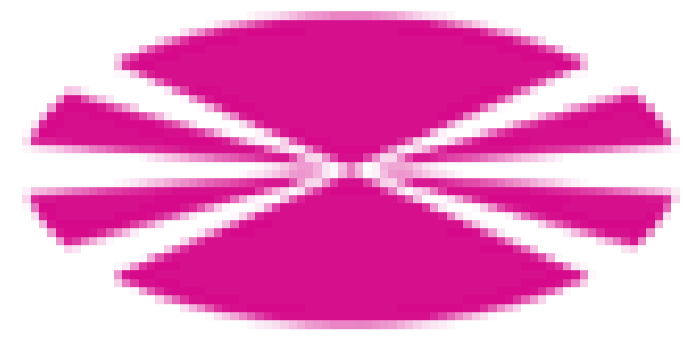


EL TECHO DE CRISTAL EN EL SECTOR DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE SUS TRABAJADORAS

Raquel Santiago Romo, Larissa Paola Macêdo Castro Gabriel, Jakson Renner Rodrigues Soares

Universidade da Coruña

e-mail: raquelsromo@gmail.com, larissa.gabriel@udc.es, jakson.soares@udc.gal



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



CENTRO
ESPAÑOL
DE NUEVAS
PROFESIONES

INTRODUCCIÓN

Las empresas de intermediación gallegas cuentan con una gran plantilla de mujeres entre su personal. Es sabido que las mujeres se forman más que los hombres en carreras de turismo, y específicamente en carreras más técnicas como son las especialistas en intermediación turística. Pero, el techo de cristal es un problema que se presenta en todas las industrias, y como no, también en la turística, donde se encuentran profesiones primordialmente femeninas. Con todo, existen unas empresas bastante jerarquizadas donde, aunque la mujer tiene una considerable presencia, son los hombres los que sustentan los cargos de mando o dirección. Así, esta investigación viene a estudiar el sistema de género, es decir, los valores, normas, significados, roles, estereotipos y sanciones que median las relaciones trabajo por género en el sector de la intermediación turística. Para eso, se realizó un estudio de caso en las empresas de intermediación gallegas, concretamente de la provincia de A Coruña.

DESARROLLO

La metodología utilizada ha sido las entrevistas en profundidad a mujeres que trabajan en agencias de viajes y el análisis del discurso de las mismas.

Fueron realizadas 8 entrevistas en profundidad con profesionales del sector de la intermediación turística en Galicia. Para la elección de quien entrevistar, fueron contactadas mujeres con cargos de mando y las que se interesaron en participar de la investigación fueron las contactadas telefónicamente. Las llamadas fueron grabadas llegando a cerca de 240 minutos de conversa en total. Con el análisis de los discursos se buscó entender el problema a partir de los fenómenos/comportamientos discutidos por las entrevistadas. Es decir, como ellos son modelados como objetos de pensamiento.

Aunque sea una carrera con una presencia preponderantemente femenina, se conjetura que en el sector turístico las relaciones también son regidas por características de patriarcado. En este sentido, los micro machismos están presentes en las relaciones de poder dentro de este mercado. A partir de lo observado en las entrevistas realizadas, se conjetura que los individuos que están más arriba en la pirámide de mando empresarial ven menos desigualdades. Igualmente, los sujetos que están en posiciones de subordinación o empezando carrera laboral son más críticos con el sector y si identifican más dificultades para el acceso de las mujeres a puestos de mando.

Como principales resultados, hemos encontrado que, aunque la sociedad evoluciona y esa situación parece para salir del “natural” y dirigirse a algo pasado, la primera función de la mujer es ser madre y cuidar de la familia, por eso se les relega a los puestos de menor impacto para la empresa.

Con ese estudio esperamos ofrecer nuevos puntos de vista y soluciones a la pérdida de capital humano y consecuente merma de eficiencia debido a prejuicios cuanto a género.

CONCLUSIONES

Se identificó en las entrevistadas diferentes posicionamientos políticos (desde muy conservadoras a poco conservadoras), independientemente de este posicionamiento, existe consenso a la hora de identificar la maternidad como una barrera para conseguir desarrollar una carrera profesional.

Los discursos coinciden en la falta de una legislación real en materia de conciliación familiar que evite la segregación. Asimismo, esta situación requiere de concienciación por parte de los hombres y una mayor implicación para compartir la carga doméstica.

Aunque se observe que existe presencia femenina en los mandos intermedios, todavía no se ha avanzado a las altas esferas de la dirección. Se identifica que la maternidad les relega a determinados puestos simplemente porque es natural que las mujeres sean madres antes de ser profesionales.

Se recomienda trabajar el lenguaje en la formación del estudiantado en turismo. No solo eso, el trabajo debe ser social, visto que aunque las que se forman en turismo son básicamente mujeres, ellas y ellos deben tener conciencia de la valía independiente del género. Pero los cambios en relación a la conciliación deben ser los más inmediatos, dado que solo así se llegará a desnaturalizarse la maternidad.

REFERENCIAS

- [1] Alonso, L. E. (2002). “Los mercados lingüísticos o el muy particular análisis sociológico de los discursos de Pierre Bourdieu”. *Revista de Estudios de Sociolingüística*, 3(1):111-132.
- [2] Boni, V.; Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas en ciencias sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(3),68-80.
- [3] Brown, G.; Yule, G. (1993). *Análisis del discurso*. Madrid: Visor Libros.
- [4] Conde, F. C. (2009) *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Cuadernos Metodológicos 43. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- [5] Conde, F. C. (2010) *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- [6] Gabriel, L. P. M. C., y Soares, J. R. S. (2017). Elementos da análise sociológica dos discursos aplicada ao estudo da imagem turística. *Revista HOLOS*, 1.
- [7] odoi, C. (2006). Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais. En: Godoi, C.; Mello, R.; Silva, A. (organizadores). “Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. Paradigmas, estratégias e métodos”. São Paulo: Saraiva.
- [8] Lillo Bañuls, A.; Ramón Rodríguez, A. B.; Sevilla Jiménez, M. (2006). Un marco de análisis del capital humano en turismo. Departamento Análisis Económico Aplicado, Universidad de Alicante.
- [9] Poupart, J. (2008). A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: ____ *A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 215-253.
- [10] Vargas Martínez, E. E.; Villagómez Rojas, V. (2007). Importancia de la medición del capital intelectual en la empresa turística: Caso específico de un hotel en el Valle de Toluca, *Entrono del turismo perspectivas*, 2, 102-105.
- [11] Villalobos Monroy, G.; Pedroza Flores, R. (2009). Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico. *Tiempo de Educar*, 10(20), 273-306.