solidario, la respuesta más frecuente se refirió al interés por *conocer realidades diferentes* en sus múltiples facetas (social, económica, cultural, etc.) y *compartir momentos con las habitantes de sus destinos de viaje*. Hubo algunas participantes que también señalaron su interés por *contactar con asociaciones, activistas y ONGs locales*. Respuestas referidas al *beneficio de las comunidades visitadas* también fueron reiteradas (un 18% o un 16%, según se tomen las respuestas completas o las respuestas incompleta). Es interesante señalar que hubo un porcentaje no desdeñable de personas viajeras (alrededor del 11%) que indicó *beneficios personales*, como el "aumento de la tolerancia", el "crecimiento personal", etc. Alrededor de un 8% adujeron motivos ligados a la *responsabilidad personal* a la hora de realizar un viaje.

Comparación de viajes solidarios y convencionales:

Viendo la elección de un viaje de turismo solidario como una alternativa dentro de la amplia oferta vacacional disponible en el mercado, se decidió formular un bloque dentro de la encuesta destinado a la comparación de los viajes solidarios con los viajes convencionales. Así pues, como ya fue explicado en el apartado relativo a la metodología, la idea nace de la creencia de que los viajes solidarios pueden ser una alternativa a los viajes convencionales. Por ello, quisimos determinar qué es lo que empuja a las viajeras de SODEPAZ a elegir viajes solidarios en lugar de otras modalidades, como pueden ser los viajes individuales o los viajes organizados. Por viajes individuales nos referimos, y así lo indicamos en la encuesta, a viajar sin “acompañantes ni agencia organizadora de viajes”.

La mayoría de las personas viajeras afirmaron considerar que *los viajes solidarios son una alternativa a los viajes individuales (85'71%) y a los viajes organizados por agencia (79%)*, y a las preguntas abiertas de por qué lo consideran así las respuestas fueron bastante acordes a lo esperado. En comparación con los viajes individuales, las personas viajeras señalaron principalmente que los viajes solidarios aportan el placer de la compañía de gente con intereses afines. También hubo varias respuestas indicando que apreciaban contar con una organización local que ayudase a dar a conocer la realidad del destino, y que los viajes solidarios les facilitaban el acceso a la población local. Tan sólo alrededor de un 10% de las personas encuestadas indicaron la seguridad o las facilidades como uno de los factores que consideraban al comparar con los viajes individuales, lo cual fue proporcionalmente más repetido entre los hombres que entre las mujeres. Aunque por el pequeño tamaño de la muestra no podemos extraer conclusiones contundentes de esta tendencia, sirve para contrastar con la tendencia que podría haber a pensar que las mujeres buscan más protección que los hombres a la hora de viajar en grupo.

Al comparar con los viajes organizados por agencia, se indicó la aproximación a la realidad y a la población locales ofrecida por los viajes solidarios, y, en menor medida (alrededor del 10%), el menor efecto nocivo atribuido a este tipo de viajes. La siguiente pregunta se refería a las diferencias más notables señaladas entre los viajes solidarios y los organizados convencionales, también formulada como pregunta abierta. Esta pregunta, muy similar a la anterior, trataba de resaltar lo que las viajeras percibían como diferencias objetivas, y no como factores que para ellas suponían puntos a favor de los viajes solidarios, lo cual correspondía al objetivo de la pregunta anterior. Las respuestas fueron muy similares a las indicadas en la pregunta anterior, pero se tiene una mayor alusión al menor impacto negativo o mayor efecto positivo infringido por los viajes solidarios sobre las comunidades de destino, lo cual podría indicar que este factor, si bien es percibido como una diferencia clara entre ambas modalidades de viaje y ante lo que están sensibilizadas

tras la participación en el mismo, no es tanto un impulsor a la hora de decantarse por los viajes solidarios. Igualmente, algunas personas aluden a las mayores probabilidades de sintonizar con las compañeras y compañeros de viaje, pues normalmente se tienen intereses afines.

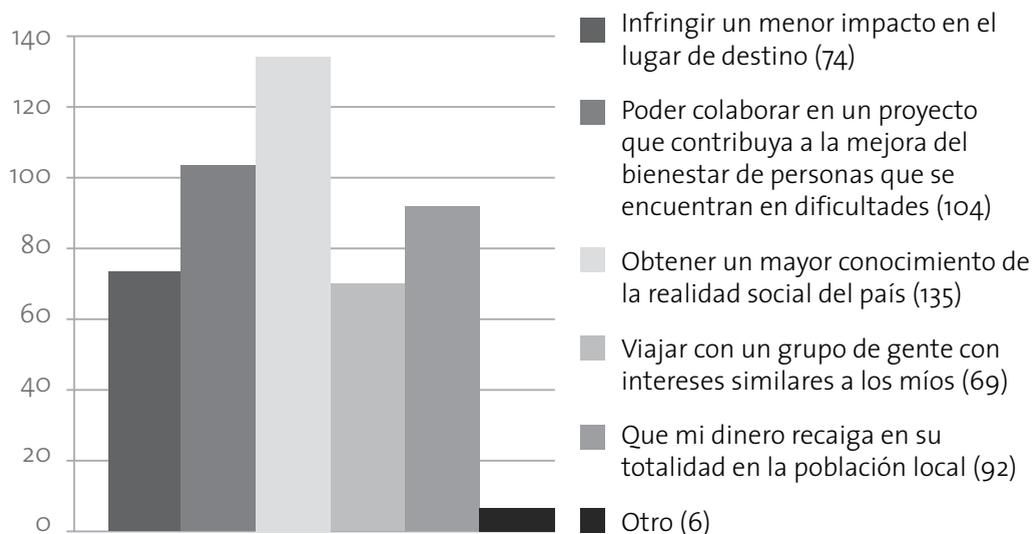
La siguiente pregunta trataba de seguir ahondando en la diferencia entre los viajes solidarios y los organizados convencionales. En ella se pedía a las personas encuestadas que dijese *cuál de las dos modalidades consideraban mejor* en cuanto a los siguientes aspectos: información recibida previamente, conocimiento de la realidad social del lugar de destino, seguimiento posterior del viaje, cercanía a la población local, sintonía con la gente que forma el grupo, impacto en el lugar de destino, nuevas experiencias vividas y descanso, entretenimiento y diversión. Como puede observarse en el cuadro, en todas las opciones los viajes solidarios fueron mejor puntuados que los viajes convencionales, excepto en la pregunta relativa al descanso, entretenimiento y diversión, en donde ambas modalidades fueron puntuadas por igual. Estas respuestas coinciden con las dadas a las dos preguntas abiertas anteriores, y con la finalidad perseguida a la hora de organizar los viajes solidarios de SODEPAZ.

**Comparando los viajes solidarios con los viajes convencionales,
¿cuáles crees que son mejores en relación a los siguientes aspectos?**

	Solidarios	Convenc.	Igual	NS/NR
Información recibida previamente	51'14%	18'18%	29'55%	1'14%
Conocimiento de la realidad social del país	98'86%	0'00%	0'00%	1'14%
Seguimiento posterior al viaje	89'77%	1'14%	7'95%	1'14%
Cercanía a la población local	96'59%	0'00%	2'27%	1'14%
Sintonía con la gente que forma el grupo	73'89%	2'27%	22'73%	1'14%
Impacto en el lugar de destino	92'05%	3'41%	3'41%	1'14%
Nuevas experiencias vividas	88'64%	0'00%	10'23%	1'14%
Descanso, entretenimiento y desconexión	27'27%	30'68%	40'68%	1'14%

En cuanto a las *motivaciones que impulsan a realizar un viaje solidario* (pregunta cerrada con posibilidad de múltiples respuestas), la mayoría de las personas viajeras indicaron su *deseo de obtener un mayor conocimiento de la realidad social del país* (94%), seguido de la posibilidad de *colaborar en un proyecto que contribuyese a la mejora del bienestar de personas que se encuentran en dificultades* (72%), del interés en que con los *gastos derivados del viaje queden en las comunidades visitadas* (64%), la aspiración a *infringir un menor impacto negativo en el lugar de destino* (51%) y las ganas de *viajar con un grupo de gente con intereses afines* (48%):

Motivos que impulsan a realizar un viaje solidario



Durante el transcurso de los grupos de discusión, la idea globalmente emitida fue que la participación en viajes de turismo solidario se debe principalmente al interés en el contenido de los mismos y el acceso a espacios privilegiados (por ejemplo, entrevistas con especialistas o visita a ciertas instituciones), la mayor cercanía con las personas locales y el mejor conocimiento de la realidad social que se obtiene, y las altas probabilidades de viajar con un grupo de personas con intereses e ideologías afines. En menor medida, se expusieron motivos ligados a la responsabilidad sobre las consecuencias derivadas del viaje y la protección y/o comodidad ofrecida por un viaje organizado. Esto último contrasta con el gráfico anterior, en el que la responsabilidad económica y el interés en participar en un proyecto solidario están por delante de la compañía con la que se realiza el viaje.

IMPACTOS DEL VIAJE SOBRE LAS PERSONAS VIAJERAS

Casi todas las personas que viajaron (98%) consideran su experiencia de viaje solidario como positiva o muy positiva.

Es interesante señalar que las respuestas en este caso están más enfocadas hacia los beneficios personales de las personas viajeras que hacia los beneficios para la comunidad, y ésta es una tendencia creciente desde los motivos que impulsaron el viaje inicialmente. El porcentaje de personas que aduce beneficios personales sube del 11 % como impulsor del viaje al 50% tras la realización del viaje. Por el contrario, sólo hubo 3 respuestas señalando el beneficio reportado a las comunidades visitadas como razón para considerar positivo el viaje a la vuelta del mismo, frente al 17% que señalaron tal motivo a la hora de inscribirse en el programa. Esto podría hacernos pensar que, si bien inicialmente el viaje está globalmente guiado por un sentimiento de solidaridad, tras el regreso las personas

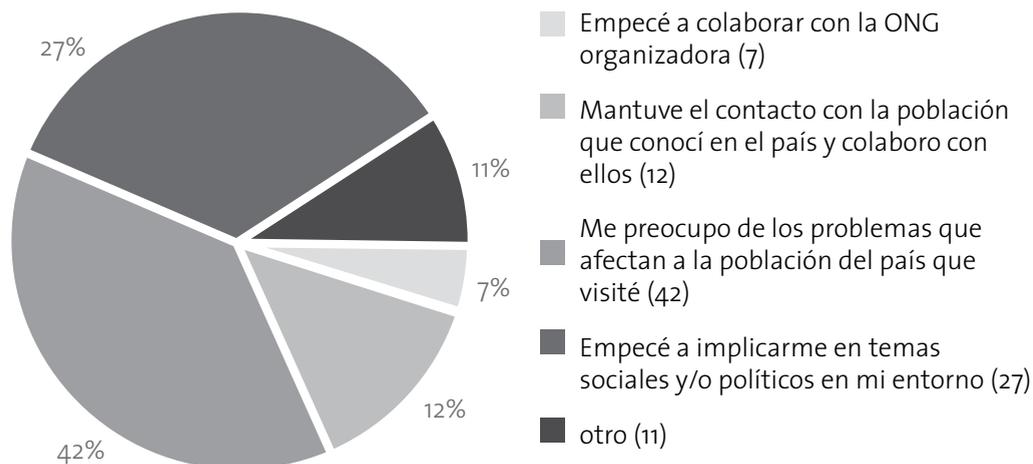
viajeras son más conscientes de los beneficios personales adquiridos. Por otro lado, un pequeño porcentaje (3'5%) señala expresamente motivos ligados al crecimiento de la implicación personal.

Hubo pocas personas encuestadas que valoraron la experiencia como negativa, correspondientes al 2% del total. No obstante, por la marcada diferencia que supone con el resto de respuestas, resulta interesante pararnos en ellas. Una persona señaló que consideraba el viaje “poco solidario”, mientras que dos se refirieron a la necesidad de mejorar las visitas o la organización por parte de la institución local. Otras dos personas indicaron que las conductas de viajeras y/o organizadoras debían mejorarse.

En otra pregunta de la encuesta se pedía que se valorase del 1 al 10 varias afirmaciones acerca de los viajes que habían realizado, siendo 1 en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo. Según las percepciones de las viajeras, *los viajes contribuyen al mejor conocimiento de la realidad social y/o política del país de destino*, con un 82% de valoraciones entre 8 y 10. La tendencia también es a pensar que *los viajes contribuyen a la mejora de la formación y preparación social*, con un 61% de valoraciones superiores a 5. Para los viajeros, *los descubrimientos y aprendizajes realizados en todo el proceso del viaje son de gran interés*, con un 77% de valoraciones entre 8 y 10. La mayoría también considera estos viajes como una *buena opción para conocer gente*, con un 81% de valoraciones superiores a 6, y piensa que *son una experiencia positiva y repetible*, con un 87% de valoraciones superiores a 7.

Igualmente, la mayoría de las personas viajeras considera que *el viaje contribuyó a que su implicación social aumentase*, con un 73'33% de respuestas afirmativas a una pregunta cerrada. Los porcentajes son muy similares entre mujeres y hombres (72% y 76%, respectivamente). Aunque la mayoría (47% entre los hombres y 40% entre las mujeres) describe su implicación social como una mayor *preocupación por los problemas que afectan a la población del país visitado*, un 34% indica que *tras el viaje comenzaron a implicarse en temas sociales y/o políticos o a colaborar con la ONG organizadora*, más otras cuatro personas que dieron respuestas similares usando la opción “otro”. En este punto se aprecia una diferencia significativa entre mujeres y hombres, siendo proporcionalmente mayor la implicación por parte de las primeras que de los segundos (31% frente al 19%). Las mujeres también declaran con más frecuencia *mantener el contacto con la población que conocieron en el país y colaborar con ellos*, afirmación expresada por un 15% de las mujeres encuestadas frente al 6% de los hombres. Además, de las viajeras cuya implicación social ha aumentado a raíz del viaje, el 75% considera que *su implicación se ha mantenido en el tiempo*, proporción observada tanto entre las mujeres como entre los hombres. De las personas que señalan haber visto disminuida su implicación con el paso del tiempo, la mayoría lo relacionan con falta de tiempo o distancia emocional.

En cuanto a las personas viajeras que consideran que su implicación social no ha aumentado a raíz del viaje, la mayoría (61%) indican que se debe a que ellas *ya tenían una gran implicación antes de iniciar el viaje, y el resto señala que no disponen de tiempo suficiente* (18%) o *no han encontrado el ámbito en el que les gustaría implicarse* (15%).



EXPLICACIONES A LA MAYOR PRESENCIA DE MUJERES

Para tratar de conocer cuáles eran las razones que las propias personas viajeras atribuyen a la mayor presencia femenina en los viajes solidarios, se recurrió a dos métodos: los grupos de discusión y la encuesta. Los grupos de discusión se realizaron previamente y también sirvieron para la elaboración de la encuesta. El análisis de los debates producidos durante los grupos de discusión resulta más complicado que el de las encuestas, por sus características de medio puramente cualitativo, y, además, dinámico. Este atributo conlleva que, en ciertos momentos de la discusión, es difícil determinar si las personas intervinientes se refieren a fenómenos sociales o a la relación de éstos con lo que se pretende esclarecer, es decir, el predominio femenino en los viajes solidarios. En las siguientes páginas trataremos de analizar en conjunto y de manera contrastada la información obtenida mediante ambos métodos.

Posible sesgo publicitario hacia las mujeres

Una de las razones que inicialmente se formularon como explicación a la mayor respuesta femenina fue la posibilidad de que los viajes estuvieran siendo publicitados con un sesgo hacia las mujeres, lo que los haría menos atractivos a los hombres. Las respuestas (a pregunta cerrada) obtenidas en la encuesta indicaron que las personas que viajan con SODEPAZ *no observan ningún sesgo de género en la publicidad dada a los viajes solidarios*, con un 99% de respuestas indicando este mensaje de manera expresa. Sólo una persona (mujer) expresa que los viajes están más orientados hacia los hombres, sin especificar después los motivos por los que así lo considera. No obstante, esta respuesta se contradiría con los efectos obtenidos (70% de las personas viajeras son mujeres), y, por otro lado, es una única respuesta. Hemos de señalar que esta pregunta se presentó tras varias preguntas en las que se pedía a las personas encuestadas que reflexionasen sobre las posibles causas de la mayor presencia femenina en los viajes solidarios, lo que pudo haber influido en su

respuesta posterior de alguna manera. Por otro lado, en el grupo de discusión conformado por hombres se planteó que el nombre de la organización y los valores que transmitía (“SODePAZ”, “solidaridad” y “paz”) eran más llamativos para las mujeres.

Razonamientos producidos en los grupos de discusión

Al cuestionar sobre las causas de la mayor presencia femenina que masculina en los viajes de turismo solidario, los debates en los tres grupos de discusión organizados fueron evolucionando hacia razonamientos más elaboradas y complejos. Las personas intervinientes comenzaron exponiendo posibles explicaciones sencillas, acordes con (o contradiciendo) algunos de los tópicos acerca de las diferencias de género presentes en el imaginario colectivo. Así pues, la idea de la mujer como poseedora de más inquietudes intelectuales o prácticas, mayor solidaridad o conciencia social o más dada al contacto social en relación al hombre, normalmente ligado a la herencia histórica y la educación diferencial recibida, surgió en repetidas ocasiones. Igualmente aparecieron opiniones que indicaban una posiblemente más agudizada tendencia en el hombre hacia roles de liderazgo y coordinación y actividades que le hagan “superarse”, así como una vida más estructurada y enfocada hacia objetivos prácticos, también asociando estas características a la herencia cultural recibida; y, en contraste, se asoció al hombre con una mayor dependencia de su entorno social, que primaría sobre el contenido de las actividades a realizar. Otras ideas que surgieron fueron la de una mayor densidad demográfica femenina, una mayor proporción de mujeres dentro del colectivo de empleados públicos, que dispondrían de un periodo vacacional estival que favorecería su inscripción en programas de viajes solidarios, o que las mujeres viajan más en comparación a los hombres¹⁷.

Al igual que se plantea por qué las mujeres viajan más con viajes solidarios organizados, durante el debate surge la idea de por qué los hombres viajan menos, *¿dónde están los hombres?* Varias personas apuntan que no aprecian una diferencia en sensibilidad o compromiso sociopolítico entre hombres y mujeres. Ante estos dos hechos, surge la cuestión de si los hombres viajan más en solitario o con viajes “de riesgo” en comparación con las mujeres, lo cual es sostenido por algunas de las personas participantes y negado por otras. En contraste, aparece el debate sobre si las mujeres tienen más tendencia a

17 Ninguna de estas dos creencias se corresponden con la realidad, puesto que, según datos del Instituto Nacional de Estadística, la población española en el año 2011 se componía de un 49’3% de hombres y un 50’70% de mujeres. En cuanto a las personas trabajando en la administración pública, el 47’20% eran hombres y el 52’80% eran mujeres. No obstante, se ha de señalar que dentro de la administración pública sí hay grandes diferencias de presencia femenina/masculina según el área en el que nos encontremos, siendo la docencia no universitaria, el personal sanitario y la administración de Justicia terrenos altamente feminizados, frente a las fuerzas y cuerpos de seguridad y las instituciones penitenciarias, donde hay una gran masculinización. El resto de campos se encuentran muy cercanos al equilibrio de género. En cuanto a la proporción de mujeres y hombres viajeras, según datos de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, de las personas españolas que viajaron al extranjero entre 2012 y 2013, un 47,46% fueron mujeres y un 52,54% fueron hombres.

elegir viajes organizados que los hombres por el hecho de estarlo o por la seguridad que éstos pueden ofrecer.

Las ideas anteriores son planteadas tanto entre los grupos de las mujeres como en el de los hombres. La diferencia más notable entre los grupos de mujeres y el grupo de hombres, es que en éste último aparece con más fuerza la idea de que la mujer es más sensible *per se*, o por su condición de ser madre, pero en cualquier caso vinculando la sensibilidad con características biológicas. Esta idea no se planteó como tal en los grupos de mujeres, si bien en algún momento se señaló que las mujeres estaban más concienciadas o eran más sociables que los hombres sin establecer una relación con un pasado histórico-cultural, tampoco se expresó que pudiera deberse a factores biológicos o psicológicos.

En un momento dado, en los tres grupos de discusión aparece dentro de los debates la idea del legado histórico-cultural y la desigualdad de género. En este sentido, se plantea la idea de la desigualdad como un posible factor a tener en cuenta a la hora de analizar la mayor presencia femenina en los viajes solidarios. Así, dentro de los grupos de discusión femeninos se indica que los hombres históricamente han tenido más fácil el hacer lo que han deseado, mientras que las mujeres, por un lado, en el pasado no han podido acceder a muchos espacios, y para llegar a la situación de supuesta liberación actual han tenido que luchar mucho. De las ideas vinculadas con la desigualdad desarrolladas durante el transcurso de las discusiones grupales, cabe citar las siguientes:

- **La mujer como todavía sensibilizada:** estos razonamientos indican que las mujeres son más sensibles a los temas sociales porque siguen sufriendo la discriminación o la han sufrido hasta hace muy poco. Esta cercanía incrementa la empatía, que empujaría a tener actitudes solidarias: “nos sentimos yo creo más solidarias con otros pueblos que sufren injusticias o (...) marginación, porque nosotras no hace mucho nos hemos sentido así” (declaraciones de una mujer durante el debate).
- **La mujer como individuo hiperactivo:** esta línea de pensamiento se centra en que las mujeres han sufrido mucha represión en el pasado y no tenían disponibilidad económica. Por ello, en la actualidad se lanzarían a hacer ciertas actividades que antes serían impensables, como viajar, pues se están dando cuenta de que pueden hacerlas. Esta idea surge como *efecto rebote* (“tenemos que recuperar todo lo que no hemos hecho en el pasado”) o *acto reivindicativo* (“tenemos que conquistar los lugares que nos han sido vetados”): “la mujer, precisamente, no nos han... hemos ido al contrario del rol que hemos tenido siempre (...) en la casa. Y hacia dentro. Y sin embargo lo que estamos haciendo es ir, no hacia afuera, sino hacia más fuera incluso”, “nuestras madres, nuestras abuelas, no han podido hacer muchas cosas que igual les hubiera gustado, y eso de alguna manera te lo han transmitido. Y, quizás, lo tenemos aquí, y por eso precisamente dices: *oye, viaje a Palestina, viaje a Cuba* (...) Pienso que tenemos una motivación extra, que los hombres, que como han podido hacer siempre lo que han querido..”, “las carreras de ciencias eran mayoritariamente hombres, porque era el rol que a ti desde que naces te inculcan en tu entorno (...).

Ahora, ¿qué pasa? Que como la mujer quiere luchar contra eso, tu ahora vas a primero de una carrera de ingeniero agrónomo y somos aplastantemente mujeres ahora, ¿verdad? (...) Un poco por reivindicar..." (declaraciones de mujeres en los grupos de discusión).

- **La mujer con sentimiento de soledad:** esta teoría se centra en que las mujeres han adquirido una gran independencia económica y social en un periodo relativamente corto de tiempo y el perfil de la mujer ha cambiado, pero al mismo tiempo se ha mantenido una educación patriarcal. Esto podría producir un sentimiento de soledad en las mujeres que no han seguido el camino señalado por la educación patriarcal, la cual tratarían de aplacar con la realización de múltiples actividades: "vale, ahora cada vez hay más mujeres independientes, ¿somos realmente capaces de aceptar esa independencia con la educación que hemos recibido? Es decir, ¿no será que estamos tratando de llenarnos de otras actividades, etcétera, porque no hemos llegado a aceptar que a la edad que tengo no he cumplido, o no...?" (declaración de una participante mujer).
- **La mujer rompiendo los límites de su entorno:** según esta línea de pensamiento, señalada por mujeres, algunas mujeres tienen que sobrepasar la resistencia de su entorno cuando quieren realizar ciertas actividades. Este sería el caso, por ejemplo, cuando deciden viajar solas (sin personas conocidas), incluso al tratarse de viajes organizados y en grupo, lo cual se asocia parcialmente a la preocupación porque ocurra algo malo a la viajera, pero principalmente a la incomprensión de lo que pueda querer hacer una mujer sola: "mi madre, que me dijera a mí: *pero... ¿por qué te vas tu sola, con gente que no conoces?*", "es como pobrecita, va sola, a dónde irá ésta... Todo el mundo: *¿qué, vas a Cuba a por sexo?* (...) Es la mentalidad ésta de *mira ésta a dónde va...*
- **Viajar como forma de obtener prestigio social:** esta idea, que apareció en el grupo de los hombres, señala que viajar proporciona un cierto prestigio social. Por tanto, dado que estos viajes están vinculados con la solidaridad, característica socialmente atribuida a las mujeres, para ellas la participación en viajes de turismo solidario tiene una motivación extra.
- **La mujer en su proceso de emancipación:** según esta teoría, las mujeres siguen en una situación de menor autonomía a la hora de enfrentarse a ciertas actividades, aunque hayan adquirido independencia económica y teóricamente se hayan liberado. En este sentido el viaje serviría como herramienta de emancipación, pues el hecho de realizarse en grupo y con una organización de respaldo hace que resulte menos difícil viajar sin compañía de personas conocidas (tanto para la propia persona como para el entorno próximo): "por lo menos en mi caso, por ejemplo, si me fuera a Palestina, bueno, o incluso a Cuba, de entrada, ahora sí me iría yo sola, ¿eh? Pero... por ejemplo, el año pasado, o este año, me lo pensaba", "a mí en este caso me parece una conquista" (declaraciones de dos mujeres participantes en los grupos de discusión).

Estas ideas aparecen principalmente en los grupos de discusión femeninos, salvo la idea que vincula la mayor presencia femenina con el prestigio social atribuido al viajar, expresada en el grupo de hombres, y la indicación de que el viaje puede ser una herramienta de emancipación para las mujeres, que aparece tanto entre las mujeres como entre los hombres.

Respuestas abiertas en las encuestas

En las encuestas, se comenzó lanzando una pregunta abierta que cuestionaba de manera directa sobre a qué se pensaba que se debía la mayor presencia femenina en los viajes de SODEPAZ, resaltando el índice de participación del 70% de mujeres frente al 30% de hombres. Para analizar las respuestas a esta pregunta, éstas han sido clasificadas en seis categorías¹⁸:

1. **Diferencia positiva activa:** a esta categoría corresponden respuestas que expresan diferencias entre las mujeres y los hombres, asociando valoraciones positivas a la mujer en aspectos que, en principio, no se relacionarían con ningún rol social. Son respuestas del tipo “las mujeres son más activas”, “las mujeres viajan más”, “las mujeres son más atrevidas y valientes”, etc.
2. **Diferencia positiva empática:** dentro de esta categoría hemos incluido las respuestas que asocian atributos positivos a la mujer relacionados con la empatía o el interés por otras personas. Son respuestas del tipo “las mujeres son más sociales”, “las mujeres son más solidarias”, etc.
3. **Diferencia neutra empática:** aquí hemos incluido las respuestas que señalan diferencias entre mujeres y hombres ligadas a la empatía y el cuidado de los demás, pero sin ser expresadas de una manera positiva, simplemente como un hecho constatable en nuestra realidad. Por ejemplo, serían expresiones como “la mujer tiene el rol de cuidadora en la sociedad”, “en todos los campos sociales siempre hay más mujeres”, etc.
4. **Diferencia histórica empática:** dentro de esta categoría hemos recogido las respuestas que señalan un rol diferenciado entre hombres y mujeres, atribuyendo a ésta características más sociales (ya sea de forma positiva o neutra), pero ligándolas a la herencia cultural y la educación recibida. Serían respuestas tipo “a las mujeres desde la niñez se las enseña que han de preocuparse por los demás”.

¹⁸ En los nombres utilizados en esta clasificación, se expresa si las respuestas indican una diferencia existente entre hombres y mujeres, si ésta es considerada como una característica positiva o neutra, si se debe a una mayor empatía o más inquietudes por parte de las mujeres (diferencia positiva activa), o a una herencia cultural e histórica, si existe una situación de dependencia por parte de la mujer o a su proceso de lucha por la igualdad. Algunas de estas características se han encontrado en varios tipos de respuesta. Las categorías tratan de recoger y ordenar las tendencias más observadas en las respuestas recogidas.

5. Dependencia: aquí hemos incluido las respuestas que atribuyen a la mujer una mayor necesidad de protección o menos independencia. Serían respuestas de tipo: “a las mujeres les da miedo viajar solas”, “viajar en grupo aporta comodidad”, etc.

6. Lucha por la igualdad: dentro de esta categoría hemos incluido las respuestas que vinculan la mayor presencia de mujeres en estos viajes a un proceso emancipador de la mujer. Serían respuestas de tipo “las mujeres están comenzando a librarse de la opresión que han sufrido”.

Para el análisis de las respuestas a esta pregunta abierta hemos tomado sólo las encuestas completas, desestimando las incompletas para centrarnos únicamente en las personas que habían realizado el esfuerzo de llegar hasta el final (y, por tanto, han reflexionado sobre la pregunta que se lanzaba). Los resultados pueden verse en la tabla siguiente:

	Nº de respuestas	Porcentaje sobre el total de encuestas completas
1. Diferencia positiva activa	23	17,83%
2. Diferencia positiva empática	36	27,91%
3. Diferencia neutra empática	7	5,43%
4. Diferencia histórica empática	8	6,20%
5. Dependencia	9	6,98%
6. Lucha por la igualdad	9	6,98%

Observamos que las explicaciones más frecuentemente atribuidas a la mayor presencia femenina en los viajes de turismo solidario son la asociación de la mujer *con mayores atributos sociales y empáticos*, con un 28% de respuestas con esa línea de pensamiento, y una *inquietud práctica o intelectual más acentuada* en las mujeres que en los hombres, con un 18% de respuestas. Entre las dos, supondrían un 46% de viajeras y viajeros que establecen una diferencia objetiva entre la mujer y el hombre, en la que la mujer saldría positivamente calificada, bien por mejor predisposición hacia los demás o mayor inquietud personal. El resto de respuestas se dan con frecuencias muy similares y comparativamente bajas respecto a las dos mencionadas. Al sumar las categorías 2 y 3 observamos que un tercio de las respuestas (33’3%) asigna cualidades relacionadas con la empatía a la mujer, ya sea atribuyéndoles connotaciones positivas o expresándolo como una observación neutra (*diferencia neutra empática*).

Aunque la muestra de que disponemos es muy pequeña y pierda representatividad al diferenciar respuestas masculinas y femeninas, nos ha parecido de interés hacerlo con el fin de lanzar unas pinceladas sobre las diferencias percibidas según el lado de la “frontera” de género del que se observen. En este caso hemos incluido una séptima categoría denominada *expresión de ignorancia*, en la que hemos insertado las respuestas

elaboradas que indicaban desconocer la explicación a la mayor presencia femenina en los viajes solidarios. Así, se obtuvieron los siguientes resultados:

	Hombres		Mujeres	
1. Diferencia positiva activa	3	11,54%	20	26,32%
2. Diferencia positiva empática	15	57,69%	21	27,63%
3. Diferencia neutra empática	0	0,00%	7	9,21%
4. Diferencia histórica empática	2	7,69%	6	7,89%
5. Dependencia	0	0,00%	9	11,84%
6. Lucha por la igualdad	2	7,69%	7	9,21%
7. Expresión de ignorancia	4	15,38%	6	7,89%
Total	26	100,00%	76	100,00%

De la observación de estos resultados podemos extraer que la única y muy marcada tendencia entre los hombres es a afirmar que *las mujeres poseen unas cualidades vinculadas a la empatía y la solidaridad*, que expresan con connotaciones positivas. El pequeño tamaño de la muestra masculina no nos permite aventurarnos más en este análisis, pero sí queremos señalar que no hay ninguna respuesta aludiendo a una mayor dependencia por parte de la mujer. Las respuestas expresadas por las mujeres resultan más heterogéneas, lo cual es normal dado que triplican al número de hombres que respondieron a esta pregunta. No obstante, del global de respuestas se observan dos tendencias claras, que son la *diferencia positiva activa* y la *diferencia positiva empática*, aglutinando cada una de ellas a más de un cuarto de las encuestas rellenas. Entre las dos sumarían un 54% de las explicaciones percibidas. Es de señalar que, mientras que los hombres se centran en atributos ligados a la solidaridad en las mujeres, éstas dan el mismo peso a estos atributos y a una mayor inquietud práctica o intelectual.

Dado que el grupo de las mujeres es más amplio, podemos extraer algunas conclusiones más a la vista de los resultados obtenidos. Un porcentaje considerable de mujeres (12%) atribuye la desproporción de género en la participación a una *mayor dependencia de las mujeres*, véase miedo a viajar sola por motivos de seguridad o por las dificultades que conlleva estar sola en un lugar desconocido. También es interesante señalar que un 17% de las mujeres vincula la mayor presencia femenina a procesos históricos y de lucha (*diferencia histórica empática + lucha por la igualdad*). Es decir, un 17% de las mujeres que han respondido a esta pregunta considera que las mujeres presentan ciertas diferencias en su comportamiento en relación a los hombres, pero éstas no son intrínsecas o derivadas de cualidades biológicas, sino a un proceso social construido. Algunas de estas mujeres, además, opina que la situación está cambiando y por ello se observan más mujeres que hombres en los viajes solidarios. Si nos vamos al conjunto de personas viajeras, sobre el

total de las que han rellenado la encuesta hasta el final, el 13% respaldaría en esta línea de pensamiento.

Respuestas cerradas en las encuestas

En la siguiente pregunta se exponían una serie de explicaciones a la mayor participación femenina en los viajes y se invitaba a las personas encuestadas a expresar su grado de acuerdo con ellas (siendo 1 en desacuerdo y 10 en total acuerdo). Hemos vinculado las respuestas obtenidas en esta pregunta a las categorías establecidas para las preguntas abiertas, como ponemos entre paréntesis. Las explicaciones propuestas eran las siguientes:

- 1) *Las mujeres son más solidarias o comprometidas socialmente (diferencia positiva empática, diferencia neutra empática, diferencia histórica empática)*
- 2) *Los hombres tienen unos intereses más individualistas (diferencia positiva empática, diferencia neutra empática, diferencia histórica empática)*
- 3) *Las mujeres prefieren viajar acompañadas o en grupo para compartir la experiencia con otras personas (diferencia neutra empática)*
- 4) *Los viajes en grupo disminuyen el riesgo que supone para las mujeres viajar solas (dependencia)*
- 5) *El entorno familiar ofrece más resistencia a un viaje en solitario por parte de una mujer (lucha por la igualdad)*
- 6) *La herencia social ha colocado a las mujeres en una posición en la que se sienten menos seguras a la hora de enfrentarse solas a ciertas situaciones (dependencia, diferencia histórica empática)*
- 7) *En el pasado las mujeres estaban muy recluidas y muchas actividades les resultaban inaccesibles, y por ello en la actualidad tienen una mayor necesidad de hacer aquellas actividades que antes les resultaban difíciles o vetadas (lucha por la igualdad)*
- 8) *En el pasado la mujer estaba situada en una posición de dependencia y se consideraba que ciertas actividades no le eran propias, y en la actualidad se encuentra en un proceso de transición hacia la independencia (lucha por la igualdad)*

Como fue indicado en el capítulo dedicado a la metodología, la formulación de estas posibles explicaciones, expresadas como lo fueron, y no de otras, fue debida a nuestra percepción de cuáles podían ser las explicaciones más comunes a la cuestión de la mayor presencia femenina en los viajes solidarios. Esta percepción se derivó, por un lado, de las conversaciones observadas en los grupos de discusión que se habían celebrado unos meses antes, y, por otro lado, a nuestra propia percepción del imaginario colectivo sobre las diferencias de género. Igualmente incluimos explicaciones más elaboradas que trataban

de recoger posibles mecanismos sociales e históricos más complejos. Se obtuvieron resultados porcentuales del grado de aceptación de las afirmaciones formuladas entre las personas encuestadas, que pueden consultarse en el Anexo II. A continuación se desarrolla el análisis de los resultados obtenidos:

1. Existe una ligera tendencia mayoritaria a opinar que *las mujeres son más solidarias o comprometidas socialmente*, pero ésta no es muy acusada (56% votó 6 o más, 21% votó 8 y 19% votó 5), y también hay una tendencia minoritaria que se expresa en total desacuerdo con tal afirmación. No se observan diferencias claras en las opiniones de hombres y mujeres (52% valoraron la afirmación en 7 o más, frente al 48% de las mujeres, y 59% de los hombres valoraron en 6 o más, frente al 58% de las mujeres).
2. Existe una mayor tendencia a negar que *los hombres tengan intereses más individualistas*, el 33% señalando valores entre 3 y 1 y el 68% de las valoraciones siendo iguales o inferiores a 5, si bien la mayoría de las valoraciones (27%) se encuentran en el 5. No se observa un sesgo claro en las opiniones al diferenciarlas por sexo, o, tal vez, una tendencia ligeramente mayor en los hombres a opinar a estar de acuerdo (31% de valoraciones masculinas iguales o superiores a 7, frente al 21% de las mujeres).
3. No observamos tendencias claras sobre la creencia de que *las mujeres prefieran viajar acompañadas o en grupo para compartir la experiencia con otras personas*, o en todo caso sería una muy ligera hacia el sí, pues el 35% lo valoró entre 7 y 9, pero otro 35% lo valoró entre 5 y 6. Al distinguir por sexos, los hombres tienen más tendencia a aceptar la afirmación que las mujeres (46% de valoraciones iguales o superiores a 7 y 16% de valoraciones de valoraciones iguales o inferiores a 4 en hombres, frente a 38% de valoraciones iguales o superiores a 7 y 30% de valoraciones iguales o inferiores a 4 en mujeres).
4. Existe una tendencia a opinar que viajar en grupo disminuye *los riesgos que supone para las mujeres el viajar solas*, con un 63% de valoraciones entre 7 y 10. Entre los hombres se observa más fácilmente esta tendencia, con un 74% de valoraciones iguales o superiores a 7, frente al 58% en las mujeres, y un 11% de valoraciones iguales o inferiores a 4 en los hombres, frente a un 18% en las mujeres.
5. Podría estimarse una ligera tendencia a opinar que *el entorno familiar ofrece más resistencia a un viaje en solitario por parte de una mujer*, habiendo obtenido un 57% de valoraciones entre 6 y 10, si bien un 18% dio una valoración de 5. Entre los hombres se observa una tendencia más acentuada a compartir esta afirmación, con un 46% de valoraciones entre 8 y 10, frente a un 30% en las mujeres, y un 16% de valoraciones entre 1 y 4 en hombres y un 27% en mujeres.

6. En respuesta a la afirmación de que *la herencia social ha colocado a las mujeres en una posición en la que se sienten menos seguras a la hora de enfrentarse solas a situaciones desconocidas* pueden señalarse dos tendencias claramente opuestas (de acuerdo y en desacuerdo), habiéndose obtenido un 25% de valoraciones entre 7 y 8, y un 21% que están en desacuerdo con valoraciones entre 1 y 3, si bien la mayoría de las respuestas se sitúan en el 5 (21%) o entre el 5 y el 6 (30%). Entre las mujeres hay más tendencia a contradecir esta afirmación, con un 36% de valoraciones iguales o inferiores a 4, frente a un 26% por parte de los hombres.
7. Las reacciones al pensamiento de que *en el pasado las mujeres estaban muy recluidas y muchas actividades les resultaban inaccesibles, y por ello en la actualidad tienen una mayor necesidad de hacer aquellas actividades que antes les resultaban difíciles o vetadas* están muy repartidas en direcciones divergentes (17% de valoraciones 5, 28% de valoraciones entre 5 y 6, 15% de valoraciones 1, 30% de valoraciones entre 1 y 3, 48% valoraciones entre 7 y 10). El sesgo por sexo es muy leve, si bien tal vez se podría detectar una ligera mayor tendencia en las mujeres a contradecir esta afirmación, con un 37% de valoraciones inferiores a 5, frente a un 31% en los hombres, y un 54% de valoraciones superiores al 5 en hombres frente a 47% en mujeres. No obstante, las diferencias son muy pequeñas.
8. Existen varias tendencias al enfrentarse a la afirmación de que *en el pasado la mujer estaba situada en una posición de dependencia y se consideraba que ciertas actividades no le eran propias, y en la actualidad se encuentra en un proceso de transición hacia la independencia*, habiendo recaído la mayoría de las valoraciones en el 5 (19%), en el 1 (14%), en el 7 (13%); o, agrupando las valoraciones, el 39% de valoraciones iguales o mayores a 7 y el 33 % iguales o menores a 3. No se aprecian sesgos entre las opiniones de los hombres y de las mujeres.

Las reacciones positivas a las afirmaciones 1, 4 y 5 (mayor solidaridad de las mujeres, mayor protección ofrecida por los viajes solidarios¹⁹, mayor resistencia del entorno social) sólo servirían para confirmar tímidamente que, de manera generalizada, existe esa visión de las mujeres y su situación en el imaginario colectivo. Una tendencia minoritaria pero muy marcada negando la mayor solidaridad y compromiso de las mujeres también coincide con lo observado en los grupos de discusión. Las reacciones a las afirmaciones 2 y 3 (mayor individualismo de los hombres y preferencia de las mujeres a viajar en grupo) no muestran tendencias claras, pues las opiniones son muy divergentes o neutras. Puede extraerse, pues, que las personas viajeras:

- Presentan una brecha muy marcada acerca de la supuesta mayor solidaridad de las mujeres.

¹⁹ No obstante, hay que señalar que esta afirmación no es comparativa, simplemente se pregunta si un viaje en grupo supone más riesgos para las mujeres que uno en solitario, pero no realzamos la misma pregunta refiriéndonos a los hombres.

- Atribuyen a la mujer una ligera mayor necesidad de protección.
- Consideran que el entorno familiar y social de las mujeres supone más barreras (en comparación con el de los hombres) a la realización de ciertas actividades
- No consideran que los hombres tengan intereses más individualistas
- No consideran que las mujeres prefieran viajar acompañadas o en grupo

Es interesante señalar que entre los hombres sí se da una tendencia a relacionar la mayor presencia femenina en los viajes solidarios porque *las mujeres prefieran viajar acompañadas o en grupo* (46% de valoraciones entre 7 y 10 y sólo 16% entre 4 y 1) y, además, son más numerosos en pensar que puede deberse a su necesidad de protección. Igualmente, al segregar las reacciones producidas por la afirmación 5 (*el entorno familiar ofrece más resistencia a un viaje en solitario por parte de una mujer*), se observa que entre las mujeres no se dan tendencias claras. Aunque los porcentajes de valoración son más elevados en las casillas que indicarían aceptación, la mayoría dan respuestas neutras (5 ó 6), siendo la respuesta neutra-negativa (el 5) la más veces escogida. Por el contrario, en los hombres sí se aprecia una tendencia a respaldar esta afirmación, con un 59% de valoraciones iguales o superiores a 7, y tan sólo un 16% de valoraciones iguales o inferiores a 4.

Las reacciones a las siguientes afirmaciones (las más elaboradas y complejas) ofrecen más posibilidades para el análisis. Así pues, ante la afirmación de que *la herencia social ha colocado a las mujeres en una posición en la que se sienten menos seguras a la hora de enfrentarse solas a situaciones desconocidas*, se muestran dos posiciones en clara confrontación. También existe una gran diversidad en las reacciones a la afirmación de que *en el pasado las mujeres estaban muy recluidas y muchas actividades les resultaban inaccesibles, y por ello en la actualidad tienen una mayor necesidad de hacer aquellas actividades que antes les resultaban difíciles o vetadas*, habiendo tantas personas de acuerdo, como en total desacuerdo y en posiciones neutrales. Lo mismo ocurre al reaccionar a la afirmación de que *en el pasado la mujer estaba situada en una posición de dependencia y se consideraba que ciertas actividades no le eran propias, y en la actualidad se encuentra en un proceso de transición hacia la independencia*, con marcadas posiciones tanto de acuerdo como en desacuerdo. Estas tres afirmaciones ponen sobre la mesa que la mujer se encuentra o se encontraba en una posición de desventaja frente al hombre. Las dos últimas, además, indican que en el presente están luchando por acabar con esa situación, mientras que la primera afirmación no dice nada al respecto.

Por otro lado, entre las mujeres hay una mayor tendencia a rechazar la explicación 6 (*la herencia social ha colocado a las mujeres en una posición en la que se sienten menos seguras a la hora de enfrentarse solas a ciertas situaciones*). En efecto, un 38% de ellas valoró la afirmación en 4 o menos, frente a un 27% de los hombres.

5. CONCLUSIONES

Durante los meses y en las páginas precedentes hemos tratado de reflexionar sobre algunas cuestiones relacionadas con el turismo solidario que, pensamos, son de gran relevancia y a las que hasta la fecha no se ha prestado la suficiente atención. En este estudio se ha buscado profundizar en la caracterización de las personas viajeras, con el objetivo de conocer mejor a este grupo social y evaluar la utilidad de los viajes solidarios para la promoción de una ciudadanía en el Norte más consciente de los problemas globales e implicada en su resolución. Para ello, por un lado, se ha indagado en las motivaciones que les impulsan a inscribirse en este tipo de programas y en los impactos que éstos tienen sobre las viajeras y las organizaciones organizadoras. Por otro lado, ante la constatación de que hay una amplia mayoría femenina en este tipo de viajes, se ha tratado de indagar en el porqué de la misma. Estas cuestiones tienen que ver con la utilidad de los viajes de turismo solidario y su pertinencia, puesto que entendemos los viajes de turismo solidario como una herramienta de cambio social. El cambio social, si duradero, ha de empezar por nosotras mismas y se ha de realizar desde nuestras formas de razonar y nuestros modos de sentir. Por ello, los viajes de turismo solidario pueden ser una potente arma de sensibilización y concienciación, que puede servir para abrir los ojos a las realidades del mundo que nos rodea y compartimos, y a los efectos que cada uno de nuestros pequeños actos tienen sobre él.

Como toda actividad que persiga la promoción de cambios sociales, el turismo solidario ha de contar con un seguimiento que permita evaluar los efectos que su consumo está provocando. Desde la reciente puesta en escena de los viajes solidarios, se ha escrito bastante sobre sus resultados en los países receptores y sobre las habitantes de estos países, pero no puede decirse lo mismo respecto a las consecuencias desencadenadas en las consumidoras de los viajes y sus lugares de origen. Puesto que los problemas de este mundo no están concentrados en una de sus mitades, y, por el contrario, entendemos que el origen de estos problemas sí comparten unas raíces concretas y localizadas, el uso de un enfoque unidireccional y monolocalizado puede resultar contraproducente. Es decir, a la vez que se trabaja por mejorar la situación en los países del Sur Global que suelen ser los destinos de los viajes de turismo solidario, se ha de luchar por erradicar los mecanismos que provocan las situaciones injustas de que somos testigos. Y esa lucha ha de comenzar en nosotras y nuestras cercanías. Para ello, el turismo solidario podría ser un gran facilitador, gracias a la posibilidad que brinda para la ruptura de las barreras culturales y la incomprensión, ingrediente necesario para aumentar sensibilidad, y para la observación sin interferencias de los mecanismos por los que se rige este sistema capitalista y sus consecuencias sobre lugares tan distantes de nuestros sillones, oficinas y televisores. Con la información en la mano y un sentimiento de pertenencia a una única humanidad es el único modo de luchar de manera consciente por un mundo justo. Pero, si queremos que el turismo contribuya de manera efectiva a la construcción de una

ciudadanía más consciente y consecuente, hemos de pararnos a observar y reflexionar sobre sus consecuencias allí dónde sus efectos son más necesarios, los mecanismos por los que se producen las desigualdades globales.

La complejidad de algunas de las cuestiones que hemos querido abordar en este estudio hace que, como resultado del mismo, nos hayan surgido más interrogantes de los que hemos podido llegar a resolver. No obstante, sí hemos sido capaces de extraer algunas conclusiones que nos resultan de interés, y podrán servir de base para orientar futuras investigaciones.

Impacto del viaje sobre las viajeras

Empezaremos refiriéndonos a las temáticas relacionadas con el éxito de los viajes de turismo sostenible como herramienta de sensibilización. La idea de que las personas que viajan con SODEPAZ lo hacen buscando un conocimiento profundo de la realidad local se ha repetido a lo largo de toda la investigación, tanto en las varias preguntas que indagaban en esa línea dentro de la encuesta como en los grupos de discusión. Además, los viajes solidarios permitirían un mayor acercamiento a la realidad tanto en comparación con los viajes organizados convencionales como con los viajes individuales. Si los viajes convencionales no suelen tener la perspectiva socio-política desde la que se enfocan los viajes solidarios, los viajes individuales, a los que cada persona viajera podría dar el enfoque deseado y totalmente adaptado a sus intereses particulares, no proporcionan con tanta facilidad el acceso a ciertos espacios, según la percepción de las viajeras. Por el contrario, la pertenencia a una organización facilitaría el contacto con organizaciones locales y expertos en diversas temáticas.

El interés por reportar consecuencias positivas para la comunidad de acogida apareció de manera desigual con cada uno de los métodos utilizados. Como respuesta cerrada en las encuestas, las participantes lo declararon como el segundo factor tenido en cuenta a la hora de embarcarse en un viaje solidario, bien por la colaboración directa en un proyecto determinado o como consecuencia del propio viaje por la entrada de dinero en las comunidades o los menores impactos negativos fruto de este tipo de viajes en comparación con viajes convencionales. Sin embargo, en las preguntas abiertas, en las que las personas encuestadas responden lo que se les viene a la mente sin que se les haya hecho ninguna sugerencia, este factor se situó muy por detrás, y tan sólo la décima parte se refirió a los efectos sobre las poblaciones locales a la hora de decidirse a hacer un viaje de turismo solidario en lugar de uno convencional. Igualmente, el factor de la responsabilidad aparecía muy por detrás en el transcurso de los grupos de discusión. Dicho factor, no obstante, aparece con más frecuencia a la hora de señalar las diferencias objetivas observadas entre viajes de turismo solidario y viajes convencionales, sin vincularlo como un factor tenido en cuenta a la hora de decisión. Esto podría indicar que, si bien las personas viajeras son

conscientes de las repercusiones diferenciales de las distintas formas de viajar, no es tanto esto lo que tienen en mente al planear sus viajes. Por otro lado, la importancia otorgada a los posibles beneficios para las comunidades cae todavía más a la hora de mencionarlo como un factor por el cual considerar positivo el viaje una vez realizado el mismo.

Siguiendo con los beneficios personales obtenidos como consecuencia del viaje, la percepción de las personas viajeras se transforma desde sus intereses a la hora de inscribirse en el programa a sus impresiones tras su participación en él. Así pues, mientras que tan sólo una décima parte de las/os viajeras/os incluía la persecución de beneficios personales a la hora de decidirse a hacer un viaje de turismo solidario, son un 50% de las participantes en el programa las que indican que los han obtenido. A este respecto, hay que recordar que la mayoría de participantes señalaba el aumento de su conocimiento de la realidad como un factor determinante a la hora de inscribirse en el programa, pero no se referían a él tanto como un beneficio personal, sino como algo neutro.

Las variaciones referidas en los dos párrafos anteriores podrían verse como un cambio de perspectiva tras la realización en el viaje de turismo solidario: si bien durante el proceso de planificación previo al viaje existe una importante componente de solidaridad, tras la realización del mismo parece que se da una mayor valorización de lo obtenido a nivel personal. Tras la realización del viaje, las personas parecen atribuir un mayor valor al conocimiento y demás beneficios adquiridos.

Efectos del programa sobre las organizaciones sociales

En el capítulo introductorio de este estudio señalábamos que la finalidad de la organización de viajes de turismo solidario es la sensibilización y concienciación de las personas viajeras con el fin de incrementar su implicación social y política. Así pues, utilizamos el sentimiento de implicación de las personas viajeras y su grado de participación en acciones sociales tras su viaje como un indicador de su nivel de sensibilización, al que posiblemente ha contribuido la experiencia. La mayoría de las personas encuestadas señala que su nivel de implicación social se incrementó de manera generalizada tras la participación en los viajes, y que esta implicación no es puntual sino que se integra dentro de su vida diaria. Aunque una gran cantidad de las respuestas obtenidas (42%) describen esta implicación como una mayor preocupación acerca de la situación del país visitado, lo cual no indica por sí un mayor activismo social, sino un interés intelectual o emocional, otro porcentaje no desdeñable (34%) indica haber iniciado una participación activa.

Por tanto, puede considerarse que los viajes de turismo solidario son útiles para el objetivo de impulsar una sociedad más consciente y consecuente, y que sirven para la construcción de las bases de las organizaciones sociales.

Por otro lado, atendiendo a las diferencias observadas en las respuestas proporcionadas por viajeras hombres y mujeres, parece que la tendencia hacia una mayor implicación efectiva (mediante la colaboración en actividades sociales y/o políticas) tras la realización del viaje solidario es más frecuente entre las mujeres, que además tienen mayor tendencia a mantener el contacto y la colaboración con la población visitada.

Explicaciones al sesgo femenino

El abordaje de los resultados obtenidos sobre la mayor presencia de mujeres que de hombres en los viajes de turismo solidario resulta más complejo. Comenzamos asumiendo que las motivaciones por las que mujeres y hombres se inscriben en programas de turismo solidario se derivan de varios impulsos, y no uno único; no sólo entre diferentes personas sino dentro de una misma persona²⁰. Al igual que ocurre al realizar una actividad de voluntariado (u otro tipo de actividad), la realización de un viaje de turismo solidario puede servir para satisfacer varias necesidades a la vez, como la curiosidad intelectual por conocer diferentes culturas y realidades socio-políticas, la necesidad de establecer una lejanía con la rutina diaria, el interés por compartir tiempo con otras personas, etc. Al mismo tiempo, partimos de la asunción de que la realidad vivida por mujeres y hombres en el Estado español es diferente desde el momento de su nacimiento. Este hecho es corroborado por la mayoría de las personas viajeras que han intervenido en el estudio, asociándolo a las diferencias perceptibles entre mujeres y hombres, y, de manera más tímida, a la participación diferencial en viajes de turismo solidario. Igualmente, es una realidad generalmente aceptada y respaldada por diversos estudios. Por otro lado, Sánchez Herrero muestra en un estudio de 2008 que las mujeres trabajan más horas que los hombres, por lo que tienen menos tiempo libre, lo cual sucede principalmente cuando la mujer pasa a vivir en pareja (se tengan o no hijos). Otros estudios indican que las mujeres y los hombres trabajan el mismo número de horas, pero que mientras que éstos dedicarían más horas al trabajo remunerado las mujeres lo compensarían con trabajo no remunerado²¹. En cualquier caso, no parece haber dudas de una mayor ocupación por parte de la mujer de labores menos visibles y desvinculadas del reconocimiento social.

Por otro lado, varios estudios avalan la construcción social e histórica de las diferencias de género. Según la teoría del Rol Social de Género, cuando se trata de conductas de ayuda, el rol de género tradicional masculino estaría ligado a la participación en actividades que supongan un cierto riesgo para el que realiza la ayuda; son acciones más visibles, y están dirigidas a sectores de la población considerados tradicionalmente como más débiles

20 CHACÓN, F., VECINA, M.L., y DAVILA, M.C., 1998, "Mujer y voluntariado: motivaciones para la participación", *Intervención Psicosocial* Vol. 7, N° 1, 4.

21 SÁNCHEZ HERRERO, 2008, "La importancia de la perspectiva de género en la psicología del ocio", *Anales de psicología* VOL. 24, N° 1, 2-4.

(como las mujeres, las/os niñas/os o las/os ancianas/os). En contraste, el rol de género tradicionalmente asignado a la mujer está vinculado a conductas de cuidado y atención de las necesidades básicas de su entorno. De esta manera, se habrían formado dos grupos sociales que podrían entenderse como complementarios y que han pasado a ser concebidos como naturales en nuestra sociedad y, por ello, suelen pasar desapercibidos, aunque en la actualidad haya muchas dinámicas disidentes. En la mujer sería normal observar comportamientos relacionados con la estética, el altruismo, la interacción social y las relaciones sociales, mientras que en el hombre lo normal sería observar conductas ligadas a la autoridad, la autonomía, la creatividad, la actividad física y el riesgo²².

Nos detenemos en resaltar el hecho de la diferencia y la desigualdad histórica de la mujer con respecto al hombre para sostener que entre mujeres y hombres existen diferencias de motivación, si bien también existirán muchas similitudes entre ambos sexos, así como diferencias dentro de los propios colectivos masculino y femenino. Así pues, a la hora de inscribirse en un viaje solidario, la mayor participación de hombres y mujeres puede estar ligada a la diferencia de *autoconceptos* y el papel de la *auto-discriminación*.

Según explica Chacón, cada persona suele seguir unos patrones de conducta relacionados con el *autoconcepto*, ya que el sentimiento de auto-realización y gratificación es mayor cuando se percibe una relación entre lo que se está haciendo y nuestro papel en la sociedad. El *autoconcepto* corresponde a las normas personales y los valores que forman parte del concepto de uno mismo²³. Según esto, las mujeres y los hombres tendrían vocaciones diferenciadas, orientadas por las conductas que les han sido inculcadas. El *autoconcepto* serviría de guía para el mantenimiento de comportamientos concretos y diferenciados entre mujeres y hombres.

Por otro lado, la *auto-discriminación* funcionaría como una red de contención para comportamientos disidentes. En palabras de García, “la discriminación es un fenómeno que se sufre, en primera instancia, pero que además se interioriza y puede llevarnos a la auto-discriminación. Cuando un sujeto pasivo recibe críticas, o cualquier acción dañina de terceros, el sujeto puede llegar a pensar que dichas críticas son ciertas, asumirlas como tal y regir su comportamiento de acuerdo a las pautas esperadas por sus discriminadores”. Además, la *auto-discriminación* puede ser aprendida, por lo que no sería necesario haber sufrido discriminación en primera persona para reproducir conductas de *auto-discriminación*²⁴. Para nuestro estudio, la discriminación y la *auto-discriminación* no se restringirían a mecanismos que condujesen a la desigualdad, sino que impidan a las personas salirse del rol que se les ha asignado. Así pues, sería un concepto válido tanto

22 CHACÓN, F., VECINA, M.L., y DAVILA, M.C., 1998, 2-3.

23 Ídem, 4.

24 GARCÍA, T. (coord.), 2011, Discriminación y autodiscriminación de género: un análisis experimental, Instituto de la Mujer, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 5.

para las mujeres como para los hombres cuando tratan de realizar una acción o muestran una conducta que no encaja con los roles tradicionales de género²⁵.

Por otro lado, volviendo al terreno del turismo solidario, una preferencia de los hombres por actividades al riesgo y la aventura y una falta de interés en estas actividades por parte de las mujeres ha sido señalada como una de las posibles razones para la mayor afluencia femenina en comparación a la masculina en los viajes solidarios. Las mujeres participantes en nuestro estudio tienen cierta tendencia a rechazar los estereotipos de género; y, en cualquier caso, una tendencia mayor que la observada en los hombres de nuestro estudio. Por otro lado, sus patrones de conducta no se rigen por dichos estereotipos, observando que hay una gran cantidad de ellas que han realizado viajes en solitario, en una proporción que supera a la de los hombres de nuestro estudio (70% de las mujeres frente al 50% de hombres). Aunque no disponemos de datos oficiales para el conjunto del Estado español, creemos que este porcentaje no se mantiene. Por el contrario, la aversión al riesgo, que podría ser un factor a tener en cuenta a la hora de elegir realizar un viaje organizado en lugar de uno en solitario, sí ha sido experimentalmente observada con más frecuencia en mujeres que en hombres, así como las conductas solidarias y pro-sociales²⁶.

Algunos estudios señalan que las diferencias entre hombres y mujeres al escoger enfrentarse a situaciones de riesgo (de todo tipo, no restringidas al ámbito de la integridad física) son reales y podrían deberse a la acción de los roles tradicionales de género. Estando la toma de riesgos positivamente percibida cuando la ejecuta un hombre y negativamente cuando se trata de una mujer, es normal que los hombres sientan una mayor satisfacción al someterse a situaciones en las que tienen que asumir riesgos, así como que las mujeres traten de evitarlas²⁷. Estas diferencias de comportamiento adaptadas a los roles sociales respectivos producirían una cierta satisfacción en los individuos debida a la afirmación del *autoconcepto*.

25 Comportamientos ligados a la auto-discriminación han sido observados en los procesos de negociación salarial, observando que ciertos colectivos (mujeres, trabajadoras/es “de clases baja”, personas obesas) realizan peticiones salariales inferiores. Las características comunes de los colectivos utilizados para las diferentes investigaciones indican que las peticiones inferiores serían causadas por un autoconcepto inferior al de los colectivos que realizan peticiones mayores, una percepción de merecer menos en comparación con las percepciones de otros segmentos sociales.

26 En relación a las diferencias de autoconcepto vinculadas al género y la auto-discriminación, es interesante reflexionar sobre un experimento que midió la percepción del dolor al compararlo con el percibido por otras personas. El estudio descubrió que la media de los individuos participantes en el experimento se consideraba a sí mismo menos sensibles al dolor que la “típica mujer”, lo cual era así tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres. No obstante, según esto, la media de las mujeres sería más resistente al dolor que la “típica mujer” (lo que correspondería al perfil de la media de las mujeres), lo cual es imposible. Esto indica una clara estereotipación falsa en el caso de la sensibilidad al dolor por parte de las mujeres, que hace que les sea asociada una mayor sensibilidad al dolor de la que realmente sienten. Según García, “esta aceptación de roles puede conducir a la auto-discriminación” GARCÍA, T. (coord.), 2011, 7.

27 Ídem, 93-94.

No obstante, las diferencias en el *autoconcepto* de hombres y mujeres parecen ser debidas a factores meramente (o fundamentalmente) construidos por la evolución histórico-social. Así pues, se ha observado que la mujer modifica su comportamiento según lo que se espere de ella (probablemente ocurra lo mismo con el hombre, pero de eso no tenemos datos). Así pues, en un experimento en el que se observaba el comportamiento de mujeres y hombres en una situación de competitividad y en la que las personas participantes asumían un riesgo mayor cuanto más egoístamente se comportaban, los patrones de conducta no mostraban cambios en función del género cuando éstas no eran observadas. No obstante, cuando las participantes eran observadas, las mujeres asumían un comportamiento menos ambicioso y más beneficioso para su contrincante, cosa que no ocurría en los hombres. Es decir, al ser observadas, el comportamiento de las mujeres se aproxima al que se espera de ellas por su rol tradicional de género²⁸.

Por otro lado, también se ha observado que las diferencias en el rol de género disminuyen cuando se han sobrepasado las barreras de dichos roles. Es decir, cuando las mujeres se encuentran en posiciones normalmente ocupadas por hombres, o los hombres en entornos normalmente vistos como femeninos, las diferencias de comportamiento entre mujeres y hombres no aparecen o se diluyen²⁹.

Aunque en los ejemplos anteriores nos hemos centrado en los comportamientos diferenciales de hombres y mujeres a en cuanto a la asunción de riesgos, lo que queremos resaltar es la diferencia construida entre mujeres y hombres y cómo ésta puede afectar a las preferencias personales y a la situación específica de la mujer. En efecto, volviendo a nuestro grupo de viajeras y viajeros solidarias/os, y aun habiendo visto que las mujeres que viajan con SODEPAZ no corresponden a los estereotipos femeninos y probablemente tampoco a las características medias de las mujeres de nuestro entorno, es llamativo que durante las reuniones de evaluación de los viajes la mayoría de las portavoces fueran hombres (en un grupo con el doble de mujeres que de hombres). Este hecho fue resaltado por las personas que participaron en los grupos de discusión que han servido para la realización de este estudio. Esto, que aquí se presenta como anécdota pero es observable de manera generalizada en cualquier posición de *altavocía*, puede indicar que los hombres tienen menos miedo de enfrentarse a situaciones en las que se exponen a críticas externas, o que sienten mayor satisfacción al asumir posiciones de protagonismo. De nuevo, situaciones de riesgo. Por tanto, resulta lógico asumir una mayor seguridad en sí mismos y un mayor empoderamiento por parte de los hombres. Las mujeres se encontraría, pues, en una posición de menor empoderamiento. Algunos estudios avalan la percepción diferencial de la autonomía en función del género³⁰. Por otro lado, la situación especial de la mujer la

28 Ídem, 93.

29 Ídem, 2011, 8, y CHACÓN, 1998, 3-10.

30 PERELLÓ, F., 2007, "Una aproximación a las transformaciones de género en el campo del voluntariado", *Arxius de Ciències Socials* N° 17, 13.

lleva a sufrir un sentimiento, en palabras de Sánchez-Herrero, de “falta de derecho, la ética obligatoria del cuidado de los demás”. Continúa diciendo que “el disfrute del ocio en la mujer puede verse confinado por el sentimiento de culpa de obtener su propia diversión a expensas de cumplir con sus *obligaciones*” y “muchas mujeres consideran que no deberían gastar dinero en su propio ocio y diversión aunque haya dinero disponible en la familia”³¹.

Por tanto, en este punto estamos asumiendo que las mujeres (en general) se encuentran en una vía hacia la emancipación tras haber estado ubicadas en una posición de menor autonomía con respecto al hombre desde mucho tiempo atrás. Viajar sola/o, sin compañía de ningún ser conocido, puede suponer un poderoso ejercicio de emancipación, puesto que la persona deja atrás todo lo conocido para embarcarse, por un tiempo relativamente largo, en una aventura en la que carecerá de referencias. En este sentido, resulta valioso el testimonio ofrecido por una de las viajeras que participó en los grupos de discusión, afirmando que el viaje solidario la había dado la confianza suficiente como para realizar un viaje por su cuenta, sin organización que la respaldase. Por otro lado, recuperando el planteamiento del párrafo anterior del mayor reparo por parte de las mujeres a gastar dinero y tiempo en sí mismas, asumiendo que tienen que dedicar más esfuerzos al conjunto familiar (en relación con los esfuerzos que otros miembros familiares sienten que tienen que asumir), resulta lógico que, si los viajes solidarios son utilizados como una vía hacia la emancipación lo sean principalmente para mujeres sin pareja. Por otro lado, estas mujeres sin pareja, mayoría entre las mujeres viajeras de SODEPAZ, también cuentan con los recursos económicos necesarios que posibilitan la realización de un viaje de larga distancia.

Por supuesto, no sería ésta la única razón por la que las mujeres son mayoría en los viajes solidarios. Las motivaciones ligadas al *autoconcepto* deben tener mucho que ver, puesto que, según el razonamiento que hemos seguido, el componente solidario de estos viajes resultaría más atractivo para las mujeres que para los hombres. Por otro lado, es posible que exista un cierto *efecto rebote* o *actitud reivindicativa*, como apareció en los grupos de discusión y las mujeres sientan que tienen que recuperar espacios antes ocupados mayoritariamente por hombres y tiempos que han jugado en contra de la emancipación femenina; lo cual sería también parte de un proceso emancipatorio. El turismo solidario, por tanto, podría ser un medio que facilitase conductas emancipadoras no rupturistas con algunas características del rol de género de las mujeres.

Como expresa Perelló, estamos observando “indicios aquí y allá de leves transformaciones o de rupturas manifiestas con las adscripciones de género”, y no sólo en las mujeres, sino también en los hombres³². Así pues, se están realizando importantes esfuerzos para romper con las barreras impuestas por la obligación de seguir los roles tradicionales de

31 SÁNCHEZ-HERRERO, 2008, 6.

32 PERELLÓ, 2007, 3-4.

género, con hombres y mujeres rebelándose contra las normas socialmente establecidas que no les convienen o en las que no se ven reflejadas. En este sentido, vemos como un factor muy positivo el que los viajes de turismo solidario puedan estar sirviendo no sólo para la construcción de una sociedad más justa, sino para como herramienta para procesos emancipadores personales. Sin perder de vista que el colectivo alcanzado por SODEPAZ es singular y, por tanto, no representativo de la sociedad española en su conjunto, los resultados obtenidos sí constituyen una muestra de una significativa dinámica o tendencia que se está produciendo en la actualidad. En efecto, las diferencias de género son menos agudas entre las personas que se acercan a SODEPAZ, con mujeres y hombres que escapan en mayor proporción a los estereotipos y los modos de pensar predominantes. No obstante, las tendencias observadas en las viajeras y los viajeros de SODEPAZ podrían perfectamente estar ocurriendo en programas de viajes solidarios de otras organizaciones, u otras actividades diferentes, o bien suponer una dinámica que pueda ampliarse en el futuro en otros sectores. Sin duda, es necesario seguir indagando en esta cuestión y esperamos que no tarden en producirse estudios más profundos sobre la relación entre la emancipación y la participación en viajes de turismo solidario, pero con estas reflexiones esperamos haber servido a echar un poco de luz sobre este interesante proceso.

BIBLIOGRAFÍA**Branquinho, C**

2011 *Turismo comunitário: enquadramento conceptual, organizacional e impacte*, tesis realizada en la Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

Buades, J., Cañada, E., Y Gascón, J.

2012 *El Turismo en el Inicio del Milenio: una lectura crítica a tres voces*, Madrid, Foro de Turismo Responsable, Colección Thesis.

Chacón, F., Vecina, M.L., Y Davila, M.C.

1998 “Mujer y voluntariado: motivaciones para la participación”, *Intervención Psicosocial* Vol. 7, Nº 1.

Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) y SETEM

2009 *El Comercio Justo en España 09*.

Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC)

2007 “¿Y eso de consumo transformador? Dándole vueltas a la propuesta”, *Opcions* Nº 22.

García, T. (coord.)

2011 *Discriminación y autodiscriminación de género: un análisis experimental*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

López-Guzmán, T., Millán, G., Y Melián, A.

2007 “Turismo Solidario. Una perspectiva desde la Unión Europea”, *Gestión Turística* Nº 8.

Perelló, F.

2007 “Una aproximación a las transformaciones de género en el campo del voluntariado”, *Arxius de Ciències Socials* Nº 17.

Polet, F.

2011 *Dinâmicas e impactos da expansão do turismo no arquipélago dos Bijagós*, Vila do Conde, IMVF y Tiniguena.

Sánchez Herrero

2008 “La importancia de la perspectiva de género en la psicología del ocio”, *Anales de psicología* VOL. 24, Nº 1.

Santana, A., Rodríguez, A., Y Díaz, P.

2012 *Responsabilidad y Turismo*, Tenerife, Asociación Canaria de Antropología.

Vellas, F.

2004 *Economía y Política del turismo internacional*, Madrid, Síntesis.

Páginas web consultadas

Coordinadora Estatal de Comercio Justo: <http://comerciojusto.org/>

ANEXO I

Guión seguido para la dinamización de los grupos de discusión

Estamos realizando una investigación sobre el Programa de viajes de turismo responsable, o turismo solidario, que organizan varias organizaciones del Estado. Hasta el momento disponemos de todos los datos de una serie de años, desde 2008, de SODEPAZ. En el análisis de estos datos nos ha llamado la atención que, en un porcentaje que alcanza en algunos años más del 70%, son las mujeres las que escogen este tipo de propuestas.

Estos grupos de discusión quieren conocer de primera mano, ya que todos sus componentes son personas que han realizado este tipo de viaje, las opiniones que explican este fenómeno.

Dependiendo del número de personas que quieran apoyarnos en esta tarea, se organizarán tres grupos, uno de solo mujeres, otra de mujeres y hombres y otra solo de hombres. La duración será de una hora y media y empezaremos a las 16.00. Grabaremos la conversación que se genera.

Os pedimos que la actitud tenga las siguientes características:

- *Aportar conocimientos sobre el tema en forma simple y precisa*
- *Hablar con voz clara y audible*
- *Ser moderados/as y respetuosos/as en el uso del tiempo disponible*
- *Respetar opiniones disidentes*
- *Estar atentos/as para no repetir ideas*

Después de cada una de las preguntas hay que dejar el tiempo para las reacciones. No se van a leer todas juntas, cuando detectamos que el tema se ha agotado, pasamos a la siguiente. Hay que estar muy atentas a que puedan surgir nuevas preguntas que aquí no está reseñadas, dependiendo del curso de la conversación. Van dirigidas a los tres tipos de grupos:

- *¿Por qué viajan más las mujeres?*
- *¿Qué motivaciones?: ¿por el tipo de viaje? ¿por el país, por el proyecto o por los valores que transmite la ONG?*
- *¿Influye la profesión, la forma de ser, la edad, la actitud ante la vida, la ideología política?*
- *¿Se supone que las mujeres son más solidarias?*
- *¿Qué entendemos por solidaridad?*
- *¿Por qué viajas tú en concreto?*
- *¿Por qué creéis que los hombres viajan menos a través de este tipo de programas?*
- *¿Qué diferencias hay en las motivaciones de los hombres?*

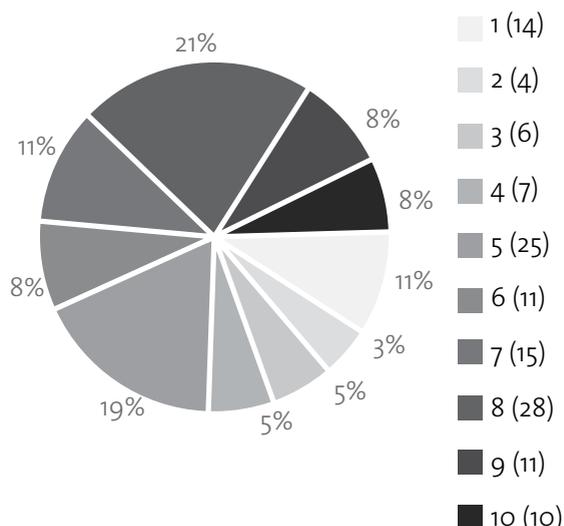
ANEXO II

Extracto encuesta

Algunas de las explicaciones propuestas sobre la mayor presencia de mujeres en estos viajes han sido las siguientes. ¿Cuál es tu grado de acuerdo con ellas? Emplea para responder una escala de 1 a 10, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo.

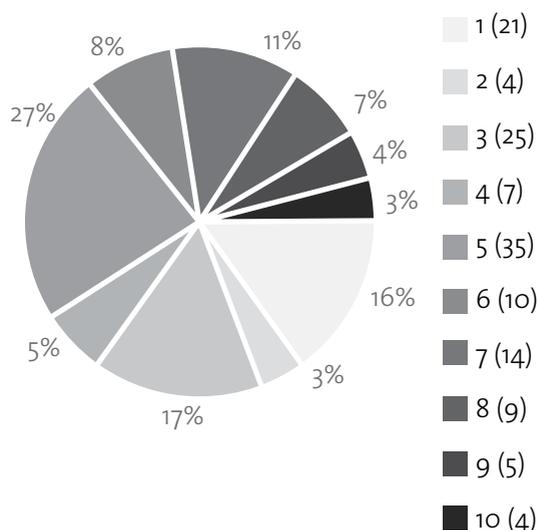
Las mujeres son más solidarias o comprometidas socialmente

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	14	10,69%
2 (2)	4	3,05%
3 (3)	6	4,58%
4 (4)	7	5,34%
5 (5)	25	19,08%
6 (6)	11	8,40%
7 (7)	15	11,45%
8 (8)	28	21,37%
9 (9)	11	8,40%
10 (10)	10	7,63%
Sin respuesta	0	0,00%



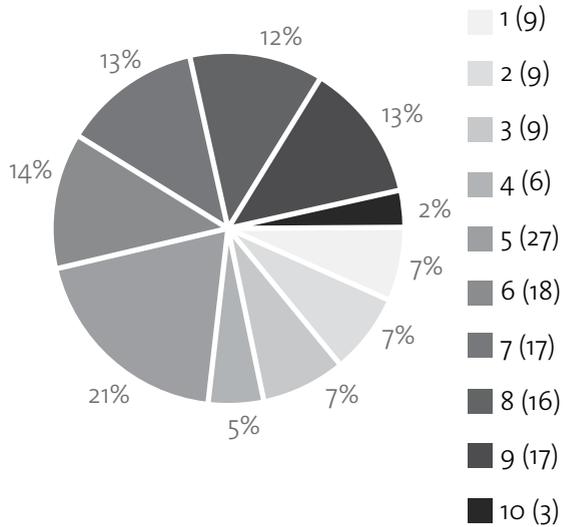
Los hombres tienen unos intereses más individualistas

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	21	16,03%
2 (2)	4	3,05%
3 (3)	25	16,79%
4 (4)	7	5,34%
5 (5)	35	26,72%
6 (6)	10	7,63%
7 (7)	14	10,69%
8 (8)	9	6,87%
9 (9)	5	3,82%
10 (10)	4	3,05%
Sin respuesta	0	0,00%



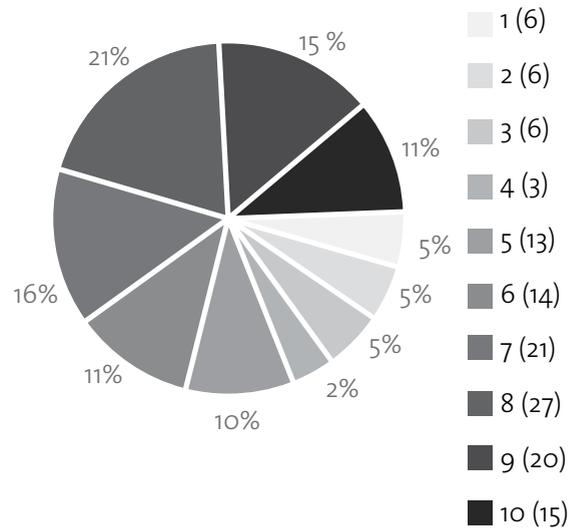
Las mujeres prefieren viajar acompañadas o en grupo para compartir la experiencia con otras personas

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	9	6,87%
2 (2)	9	6,87%
3 (3)	9	6,87%
4 (4)	6	4,58%
5 (5)	27	20,61%
6 (6)	18	13,74%
7 (7)	17	12,98%
8 (8)	16	12,21%
9 (9)	17	12,98%
10 (10)	3	2,29%
Sin respuesta	0	0,00%



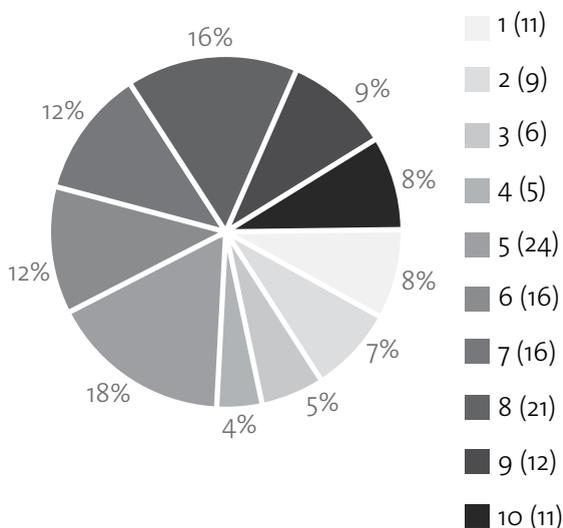
Los viajes en grupo disminuyen el riesgo que supone para las mujeres viajar solas

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	6	4,58%
2 (2)	6	4,58%
3 (3)	6	4,58%
4 (4)	3	2,29%
5 (5)	13	9,92%
6 (6)	14	10,69%
7 (7)	21	16,03%
8 (8)	27	20,61%
9 (9)	20	15,27%
10 (10)	15	11,45%
Sin respuesta	0	0,00%



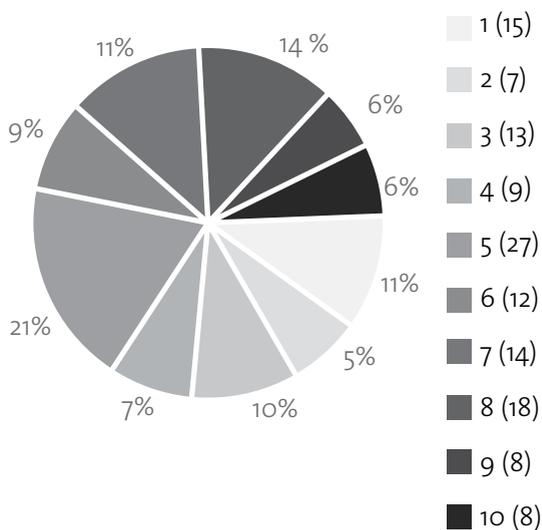
El entorno familiar ofrece más resistencias a un viaje en solitario por parte de una mujer

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	11	8,40%
2 (2)	9	6,87%
3 (3)	6	4,58%
4 (4)	5	3,82%
5 (5)	24	18,32%
6 (6)	16	12,21%
7 (7)	16	12,21%
8 (8)	21	16,03%
9 (9)	12	9,16%
10 (10)	11	8,40%
Sin respuesta	0	0,00%



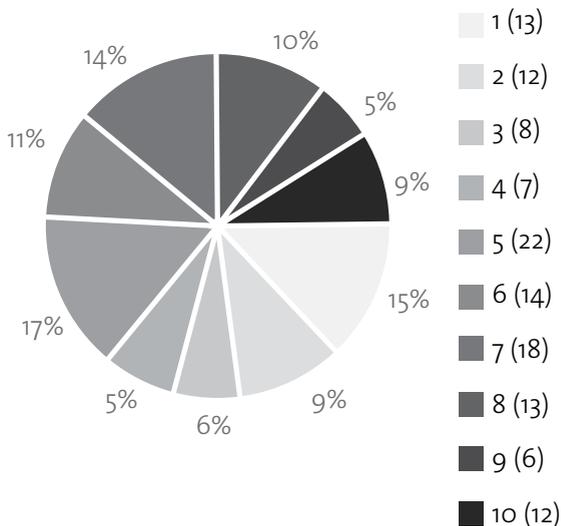
La herencia social ha colocado a las mujeres en una posición en la que se sienten menos seguras a la hora de enfrentarse solas a situaciones desconocidas

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	15	11,45%
2 (2)	7	5,34%
3 (3)	13	9,92%
4 (4)	9	6,87%
5 (5)	27	20,61%
6 (6)	12	9,16%
7 (7)	14	10,69%
8 (8)	18	13,74%
9 (9)	8	6,11%
10 (10)	8	6,11%
Sin respuesta	0	0,00%



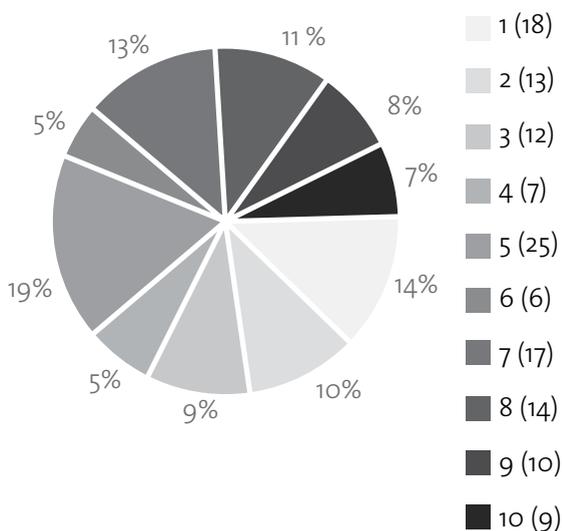
En el pasado las mujeres estaban muy reclusas y muchas actividades les resultaban inaccesibles, y por ello en la actualidad tienen una mayor necesidad de hacer aquellas actividades que antes les resultaban difíciles o vetadas

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	13	9,92%
2 (2)	12	9,16%
3 (3)	8	6,11%
4 (4)	7	5,34%
5 (5)	22	16,79%
6 (6)	14	10,69%
7 (7)	18	13,74%
8 (8)	13	9,92%
9 (9)	6	4,58%
10 (10)	12	9,16%
Sin respuesta	0	0,00%



Porque en el pasado la mujer estaba situada en una posición de dependencia y se consideraba que ciertas actividades no le eran propias, y en la actualidad se encuentra en un proceso de transición hacia la “independencia”

Opción	Cuenta	Porcentaje
1 (1)	18	13,74%
2 (2)	13	9,92%
3 (3)	12	9,16%
4 (4)	7	5,34%
5 (5)	25	19,08%
6 (6)	6	4,58%
7 (7)	17	12,98%
8 (8)	14	10,69%
9 (9)	10	7,63%
10 (10)	9	6,87%
Sin respuesta	0	0,00%



OTRAS PUBLICACIONES

Foro de Turismo Responsable

colección **thesis**

**1. Políticas públicas, beneficios privados.
Mecanismos, políticas y actuaciones públicas para
la globalización del turismo**

Rodrigo Fernández Miranda, Rodrigo Ruiz Rubio

**2. Turismo en Centroamérica, nuevo escenario de
conflicto social**

Ernest Cañada

**3. El turismo en el inicio del milenio. Una lectura
crítica a tres voces**

Joan Buades, Ernest Cañada, Jordi Gascón

**4. Turistas y campesinos. El turismo como vector del
cambio de las economías campesinas en la era de la
globalización**

Jordi Gascón, Diana Ojeda

colección **praxis**

**1. Construyendo resistencias. Experiencias de
turismo local**

Unión de cooperativas agropecuarias "UCA tierra y agua"
Nicaragua, Alternative tourism group Palestina, Red de
turismo comunitario "Saraguro Rikuy" Ecuador

**2. Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos
debates**

Jordi Gascón, Soledad Morales, Jordi Tresserras (eds.)



Presentamos un nuevo libro de la colección Praxis, del Foro de Turismo Responsable, con el que pretendemos aproximarnos al turismo desde una mirada o enfoque de género, fundamentalmente basada en diferentes experiencias de organizaciones que forman parte de este Foro.

Con ello queremos cubrir en cierta medida un “huevo” que venimos detectando en el ámbito de los análisis del turismo, tanto desde un enfoque más teórico como desde la revisión de experiencias concretas vinculadas al turismo, pues si bien existe mucha literatura y se han producido numerosos materiales en el ámbito del género y el desarrollo, éstos análisis no han abordado con tanta frecuencia ni profundidad el fenómeno del turismo como motor –o no- de procesos de desarrollo ni los impactos negativos que en este sentido pudiera generar.

Desde el Foro de Turismo Responsable hemos querido iniciar este camino de análisis y hacer este primer aporte basado en nuestras experiencias, poniéndonos para ello las “gafas de género” para mirar a través de ellas -de forma crítica- el fenómeno del turismo, al igual que se ha hecho desde otras perspectivas con anterioridad desde este mismo Foro.



**ZUBIAK
EGINEZ**
euskal herria nikaroguaz

icid

Iniciativas de Cooperación
Internacional para el Desarrollo



SODEPAZ

Con el apoyo de:



foro turismo responsable