

LUCY FERGUSON

Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica

Traducción de Olga Abasolo

A pesar del creciente interés que suscita el turismo como potencial para el “desarrollo”, son escasos los estudios dedicados a abordar las dimensiones sociales, y en particular, las de género. Al igual que sucede con otros sectores, la estructura del trabajo y del empleo en el sector turístico muestra profundas desigualdades por razón de género, etnia, clase y nacionalidad. Este artículo se centra en concreto en las dinámicas que muestra el sector en Centroamérica como estrategia de desarrollo, y concluye que cabría ver en esta actividad un potencial para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, toda vez que se reformulen los debates sobre las políticas a poner en marcha. El feminismo tiene un importante papel que jugar en este sentido y ofrece las herramientas para profundizar en ellos con el objetivo de alcanzar una verdadera transformación social.

Desde hace tiempo, el turismo ha sido la base para el crecimiento económico y la estabilidad de muchos países. Tradicionalmente, ha adoptado la forma de inversión directa extranjera por parte del sector privado en proyectos a gran escala, como la construcción de hoteles de lujo o de complejos turísticos (*resorts*), o en destinos turísticos alternativos. Sin embargo, hay una reciente tendencia a que se destaque su potencial para el “desarrollo” por parte de algunas instituciones internacionales clave como el Banco Mundial, los bancos regionales de desarrollo y las agencias bilaterales de desarrollo, como la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). La institución global responsable de las políticas para el desarrollo del turismo, la Organización Mundial del Turismo de Naciones Unidas (UNWTO por sus siglas en inglés) –con sede en Madrid– no ha suscitado en exceso el interés de investigadores y activistas, a pesar de su capacidad de influencia

Lucy Ferguson,
Facultad de Ciencias
Políticas y Sociología
Universidad
Complutense de
Madrid

en las políticas de desarrollo del turismo.¹ De hecho, el turismo, como estrategia de desarrollo, ha recibido escasísima atención por parte de aquellas personas interesadas en la justicia social global y en combatir las desigualdades.² Si bien la disciplina de los estudios turísticos ha producido un gran volumen de trabajos, en su mayoría el impacto de estas reflexiones en los ámbitos de las relaciones internacionales y del desarrollo internacional ha sido nulo.

El empleo en el sector turístico está marcadamente estructurado en función del género; las desigualdades globales favorecen una oferta de trabajadoras receptoras de muy bajos salarios

A pesar de que existen abundantes investigaciones sobre el impacto ambiental del turismo, son escasos y aislados los estudios dedicados a las dimensiones sociales –particularmente de género– del turismo como estrategia de desarrollo. Generalmente, los aspectos de género se han abordado desde el turismo sexual, obviándose otras dimensiones y matices sobre sus dinámicas en los ámbitos de la producción y el consumo del turismo. Las personas encargadas del diseño de las políticas turísticas defienden cada vez más que este sector no sólo puede contribuir al desarrollo en general sino a la consecución del tercer Objetivo de Desarrollo del Milenio: fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. No obstante, hasta la fecha no hay muchos indicios de que se haya llevado a cabo esta exigencia.³ En estas páginas exploraremos el potencial del turismo para fomentar dichos objetivos, y para ello recurrimos a ejemplos derivados de investigaciones realizadas en Centroamérica. Empezaremos por realizar un repaso global a las dimensiones de género del turismo antes de pasar a un debate empírico más detallado.

Turismo y género en perspectiva global

Emerge paulatinamente en los debates internacionales sobre políticas de desarrollo un discurso sobre el potencial del turismo para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Esta pauta se aprecia en el perfil cada vez más extenso que adoptan en el Banco Mundial los aspectos de género y turísticos en países como Honduras, Mozambique, Bolivia y Etiopía. UNWTO ha puesto en marcha recientemente el Women and

¹ L. Ferguson, «Global monitor: the UN World Tourism Organisation», *New Political Economy*, 12(4), 2007, pp. 557-568.

² Una excepción notable es la ONG Tourism Concern, <http://www.tourismconcern.org.uk/>

³ Véase para un repaso más detallado a esa bibliografía, «Analysing the gender dimensions of tourism as a development strategy», *ICEI Working Paper PP03/09*, Universidad Complutense de Madrid.

Tourism Taskforce y Gender Empowerment Programme, actualmente en fase preliminar. Sería importante que estas políticas tomen en cuenta la complejidad que entraña la relación entre turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres. A continuación realizamos un breve repaso por las razones que justifican que se trata de aspectos de relevancia global.

El empleo en el sector turístico está marcadamente estructurado en función del género y, como sucede en otras industrias, las desigualdades globales en este sentido favorecen una oferta de trabajadoras receptoras de muy bajos salarios y sometidas a altos niveles de flexibilidad y precariedad laboral. Existe una larga tradición de investigaciones en torno a las trabajadoras de economías exportadoras que muestran las pautas generales de la división de género del trabajo. Dichas investigaciones demuestran en qué medida las desigualdades de género –y étnicas– son «fundamentales para el funcionamiento de la economía política global». ⁴ La OIT ha recogido algunos datos relativos al empleo en el sector turístico que revelan que en él se produce una alta proporción de trabajos no remunerados, debido al elevado número de pequeños empresarios en cuyos negocios de hostelería y restauración trabajan miembros de la familia que no reciben remuneración alguna. La industria turística requiere también contar con una amplia reserva de trabajo temporal de la que tirar durante la temporada alta, que se compone mayoritariamente de trabajadores jóvenes y de mujeres. Los altos niveles de rotación de personal, las largas jornadas laborales, la subcontratación, la “flexibilidad” de las condiciones de trabajo, la prevalencia de “trabajadores eventuales” y las variaciones en las pautas del empleo en función de las estaciones constituyen otros de los rasgos que definen la industria del turismo. ⁵

Como explican Kinnaird, Kothari y Hall, y Kinnaird y Hall, el trabajo en este sector está muy marcado por el género. ⁶ M. Thea Sinclair destaca el hecho de que los turistas disfrutan de la diversión y el escapismo que ofrece la industria turística gracias al trabajo de las personas empleadas en ella. Es preciso, no obstante, analizar detalladamente estas relaciones de poder, dado que no solo existen desigualdades entre turistas y empleados en términos de ingresos y renta, sino que también se dan *entre* las propias trabajadoras y trabajadores, sobre todo en relación al género pero también por razón de clase y etnia. Dichas desigualdades afectan a la renta relativa, el estatus y el poder de estas personas, y producen una clara segmentación del trabajo de hombres y mujeres en este sector. La mayor

⁴ J. Elias, *Fashioning Inequality: The MNC and gendered employment in a globalising world*, Ashgate, Aldershot, 2004, p. 27.

⁵ ILO, «Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector», *Report for discussion at the Tripartite Meeting on the Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector*, Ginebra, International Labour Office, 2001.

⁶ V. Kinnaird, U. Kothari y D. Hall, «Tourism: gender perspectives», en V. Kinnaird y D. Hall (eds.) *Tourism: A Gender Analysis*, John Wiley & Sons, Chichester; V. Kinnaird y D. Hall, «Understanding tourism processes: a gender-aware framework», *Tourism Management*, 17(2), 1994, pp. 96-102.

parte del trabajo femenino se concentra en actividades estacionales, a tiempo parcial y mal remuneradas como la venta al público, recepción de clientes y limpieza.⁷

No obstante, no cabe afirmar que no pueda contribuirse desde el turismo a la igualdad de género y al empoderamiento de las mujeres. El turismo ha tenido un impacto radical en las relaciones de género en los países de destino. Como afirma Chant, a pesar de las desigualdades estructurales en la participación de las mujeres en el proceso de producción turística, esos trabajos resultan en cierta medida beneficiosos para el empoderamiento de las trabajadoras ya que tienen el potencial de fomentar que las mujeres «actúen por sí mismas, para sí mismas, y demanden un trato más justo en sus lugares de trabajo, en el hogar y en el conjunto de la sociedad».⁸ Sinclair destaca, en la misma línea, que las mujeres mejoran su estatus en el contexto del hogar.⁹ A continuación nos detendremos en estos aspectos generales, pero en el contexto más específico de Centroamérica. Empezaremos por realizar un repaso al turismo en la región.

El turismo como estrategia de desarrollo en Centroamérica

Costa Rica y Belize son los países centroamericanos con trayectorias históricas más largas en este sector; ninguno de los dos sufrió los estragos de las convulsas y violentas realidades políticas de otros países durante la década de los años ochenta. Desde hace más de veinte años, estos países han gozado de mucha popularidad como destinos turísticos para Estados Unidos y Canadá debido a la belleza natural de sus selvas, las playas de agua cristalina y la riqueza cultural que ofrecen. Con el inicio de los procesos de paz, a finales de los años ochenta, los turistas empezaron a visitar otros países de la región, y los principales enclaves arqueológicos mayas, las ciudades del periodo colonial y las reservas naturales “vírgenes”. El desarrollo del turismo ha sido un importante componente del proyecto de integración regional, y de hecho, fue citado por muchos de los responsables de las políticas a lo largo de mi investigación como uno de los escasos aspectos sobre los que parecían estar de acuerdo todos los países. La Declaración de Montelimar, de 1996, firmada por representantes de los siete países de integración turística (incluyendo a Belize y Panamá) reconoce el potencial del turismo para la mejora de la competitividad global de Centroamérica, y para la mayor diversificación de sus economías.¹⁰

⁷ M. T. Sinclair, «Issues and theories of gender and work in tourism», en M. T. Sinclair (ed.), *Gender, Work and Tourism*, Routledge, Londres, 1997.

⁸ S. Chant, «Gender and tourism employment in Mexico and the Philippines», *ibidem*, pp. 164-165.

⁹ M. T. Sinclair, «Gendered work in tourism: Comparative perspectives», *ibidem*.

¹⁰ SCSICA, «Declaración de Montelimar II», XVIII Reunión de Presidentes Centroamericanos, <http://www.sgsica.org/turismo/somos/doc/montelimar.pdf>, 1996.

Desde el principio, los intereses del sector privado han estado afianzados en estos proyectos de integración.¹¹ De hecho, podría afirmarse que el origen del proyecto está en la presión ejercida por los actores de la industria turística deseosos de invertir y crecer en la zona. Uno de los elementos clave de la estrategia política de la Central American Tourism Integration Secretariat (SITCA) ha sido incorporar al sector privado en la toma de decisiones del sector público.¹² El diseño de la política de desarrollo del turismo está muy influida por los objetivos de la industria turística, tanto regional como internacional, y los intereses de estos actores tienen una fuerte representación en los procesos de estas políticas. Hay que tener en cuenta además hasta qué punto están afianzados los intereses de las empresas de turismo a gran escala como las cadenas multinacionales de hostelería.

El turismo y la “reducción de la pobreza” en Centroamérica

La creciente atención internacional dedicada al turismo como estrategia de desarrollo –sobre todo en lo relativo a las estrategias para la reducción de la pobreza– ha tenido un impacto significativo en la región. El turismo se considera en los círculos dedicados a las políticas de desarrollo, como una actividad que cumple todos los criterios estratégicos actuales en este ámbito: promueve el crecimiento a través del comercio, mediante la diversificación de actividades del sector servicios; mejora la competitividad de Centroamérica a todos los niveles; promociona la agenda para la “reducción de la pobreza” mediante la creación de empleo y el aumento de la participación en la actividad del mercado. La relevancia alcanzada por el sector en este sentido ha de entenderse en el contexto tanto de una economía política en transición como en el más amplio de las estrategias globales de desarrollo.

Con respecto al creciente consenso entre las instituciones para el desarrollo internacionales y nacionales en torno a la relación entre turismo y reducción de la pobreza, se basa en tres aspectos: su contribución a la diversificación económica y a la balanza de pagos, mejora de las condiciones macroeconómicas; la creación de empleos tanto en los *resorts* como en las pequeñas y medianas empresas; facilita la extensión del capitalismo empresarial a los países en desarrollo. Una de las dimensiones clave de las políticas emprendidas en este sentido es la creación de microempresas basadas en el turismo, y a las que se garantizará acceso al mercado del sector.¹³ En otras palabras, aquí lo que se sugiere es que al aumentar el acceso al empleo y el desarrollo de las microempresas, el turismo mejorará

¹¹ Véase L. Ferguson, «Tourism Development and Regional Integration in Central America», *Análisis Real Instituto* 86/2010, Madrid, Real Instituto Elcano

¹² SGSICA, «Declaración de San José», XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, <http://www.sgsica.org/turismo/somos/doc/decsanjose.pdf>, 2002; FODESTUR, «Iniciativa Centroamérica Verde: Marco Conceptual para la Creación de una Iniciativa Regional de Ecoturismo», FODESTUR, CBM, mayo 2003, accesible en <http://www.fodestur.org.ni/Espanol/Indexespanol.htm>

¹³ UNWTO, *Tourism and Poverty Alleviation*, UNWTO, Madrid, 2002.

significativamente las condiciones de vida de un número sustancial de personas en los países en desarrollo y reducirá el número de habitantes en situación de pobreza. Los responsables de las políticas de varios países centroamericanos entrevistados corroboraron esta idea de la actividad y sus resultados.

Trabajo y género en el sector turístico centroamericano

A pesar de ser relativamente escasos en Centroamérica, los *resorts* exclusivos y los grandes hoteles tienden a emplear a un gran número de personas, por lo que afectan significativamente las pautas del trabajo. Se ha criticado a las cadenas hoteleras multinacionales por sentar precedente para la flexibilidad y la infracualificación del trabajo, y la reducción de la movilidad y la promoción del personal. Para las personas especialistas en derecho laboral en la región no resultarán sorprendentes las conclusiones derivadas de determinadas investigaciones, que ofrecen pautas similares a las de los estudios sobre el empleo en las *maquilas*. Estas variantes del turismo parecen haber atraído el turismo sexual y sexual infantil; han supuesto el desplazamiento forzado de poblaciones locales; y han causado daños ambientales devastadores.

No obstante, en esta región la mayor parte del turismo se da a pequeña escala. La media de habitaciones por hotel es de aproximadamente 15, en comparación con los varios cientos con los que cuentan los proyectos turísticos “de masas” en Costa Rica. Las investigaciones han mostrado que algunas de las críticas planteadas hacia las condiciones laborales de los grandes hoteles pueden aplicarse también a organizaciones más pequeñas, como los hoteles “boutique”, que cuentan con entre veinte y cien empleados. De igual modo, en las pequeñas empresas “familiares” la mayor parte de los empleados tienden a ver escasas perspectivas de movilidad social desde sus puestos de trabajo.¹⁴ La inmensa mayoría de empleo disponible para las mujeres en Centroamérica, reflejo de pautas globales, es de baja cualificación, como de camareras, limpiadoras y cocineras. Igualmente, las jornadas laborales necesarias para atender a los turistas exigen necesariamente que estén capacitadas para adaptar sus vidas a turnos de trabajo que dificultan su inserción social. El empleo en el sector de la región tiene dos características clave: altos niveles de informalidad debido a la naturaleza de la industria, y rasgos estructurales asentados en el mercado laboral centroamericano como la informalidad y la desigualdad.

Ejemplos de Monteverde, Placencia y Copán

Según los estudios de casos realizados en estas comunidades, las mujeres tienden a trabajar como limpiadoras, cocineras, camareras y recepcionistas, en las tareas tradicionales para la

¹⁴ Sinclair, *op. cit.*, 1997.

reproducción social. Los resultados derivados de la investigación coinciden con las pautas del ámbito global en lo relativo a que la mayoría de las trabajadoras están ocupadas en puestos flexibles, mal pagados y de baja cualificación con pocas perspectivas de ascenso o movilidad. El empleo en este sector de la región está marcado por el género en dos aspectos clave: en primer lugar, el tipo de trabajo requerido por la industria significa que las mujeres tienden a desempeñar tareas reproductivas tradicionales a cambio de ingresos; y, en segundo lugar, la naturaleza flexible y escasamente remunerada de los trabajos dificulta cada vez más que estas mujeres aporten medios para la provisión social en los hogares y en la comunidad.

La etnia juega también un papel importante en las relaciones de poder, sobre todo en Honduras. En Copán, por ejemplo, los propietarios de negocios de las zonas urbanas tienden a opinar que, en general, es imposible emplear a población indígena en la industria turística de la ciudad. Sugieren que estas personas “no están preparadas” para incorporarse al carecer de las habilidades y la educación básicas. En los casos en los que sí trabajan –tanto hombres como mujeres– suelen hacerlo “entre bambalinas”, desempeñando labores de limpieza o jardinería. Por lo tanto, las oportunidades de participación por parte de las personas indígenas en el sector se reducen predominantemente a las microempresas del sector, que pasaremos a describir más abajo.

¿Empodera el trabajo en el sector del turismo?

A pesar de la precariedad de las condiciones generales del trabajo ya mencionadas, las mujeres entrevistadas en las tres comunidades valoraban en general muy positivamente sus empleos. Argumentaban que les aportaban unas mejores condiciones de vida que las otras fuentes alternativas de ingresos en el sector agrícola, en las industrias de lácteos y cítricos. En especial las jóvenes aludían a la variedad de puestos a los que accedían sus amigas que trabajaban en la industria turística y que, en general, se consideraba una excelente manera de ganarse la vida. Uno de los aspectos más positivos era las posibilidades que ofrecía de conocer a una amplia variedad de personas y adquirir una mayor confianza en una misma a través de diversas formas de interacción social. Además de la independencia económica, en general se valoraba también que el propio trabajo constituía un reto, al requerir el desarrollo de habilidades comunicativas multi-culturales y el aprendizaje acerca del propio sector.

Si bien esta percepción está muy extendida, los puestos más gratificantes en términos de ingresos y de posibilidades de intercambio cultural están reservados casi exclusivamente a los varones, a menudo externos a la comunidad. La mayor parte de las personas entrevistadas en las tres comunidades consideraba que los “mejores” trabajos eran el de guía oficial en la Reserva de Monteverde; guía de parque arqueológico en Copán; guía en una de las muchas empresas de aventura; *divemaster* o instructor de buceo en Placencia. Todos ellos,

con diferencia, los trabajos más lucrativos en el sector turístico por toda Centroamérica. Sin embargo, de los casi 150 guías registrados en Placencia, sólo tres son mujeres. De igual modo, en Monteverde, solo tres de los más de 60 guías cualificados son mujeres, y una de ellas es estadounidense. La investigación de las razones que explican estas cifras tan bajas nos condujo hasta la variedad de obstáculos a los que se han enfrentado las mujeres que han deseado convertirse en guías turísticas. En Placencia, estas mujeres aludían a cómo los hombres se negaban a tomarlas en serio porque no creían que ellas pudieran entender el mar como un hombre lo haría. Una de ellas contó cómo a pesar de llevar 10 años en la profesión, sus compañeros siguen cuestionando sus decisiones. Otras contaban cómo los compañeros pretendían que ellas les prepararan los tentempiés, a pesar de trabajar a jornada completa. Este tipo de experiencias han disuadido a las mujeres a la hora de decidirse a recibir formación como buzos o guías.

La gestión y la propiedad de los negocios en el sector

En lo relativo a estos aspectos se ponen de manifiesto aun más desigualdades, no sólo en términos de género sino de clase, etnia y nacionalidad. Sobre todo en los grandes *resorts*, los puestos más altos de gestión tienden a estar cubiertos casi exclusivamente por extranjeros o expatriados de EEUU, Canadá y Europa occidental. Los locales, que ocupan puestos de gestión intermedios, tienden a ser hombres de clase media del grupo étnico mayoritario, que con frecuencia han recibido formación en el extranjero. Naturalmente, hay excepciones en las que mujeres de la localidad han logrado acceder a puestos de gestión, si bien pasaremos a esbozar los detalles de los obstáculos a los que se han enfrentado.

En cuanto a la propiedad de los negocios, en los tres estudios de caso realizados las empresas de mayor éxito pertenecen a extranjeros o expatriados, también de Norteamérica y Europa occidental. Los establecimientos más grandes y lujosos no suelen pertenecer a personas de la localidad, o como mínimo, cuentan con alguna fórmula de asociación local-extranjera, ya sea mediante matrimonios u otro tipo de acuerdos. Los negocios de capital local tienden a ser menores en tamaño y menos evidentemente adaptados a los gustos específicos de los turistas, por lo que tienden a gozar de menor éxito. Este tipo de negocios a menudo están dirigidos por mujeres, lo que puede dar la impresión de que son ellas las propietarias, pero rara vez estos pequeños establecimientos están registrados a nombre de ellas; más bien los maridos u otros miembros varones de la familia tienden a ser los titulares de los mismos. Por tanto, a pesar de la impresión superficial que pueda darnos, las pautas reales de la propiedad tienden a estar estructuradas por razón de género, clase, etnia y nacionalidad.

Las mujeres trabajadoras han expresado de manera abrumadora su deseo de poseer su propio negocio y de valorar que ello contribuiría a su sensación de independencia. El mayor

obstáculo es el acceso a la propiedad, hecho que demuestra las diferencias de clase entre las mujeres de las comunidades turísticas. Las escasas propietarias (habitualmente de clase media) han logrado emprender pequeños negocios, a pesar de las resistencias planteadas por los hombres en muchos casos. En general, los negocios de las mujeres en este sector tienden a ser de índole doméstica y se centran en actividades tradicionales como la cocina, la artesanía y el hospedaje. Esta pauta está cambiando lentamente en Placencia, a medida que las mujeres empiezan a abrir bares, clubes nocturnos y cibercafés, y por tanto a diversificarse con respecto a las tareas tradicionalmente adscritas. No obstante, en términos generales, las mujeres se enfrentan a numerosas dificultades a la hora de tener oportunidad de acceso a la gestión y a la propiedad en la industria turística, que están aún más estructuradas si cabe en torno a las jerarquías establecidas de etnicidad y clase en Centroamérica.

Microempresas y turismo

Uno de los rasgos de la reestructuración económica en Centroamérica ha sido el crecimiento del sector de las microempresas relacionadas con el turismo, lo que constituye uno de sus rasgos más interesantes. De manera informal, ha surgido una variedad de “servicios relacionados con el turismo” y de “servicios secundarios” en las tres comunidades. Los más prolíficos han tendido a ser en la producción y la venta de artesanía. En Monteverde, la cooperativa de mujeres CASEM produce ropa y adornos para la venta a los turistas de la zona. La organización implica a un número elevado de mujeres y les permite obtener ingresos a cambio de los objetos que fabrican desde sus hogares. En Placencia, este sector se ha caracterizado por niveles muy altos de informalidad laboral; las mujeres viajan para vender artesanía en los *resorts*, ya sea en las tiendas de regalos o mediante venta ambulante ilegal.

Para ahondar en las políticas de género de las microempresas del sector, me gustaría detenerme brevemente en un proyecto del Banco Mundial en Copán, que pretendía «integrar a poblaciones marginadas en el proceso del desarrollo del turismo». He abordado este tema con mayor detalle anteriormente, pero merece la pena que incluya aquí las conclusiones clave de mis investigaciones.¹⁵ Los objetivos del proyecto de Desarrollo Regional en el Valle de Copán estaban específicamente dirigidos a canalizar la financiación para brindar a las mujeres indígenas la oportunidad de emprender negocios dirigidos a la industria del turismo. El proyecto proporcionaba capital inicial a grupos de los pueblos rurales de Maya Chortí que rodeaban la ciudad de Copán.

A pesar del hecho de que el proyecto estaba claramente atravesado por el “género”, la forma vaga y contradictoria en la que lo interpretaban tanto los trabajadores como los for-

¹⁵ L. Ferguson, «Interrogating “gender” in development policy and practice: the World Bank, tourism and microenterprise in Honduras», *International Feminist Journal of Politics*, 12(1), 2010, pp. 3-24.

madores del proyecto se tradujo en que no se tomaran en seria consideración las barreras con las que se topaban las mujeres indígenas a la hora de convertirse en empresarias de éxito. Los grupos de mujeres indígenas locales –representadas por el National Indigenous Maya Chortí Council de Honduras (CONMICHH)–, tenían la sensación de que de alguna manera el proyecto del Banco Mundial las manipulaba y las controlaba. Sólo las alentaba a fabricar determinados productos y a que presentaran su trabajo de un modo determinado. Como resultado de ello, muchas de las microempresas cerraron o atravesaron serias dificultades. Por contraste, muchas de las empresas rentables se habían montado con financiación del Banco Mundial, pero en su inmensa mayoría estaban dirigidas por hombres o por mujeres de clase media de la zona urbana de Copán. Mientras escribía este texto, empezó a trabajar con estos grupos de mujeres una consultora especialista en género de la Agencia de Cooperación Internacional japonesa para reactivar estos negocios. No obstante, los resultados del proyecto deberían ser aleccionadores para otros proyectos orientados a que las mujeres indígenas puedan de alguna manera dirigir negocios prósperos en una industria global extremadamente competitiva, que deberán incorporar los obstáculos específicos a los que ellas se enfrentan y la dimensión de *empoderamiento* en las bases y el funcionamiento del proyecto.

Conclusiones

El turismo tiene el potencial de contribuir al tercer Objetivo del Milenio –promover la igualdad de género y empoderar a las mujeres. Como lo demuestra la investigación desarrollada en Centroamérica, en las tres comunidades estudiadas las mujeres se han referido a su falta de confianza antes de empezar a trabajar en el sector, y a cómo las interacciones con mujeres y hombres de una diversidad de entornos sociales había contribuido a ampliar sus horizontes sociales y a modificar su visión del mundo. Este es un tema recurrente en las investigaciones sobre las mujeres trabajadoras en las cadenas de producción global. No obstante, cabría decir también que el turismo ofrece la posibilidad de una interacción más profunda con otras culturas, en comparación con el trabajo en la fábrica, dado que las trabajadoras tienen que relacionarse cara a cara con consumidores del ámbito global, tanto en el trabajo como en sus comunidades. Muchas de las mujeres entrevistadas percibían que habían obtenido un mayor nivel de autonomía al incorporarse al personal de turismo.

Sin embargo, las pautas del trabajo en las comunidades dedicadas al turismo siguen mostrando profundas desigualdades en términos de género, etnia, clase y nacionalidad. Si bien es cierto que algunas mujeres han logrado mejoras personales con respecto a su independencia económica, esta industria sigue estando mayoritariamente dominada por los varones. Los mejores empleos suelen desempeñarlos los hombres de la localidad en las tres comunidades, y solo excepcionalmente alguna mujer rompe el molde. Con respecto a

la gestión y la propiedad de los negocios, la investigación revela una foto aún más nítida de la estratificación social: los negocios están controlados por hombres (y mujeres) de EEUU con estatus de expatriados. Las mujeres locales tienden a quedar concentradas en trabajos mal remunerados y de baja cualificación que requieren una mayor flexibilidad de horarios y una mentalidad “servicial”. Debido a la naturaleza del tipo de trabajo requerido –por lo general, de menor importancia y tediosos– la mayor parte de las mujeres tienen pocas expectativas de promoción y movilidad social en este ámbito. Además de todo ello, el trabajo de las mujeres indígenas es aún más limitado dado que las barreras que pone el analfabetismo y la falta de experiencia en los negocios dificultan enormemente que puedan beneficiarse del turismo. Si bien el desarrollo del turismo ha ofrecido oportunidades a algunas, su efecto en la reparación de desigualdades de largo recorrido por razón de género, etnia y nacionalidad ha sido escaso.

El género en las políticas de turismo se beneficiaría de un debate más abierto y honesto sobre el tipo de “empoderamiento” deseable y factible. A juzgar por los indicios mostrados, el empoderamiento económico a través del trabajo en el turismo no tiende a incidir de manera significativa en las relaciones de poder que subyacen a una relativa mejora de las condiciones económicas. La posibilidad de mantener un debate más abierto permitiría que las cuestiones de género y las políticas de turismo trascendieran las conceptualizaciones rígidas y mercado-céntricas y que surgieran sendas más creativas e innovadoras para lograr el tercer Objetivo del Milenio. En esta era de incertidumbre económica global se nos presenta la oportunidad de reconsiderar los valores y los procesos. Las ideas y políticas que aporta el feminismo tienen un importante papel que jugar en este sentido, y ofrecen el potencial para una reformulación de los debates sobre las políticas a poner en marcha y para agilizar un cambio social verdaderamente transformador.