

## LA EXCLUSIÓN DE LAS MINORÍAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Montserrat Crespi-Vallbona\* y Flavia Cornejo Vargas\*\*

**Resumen:** La Organización Mundial del Turismo y la Organización de las Naciones Unidas han incorporado elementos para frenar la discriminación y el rechazo de las minorías en sus desplazamientos turísticos, así como para facilitar el acceso justo e inclusivo para todos en la industria del turismo. La academia apenas ha analizado esta discriminación desde la perspectiva de los viajeros de colectivos minoritarios, por lo que este estudio pretende averiguar hasta qué punto se ha subsanado esta segregación que las minorías constatan en sus viajes. Concretamente, se centra en analizar la discriminación (o ausencia de ésta) que la comunidad que en los Estados Unidos se identifica como BIPOC (*Black, Indigenous, and People of Color*) vive mientras viaja como turista, así como la existencia o falta de diversidad y representación dentro de la industria turística. Se trata de un estudio exploratorio con un análisis cualitativo de datos primarios obtenidos a través de un cuestionario a 261 personas y de 14 entrevistas en profundidad a miembros BIPOC que corroboran la permanencia de este trato discriminatorio y la percepción de falta de oportunidades laborales y de representatividad en las actividades turísticas. Se concluye que, a pesar de la proclama de códigos éticos de las organizaciones no gubernamentales, todavía queda un arduo camino por recorrer.

**Palabras clave:** Turismo, Discriminación, Inclusión, Exclusión, Minorías, BIPOC.

**Abstract:** The World Tourism Organization and the United Nations Organization have incorporated elements to curb discrimination against minorities in their tourist trips, as well as to facilitate fair and inclusive access for all in the tourism industry. The academy has barely analyzed this discrimination from the perspective of travelers from minority groups, so this study aims to find out to what extent this segregation that minorities find on their trips has been corrected. Specifically, it focuses on analyzing the discrimination (or lack thereof) that the community that in the United States identifies itself as BIPOC (Black, Indigenous, and People of Color) experiences while traveling as a tourist, as well as the existence or lack of diversity and representation within the tourism industry. The qualitative analysis of the primary data obtained through a questionnaire with 261 people and 14 in-depth interviews with BIPOC members corroborate the permanence of this discriminatory treatment and the perception of lack of representation in tourist activities. It is concluded that despite the ethical codes of non-governmental organizations, it still remains a hard road ahead.

**Key words:** Tourism, Discrimination, Inclusion, Exclusion, Minorities, BIPOC.

### I. INTRODUCCIÓN

La OMT (Organización Mundial del Turismo) ratificó en 1999 los principios del Código ético mundial del turismo (1) para un desarrollo de la actividad turística impulsando el respeto universal y la observancia de los derechos humanos sin distinción

de raza, sexo, lengua ni religión. En 2015 la ONU (Organización de Naciones Unidas) aprobó los 17 objetivos de desarrollo sostenible. Concretamente el 16 insiste en “promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a

\* Doctora en Sociología y profesora del Departamento de Empresa, de la Facultad de Economía y Empresa de la Universitat de Barcelona (UB). mcrespi@ub.edu

\*\* Estudiante de Máster en Turismo Urbano en la Universitat de Barcelona (UB) y Periodismo de Viajes en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). flaviacornejovargas@gmail.com

todos los niveles”. Estas voluntades y actitudes respetuosas con la diversidad resultan ambivalentes, puesto que, en el contexto occidental actual, se evidencia que hay en el sí de la sociedad una manifiesta aceptación de las minorías étnicas que convive de igual forma con un rechazo latente de estas (Pérez et al., 2002). Se constata que la etnia a la que la persona pertenece influye en sus experiencias turísticas, aunque son pocos los académicos que han incorporado estos conceptos en sus trabajos (Torabian y Miller, 2016). La falta de inclusión y representación de ciertas minorías en la industria del turismo representa un gap en la literatura científica, aunque su participación y aportación económica sea relevante: alrededor de 200 mil millones de dólares anualmente (AP News, 2018; National Tour Association, 2018; Benavides, 2015).

Este estudio se enmarca geográficamente en los Estados Unidos, un país en el que se suele separar a distintos grupos basándose en su raza o etnia, lo que ha llevado a que las personas que no son blancas sean consideradas como ‘minorías’. En estos grupos considerados minorías se incluyen a los negros, latinos, asiáticos, árabes e indígenas. Estos son los grupos a los que se hará referencia a lo largo de este estudio cuando se mencionan a minorías o a los BIPOC (Black, Indigenous, People of Color).

Solo para contextualizar, se pone de manifiesto que, en 2020, las protestas de la causa “*Black lives matters*” (las vidas negras importan) incrementaron su acción y visibilización mediática. Ello empezó a raíz de la muerte de George Floyd el 25 de mayo de 2020. Las protestas estallaron, no solo

en los EE. UU., sino también en varios países de Europa, Asia, África y Australia demandando justicia por lo acaecido en Minneapolis (Minnesota, EE. UU.) (Safi, The Guardian, 2020). Asimismo, desde el 19 de marzo al 13 de mayo de 2020, se documentaron más de 1.700 incidentes anti-asiáticos en los EE. UU. (Le et al. 2020). La causa de estos se debe a la pandemia del Coronavirus y al hecho que muchos ciudadanos culpan al pueblo asiático de traer el virus a los EE. UU. Inclusive, lo han llamado “el virus chino o asiático” (Nguyen et al, 2020:2). Estos hechos y las consecuentes movilizaciones evidencian la discriminación constante a la que se enfrentan las personas de minorías en los EE. UU. Por otro lado, si nos centramos en la actividad turística, cabe señalar que la forma de viajar antes y después del 11-9 cambió drásticamente para la población viajera en general, y en particular, para los árabes y musulmanes. Aunque ya existía discriminación racial en los aeropuertos antes de esta fecha, a partir de este momento se incrementó por razones de seguridad nacional, provocando que muchos viajeros de países islámicos perdieran sus vuelos (Baker, 2002).

Es en este escenario, que este estudio pretende analizar si persiste el trato discriminatorio hacia las minorías en su día a día en el sector del turismo, tanto en su rol de consumidores como de productores, a pesar del impulso de la OMT y de la ONU para erradicar el rechazo latente hacia estas comunidades por parte de la sociedad blanca occidental. Por ello, el enfoque se centra en las comunidades minoritarias BIPOC que habitan en los Estados Unidos, analizando cómo se vive esta marginalidad y cómo se la combate.

Metodológicamente, se realiza un análisis exploratorio de los datos primarios obtenidos a partir de un cuestionario cerrado y de entrevistas en profundidad a personas que conforman el grupo BIPOC en los EE. UU. Este análisis empírico da respuesta a los objetivos de esta investigación, esto es, a) conocer si persiste el trato discriminatorio en las minorías en sus viajes; b) determinar si la promoción y el marketing de la industria turística olvida a las minorías; y c) observar si la industria turística menosprecia laboralmente a las minorías. Los resultados constatan que estas minorías étnicas siguen sufriendo comportamientos y actitudes discriminatorias cuando viajan en su propio país (también fuera de éste). Asimismo, también se evidencia que, en la industria turística, las minorías étnicas no están representadas en la comercialización de los viajes como consumidores y tampoco en las ofertas y promociones laborales. Se concluye con acciones concretas para paliar esta infrarrepresentación de los BIPOC en la industria turística y se destaca cómo estos grupos han trabajado para sentirse representados en un espacio que perciben dejados de lado, excluidos.

### **I.1. Racismo y actitudes discriminatorias. Una visión desde los EE.UU.**

Estados Unidos es una sociedad racialmente segregada, en la que conviven distintas comunidades culturales. El ejército y las guerras han sido históricamente tanto una forma de integración en el conjunto de la ciudadanía como un vehículo de promoción social, principalmente para las minorías lati-

na y afroamericana (Bosch, 2005). Los estadounidenses negros han sido denominados de diferentes maneras: afroamericanos, negros, personas de color. Desde 2013, se utiliza otro término, popularizado por las redes sociales. El acrónimo BIPOC es un término que indistintamente agrupa a comunidades históricamente marginadas, como a grupos de personas cuyas vidas y manos han sido claves para el establecimiento de la riqueza entre los estadounidenses de piel blanca. Se trata de un término que representa a todas las comunidades cuyas personas tienen distintos tonos de color en su piel. Así, los latinos y los asiáticos también están incluidos (García, 2020).

En cuanto al turismo, hoy día, la gente se desplaza tanto por placer como por negocios, lo que ambas motivaciones combinadas representan un 69% de la totalidad de los viajes internacionales (UNWTO, 2019). No obstante, hay muchas personas que, por razones de seguridad, viajan básicamente en sus propios países. El poder viajar como diversión es un privilegio, pero no es totalmente accesible o inclusivo para todo el mundo. En este sentido, diferentes académicos han analizado este aspecto exclusivo del turismo (Gibson, 2009; Jamal y Camargo, 2014; Scheyvens y Biddulph, 2017), que ofrece la posibilidad de viajar y disfrutar de actividades de ocio fuera de su residencia habitual principalmente a clases privilegiadas medias y altas, y discrimina de éstas a los pobres y marginados. Una exclusión que se constata tanto en su consumo, en su producción, como en el reparto de los beneficios en los destinos turísticos.

Si bien según la UNWTO (2014) el turismo inclusivo o accesible principalmente

hace referencia a ofrecer experiencias de calidad a personas que presentan distintas discapacidades (físicas, funcionales o psicológicas), esta inclusividad del turismo también debe tener en cuenta aspectos o privilegios dados por otras varias razones: tener un pasaporte, acceso fácil a un visado, capacidad adquisitiva y sensación de seguridad en el viaje.

En cuanto al visado y pasaporte, varios destinos del mundo requieren que aproximadamente dos tercios de la población mundial precise un visado antes de salir de su país, mientras el 18% de la población puede entrar en un destino sin necesidad de un visado y un 15% pueden recibir este visado en la misma llegada al destino (UNWTO, 2013). Las personas que por lo general no necesitan visados para viajar son de países del denominado primer mundo mientras que los que sí lo necesitan normalmente son de países considerados del tercer mundo. De ello se desprende que los ciudadanos de los países más desarrollados siempre tienen más facilidad para moverse alrededor del mundo (Nair, 2017). Puesto que el visado es aceptado o negado por el país que uno quiere visitar, ello puede influir en quién se deja entrar o no, sin tener que dar muchas explicaciones, si alguna. Si resulta difícil obtener un visado para un país en particular, es probable que el viajero no se tome el tiempo en obtenerlo y a la vez opte por otro destino que no genere tantas molestias (UNWTO, 2013). Tales restricciones permiten a los gobiernos filtrar a aquellas personas que dejan entrar y excluir aquellas otras que podrían ser consideradas terroristas, inmigrantes ilegales o disidentes políticos, sin obviar que además cobran una tasa para aumentar

sus ingresos (Bangwayo-Skeete y Skeete, 2016).

Otra variable a tener en cuenta es la seguridad, puesto que hay personas de determinadas etnias que se enfrentan a acciones discriminatorias en forma de xenofobia, racismo y más recientemente, islamofobia (Torabian y Miller, *op. cit.*). El racismo es inherente a la historia de los Estados Unidos. Es un país con un elevado porcentaje de indios nativos, de gente traída de sus países como esclavos e inmigrantes de Latinoamérica por lo que se ha generalizado un tipo de jerarquía racial y social (Song, 2004). Los ingleses fueron los primeros en llegar para quedarse y siguen siendo los que tienen más poder junto a otros descendientes blancos de Europa (Song, *op.cit.*). Cuando los inmigrantes de Italia, Irlanda y los países del este de Europa comenzaron a llegar a los EE. UU., hicieron valer su color de piel blanca para reclamar más ventajas sociales y económicas, protagonizando actos de violencia contra los Negros como ejercicio de dominio racial (Nevels, 2007). Estas desigualdades y discriminación continúan vigentes a día de hoy.

Históricamente, viajar en Estados Unidos no ha sido fácil ni seguro para ciertos grupos raciales, predominantemente los Negros. Tanta ha sido la inseguridad para los viajeros Negros que, en el año 1936, se publicó un libro llamado “Negro Motorist Green Book” por Victor Hugo Green. Este libro fue creado por y para los Afro-americanos que querían viajar por el país, pero desconocían qué lugares serían seguros para que ellos pudieran visitar. Según Victor H. Green, “su objetivo era dar al viajero Ne-

gro información para evitarle problemas y vergüenzas y a la vez para que fuera más agradable su viaje” (Andrews, 2019). En la introducción de la publicación de 1948, se mencionó que se esperaba que algún día ya no tuviera que publicarse este libro porque habría igualdad de oportunidades y privilegios para este grupo racial en los EE. UU. (Andrews, *op. cit.*). El libro mostraba acomodaciones, estaciones de servicio, tabernas, restaurantes, etc. que serían aptos y seguros para los viajeros afro-americanos (Mitchell y Collins, 2013). En 1964, se aprobó la ley de Derechos Civiles que prohibió la discriminación basada en raza, color, sexo, religión u origen nacional, en lugares públicos como restaurantes, hoteles, parques, entre otros (*US Department of Labor*, 1964). Al cabo de dos años, se dejó de publicar el libro pensando que la situación mejoraría después de 30 años de su existencia. Recientemente, la polémica se ha retomado a raíz de la película basada en el libro de Green estrenada en el 2018, basada en la historia real del pianista afro-americano, Donald Shirley, y un hombre con ascendencia italiana, Frank ‘Tony Lip’ Vallelonga. Según Beck (2019), la película es considerada un ejemplo de ‘Salt and Pepper’, esto es, una película que habla de la evolución de una estrecha conexión entre una persona afro-americana y una persona blanca, cuya historia comienza en incompreensión, suspicacia y hostilidad, pero que al final terminan siendo amigos. Aunque muchos han celebrado esta película de ‘Green Book’, hay numerosas críticas. El tema y necesidad del libro en su origen fue para que los afro-americanos pudieran viajar por el sur, pero este aspecto crucial casi no es mencionado en la película dirigida por Peter Farrelly (Absher,

2018). En el libro se habla del ‘Deep South’, una región geográfica y cultural del sur de los EE. UU. donde se encontraban muchas plantaciones de terratenientes en las que trabajaban la mayoría de los esclavos negros. Los estados que componen esta región son Alabama, Georgia, Luisiana, Mississippi y Carolina del Sur, según el diccionario de Merriam-Webster. Otras fuentes también incluyen a los estados de Florida, Kentucky, Tennessee y Texas (World Atlas). Durante el tiempo de la Guerra Civil, estos estados querían preservar sus esclavos para que continuaran trabajando en las plantaciones, mientras que los estados del Norte, querían abolir esta tradición. La terminología ‘Deep South’ no se usó hasta años después del final de la Guerra Civil.

En cuanto a la comunidad de los latinos, a pesar de que muchos antepasados de éstos estuvieron presentes en el territorio de los EE. UU. (predominantemente Tejas, Nuevo México, Arizona y California) antes de que fuera un estado nacional (Arreola, 2004), parece como si el flujo de inmigrantes latinos fuese reciente. Ellos han sido también racializados y los efectos de la invisibilidad se perciben dentro de las instituciones sociales y políticas (Gruesz, 2002), también turísticas. Se enfrentan a situaciones discriminatorias a diario, tanto directas como sutiles (Feagin y Cobas, 2014), siendo los mexicanos los que más exclusión sufren (Arreola, 2004). Después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, aumentó el discurso xenofóbico hacia las minorías latinas y aumentó la vigilancia y militarización de la frontera entre EE. UU. y México por seguridad (Habell-Pallan, 2005).



Para los árabes y musulmanes, su facilidad para viajar cambió drásticamente después del 11 de septiembre de 2001. En las fronteras, sus movimientos suelen ser interpretados como sospechosos y arriesgados (Torabian y Miller, *op. cit.*), y se suele generalizar a todas las personas de esta comunidad como si fuesen iguales. También influyen los estereotipos en torno al mundo árabe como la intolerancia cultural, la inestabilidad política, la opresión patriarcal, entre otros (Harrison, 2001).

Los asiáticos han intentado asimilar la cultura americana después de su llegada al país (Zhou y Xiong, 2005). Por ello, hay una percepción generalizada de que los asiáticos son la minoría ejemplar en los EE. UU. porque supuestamente han podido mejorar su situación económica. Aunque esta realidad no incluye a todos los asiáticos. No obstante, la aparición de la COVID-19 en 2019-2020 ha causado un aumento de la xenofobia y los actos discriminatorios contra los asiáticos (Le, et al., 2020), aunque esta no es la primera vez que se ha culpado a los asiáticos de traer enfermedades. En la segunda mitad del siglo XIX, muchos asiáticos fueron llevados a los EE. UU. como mano de obra barata para la industria minera, la agricultura y la construcción del ferrocarril donde trabajaban en condiciones infrahumanas y eran culpados de los brotes de la viruela y la plaga bubónica (Chen, et al., 2020).

Tradicionalmente, la discriminación laboral se ha analizado desde la óptica racial y de género. Los economistas distinguen la discriminación por prejuicios y la discrimi-

nación estadística. La discriminación laboral de las minorías étnicas basada en prejuicios por parte de los miembros de las mayorías (que habitualmente toman las decisiones) comporta que los individuos de las minorías tengan salarios inferiores o menor acceso al empleo y a las oportunidades de promoción. La discriminación estadística ocurre al no ser posible observar directamente y evaluar los niveles de productividad (efectiva o potencial) de los individuos. En ese caso, los empleadores toman decisiones basadas en indicadores de productividad dentro de los cuales las características observables (sexo, color, origen étnico, práctica religiosa, etc.) aparecen como factores correlacionados con menores niveles de productividad (Tenjo Galarza y Herrera Idárraga, 2009). Así pues, a pesar que la discriminación es ilegal, los académicos sugieren que las formas de discriminación se vuelven más ocultas, radicando en procedimientos organizacionales como son las prácticas y las normas culturales. Este es el caso de la discriminación por género, como lo constatan Meyerson y Fletcher (2000), aunque también sucede con las minorías de identidad social diferenciada (Fernández-Salineró, 2019).

Por otro lado, como sostiene Aguilar Morales (2011), los medios de comunicación son uno de los espacios principales donde se producen y se masifican diferentes estereotipos, que niños y adultos aprenden, y que posteriormente influyen en cómo las personas se perciben y se relacionan entre sí. En este sentido, son estos estereotipos discriminatorios y racistas en los contenidos de los medios de comunicación los que

fomentan su legitimación, formando parte de la dimensión ideológica del racismo y la exclusión, lo que luego se traduce en conductas concretas de inclusión-exclusión (Iturriaga, 2016). Así, los anuncios publicitarios se consideran uno de los principales escenarios de construcción y objetivación del deseo de consumo y, consecuentemente, funcionan como uno de los instrumentos de legitimación de estereotipos y de normalización de la exclusión (Tipa, 2020). Según Jones (2014), los anuncios, además del mensaje del “cliente”, comunican una amplia serie de otros mensajes –indirectos y subliminales– que pueden tener un efecto aún más impactante en el espectador que el mensaje “original” o el planeado.

## I.2. Las minorías étnicas y el turismo

La discriminación se muestra como un conjunto de juicios y de comportamientos (más o menos manifiestos) que desfavorecen a una minoría (étnica, social, cultural) que ha sido categorizada como exogrupo. Esto es, que una mayoría identificada como superior ha elaborado una escala, una jerarquía que excluye a los grupos identificados como minoritarios, heterodoxos. En la sociedad occidental actual se observa que prácticamente para todas las minorías étnicas predomina la discriminación latente sobre la manifiesta, por lo que su exclusión social sigue persistiendo (Pérez et al., 2002). Además, imágenes de estereotipos negativos refuerzan que las minorías sean vistas una amenaza para la seguridad nacional (Burton y Klemm, 2011; Stephenson, 2006). Así, los ciudadanos de minorías étnicas

son particularmente vulnerables a los prejuicios raciales y a las reacciones xenófobas de los cuerpos policiales de frontera, a los trámites de pasaporte y visados, tanto en las fronteras internas como externas (Stephenson, 2006). Habitualmente la literatura que analiza el movimiento de los grupos étnicos suele centrarse en razones migratorias y de asilo y deja al margen las actividades turísticas (Stephenson, *op. cit.*). Ello se debe a que las minorías étnicas suelen ser vistas como parte del producto turístico en vez de potenciales compradores de vacaciones y actividades turísticas (Klemm y Kelsey, 2004). Ello explica que las minorías en EE. UU. no formen parte de la industria del turismo porque no siempre han sido incluidas.

Se entiende por turismo inclusivo aquel “turismo transformador en el que grupos marginados participan en la producción ética o el consumo del turismo y compartan sus beneficios” (Scheyvens y Biddulph, 2017, p.4). Hay dos enfoques de inclusión: la comunidad local del destino y los viajeros dentro del país emisor del turismo. Los grupos marginados pueden ser ambos grupos, consumidores y proveedores, pero cabe reconocer que ciertas comunidades no tienen los mismos beneficios y oportunidades y no siempre están incluidos. También cabe tener en cuenta la inequidad, los prejuicios, los estereotipos entre las minorías. En este sentido, se han criticado los ‘*all-inclusive resorts*’ porque tienden a resultar enclaves que están fuera del alcance de la población local, limitando las oportunidades de los emprendedores locales a vender servicios o bienes a los turistas (Scheyvens y Biddulph, 2017).

ph, *op. cit.*). Además, la población local no se beneficia de estos resorts y a la vez tiene restricciones de acceso, ya que muchas playas son reservadas principalmente para los turistas (Responsible Travel, 2011). Consecuentemente, los grupos étnicos tradicionalmente se han visto como parte del producto turístico, el objetivo exótico para satisfacer al turista, en lugar de ser considerados como potenciales compradores de viajes (Klemm y Kelsey, *op. cit.*); las culturas étnicas y minoritarias se han postulado básicamente como meros reclamos turísticos (Diekmann y Smith, 2015; Wall, 2017). Al no ser considerados como consumidores de ocio turístico tiene sentido que se sepa bien poco sobre sus motivaciones e intereses (Hubbard, 1978). En definitiva, la literatura científica ha obviado la inclusión de la comunidad local en la participación y los beneficios de la industria turística.

Asimismo, muchas agencias de viajes asumen que la población inmigrante en países desarrollados solo quiere ir de viaje a sus países de origen en vez de conocer lugares nuevos (Klemm y Kelsey, *op. cit.*). No obstante, la dinámica de los inmigrantes e hijos de inmigrantes es más compleja que todo ello, aunque sus preferencias turísticas sean poco entendidas e investigadas.

Aparte de la ausencia de ética e inclusión, destaca el desatino económico. Cada grupo étnico gasta una notable cantidad de dinero anualmente en viajar, aunque muchas compañías no destinen una estrategia de marketing específica para estos grupos BIPOC. Si se focaliza en los afro-americanos, se constata que estos gastaron alrededor de

63 mil millones de \$ el año 2018 en viajes solo dentro de los EE. UU. (AP News, 2018), teniendo en cuenta que un 17% viajan una o más veces al extranjero (Dillette et al., 2018). A pesar de estas cifras positivas, muchas de sus necesidades son ignoradas por la industria turística. Se desconoce que manifiestan cierta aprensión a viajar en grupos grandes, y acostumbran a ir a hoteles, restaurantes, etc. que les han recomendado sus amigos y familiares. En general, los académicos no han prestado mucha atención a la experiencia del turista minoritario y cómo sería viajar como una persona BIPOC (Kennedy, 2013). Los latinos representan un 18% de la población en EE. UU. y gastan aproximadamente 73 mil millones de \$ en viajar (*National Tour Association*, 2018). Sus hábitos de viaje son el doble de los latinos de primera generación, y no reparan en gastos cuando diseñan sus vacaciones. Los asiáticos están estereotipados por ser el grupo más asimilado a la población blanca. Es la minoría que principalmente tiene mejores sueldos y suele gastar un 43% más cuando viaja al extranjero que el resto de público general (Benavides, 2015).

Además, para ciertos grupos, su opción de viaje depende de los sentimientos de bienvenida y aceptación racial (Hudson et al., 2018). Se constata una forma de discriminación en los EE. UU. que afecta a varias minorías: los “*sundown towns*” (Loewen, 2018). Los ‘sundown towns’ son pueblos donde las minorías no deben salir a la calle cuando anochezca, pues han aprobado políticas de exclusión para prevenir que estos grupos se integren en sus comunida-



des (Loewen, *op. cit.*). Lee y Scott (2016) destacan que la discriminación racial hacia los afro-americanos cuando estos viajan es todavía prominente. También los latinos, dependiendo de su color de piel, sufren tratos discriminatorios. Los que tienen la piel más oscura suelen ser más discriminados que los que tienen la piel más clara (Wang, 2019; Lopez et al., 2008). Los asiáticos también mencionan que en establecimientos de servicios son tratados de forma diferente en comparación con los viajeros occidentales o que no se han sentido bienvenidos (Yang et al., 2018).

## II. METODOLOGÍA

El objetivo de este estudio es constatar si persiste la discriminación de las minorías BIPOC de los EE. UU., tanto en su rol de consumidoras de viajes como de productores. Se ha realizado un estudio exploratorio de los datos primarios obtenidos a través de una encuesta y entrevistas en profundidad a personas que se auto identifican como BIPOC, bajo el criterio de los EE. UU.

Para la encuesta, se creó un cuestionario con 10 preguntas con respuesta cerrada (salvo las dos primeras cuestiones) dirigido a personas que trabajan en turismo, están involucradas en esta industria o que son consumidores de actividades turísticas. En la Tabla 1 se incluyen estas preguntas hechas en la encuesta que tuvo lugar entre julio y diciembre de 2020. Se obtuvieron 261 respuestas válidas a través de las redes sociales Instagram y Facebook. Estas personas fueron preguntadas directamente por las auto-

ras, previo conocimiento que se trata de viajeros (tanto ocasionales como reiterativos) y/o están relacionadas con el sector profesional turístico, con posiciones socioeconómicas bien variadas. Se trata de un muestreo no probabilístico y de conveniencia a través de bola de nieve, debido a la dificultad para dar con personas BIPOC de tales características.

Estas preguntas del cuestionario coinciden con las realizadas en las entrevistas en profundidad y se basan en la revisión de la literatura científica, y concretamente en la manifiesta convivencia de las minorías étnicas con una discriminación latente por parte del resto de grupos, como señalan Pérez et al. (2002), Song (2004), Nevels (2007) o Feagin y Coas (2014), entre otros. Tales preguntas se crean con la intención de recabar información de primera mano en cuanto a la percepción personal de a) si persiste el trato discriminatorio en las minorías cuando estas viajan; b) si la promoción y el marketing de la industria turística olvida a las minorías; y c) si la industria turística menosprecia laboralmente a las minorías.

Así pues, se realizaron 14 entrevistas a personas del colectivo BIPOC (Tabla 2). También se utilizó la técnica de muestreo de bola de nieve para identificar a las personas con rasgos de interés similar para el estudio, esto es viajeros y/o profesionales del turismo que fueran BIPOC. Aunque no se preguntó sobre datos sociodemográficos, se buscó que tanto los encuestados como los entrevistados fueran viajeros que realizaran desplazamientos con asidua frecuencia y que laboralmente tuvieran una

**Tabla 1**  
**Cuestionario: relación de preguntas**

Preguntas del Cuestionario	
P1. ¿Cómo se autoidentifica? (Raza o etnia)	
P2. ¿Dónde vive?	
P3. ¿Por qué viaja?	Ocio
	Negocios
	Ambos
P4. ¿Por dónde viaja?	Destinos nacionales
	Destinos internacionales
P5. ¿Se siente cómodo viajando en su propio país?	Si
	No
	Depende del destino
P6. ¿Se siente cómodo viajando al extranjero?	Si
	No
	Depende del destino
P7. ¿Siente que la gente BIPOC está representada justamente en la industria de turismo (promociones, marketing, folletos, etc.)?	Si
	No
	No estoy seguro/a
P8. ¿Siente que hay diversidad dentro de la industria de turismo (influencers, anfitriones, juntas de turismo)?	Si
	No
	No estoy seguro/a
P9. ¿Siente que no ha sido tratado justamente en un hotel/restaurante a causa de su raza/etnia cuando estaba de viaje?	Si
	No
P10. ¿Alguna vez ha tenido que investigar cómo personas de su raza/etnia serían tratados en el destino que planeaba visitar?	Si
	No

FUENTE: Elaboración propia

relación con el sector turístico. La formación de cada uno de ellos es distinta, para tener un abanico más amplio de discurso, así como su enfoque viajero, esto es ya sea por negocios, ocio o ambos. Sus respuestas fueron grabadas y transcritas, para su posterior análisis de contenido atendiendo a los objetivos de la investigación. En las entrevistas, las preguntas eran abiertas para

valorar los comentarios y apreciaciones de cada entrevistado. La técnica de análisis de contenido supone la codificación y la clasificación de los datos con el objetivo de responder a las cuestiones planteadas inicialmente. Cuando las respuestas de los entrevistados llegaron a la saturación de la información, ya no se realizaron más contactos.

**Tabla 2**  
**Información sobre los entrevistados**

Persona Entrevistada (Raza o Etnia)	Día
E1. Negra con raíces brasileñas. Colabora en proyectos de turismo social (Díaspóra Negra en Brasil y España)	23-7-2020
E2. Africana americana. Creadora de Flynanced, un blog que enseña cómo ahorrar y viajar.	24-7-2020
E3. Latina árabe (Cuba y Túnez). Gerente de cuentas de un banco. Creadora de un blog, Viajes con Mami, para madres viajeras.	24-7-2020
E4. Filipina. Un blog donde destaca las experiencias de viajeros de color	30-7-2020
E5. Haitiana. Subdirectora de un colegio y blog de viajes	4-8-2020
E6. Afro Latina (Puerto Rico y la República Dominicana). Azafata para una aerolínea y tiene un blog de viajes	6-8-2020
E7. Latina, mexicana, Chicana. Fotógrafa	30-7-2020
E8. Latina, peruana. Blogger de viajes	29-7-2020
E9. Africana americana. Blog para viajeras Negras solas	27-7-2020
E10. Latina, dominicana. Fundadora de Latino World Travelers	29-7-2020
E11. Latina. Trabaja en el gobierno federal	26-7-2020
E12. Afroamericana. Blogger de viajes	4-8-2020
E13. Afro-latina, dominicana. Directora de Marketing en Latino World Travelers	29-7-2020
E14. Egipcia. Escritora independiente y creadora de un blog	10-8-2020

FUENTE: Elaboración propia

### III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Esta sección analiza los contenidos de los datos obtenidos para dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación: a) conocer si persiste el trato discriminatorio en las minorías en sus viajes; b) determinar si la promoción y el marketing de la industria turística olvida a las minorías; y c) observar si la industria turística menosprecia laboralmente a las minorías. *Grosso modo*, con las respuestas del cuestionario y las entrevistas, se valida la persistencia de la discriminación sufrida por los grupos de minorías durante sus viajes y la falta de representación de éstas en la industria del turis-

mo. A continuación, se desglosan y analizan los datos según cada objetivo, teniendo en cuenta que las personas que respondieron a la encuesta se auto-identificaron como parte de un grupo BIPOC, en el que sobresale un predominio de los latinos (57,9%), seguido por los Caucásicos (22,6%), los Negros (11,9%), los Asiáticos (9,6%), los Isleños del Pacífico (3%), los Indígenas (1,5%), y finalmente una mezcla étnica (0,8%). De todos ellos, el 83,5% sigue residiendo en los EE. UU., el 13% se ha trasladado a vivir a Europa y el 3,5 % en Asia. En cuanto a las personas entrevistadas, todas residen en los EE. UU. siendo predominante la procedencia latina.

El primer propósito de esta investigación es **conocer si persiste el trato discriminatorio en las minorías en sus viajes** y en general, se evidencia que, si bien las minorías no tienen ningún temor a viajar, si reciben ciertos tratos desagradables, y muestras de segregación y rechazo por cuestiones físicas, socioeconómicas y/o de diferencia cultural.

Así, los resultados de la encuesta constatan que estas minorías viajan mayoritariamente a destinos internacionales (77,8%), siendo los motivos vacacionales o de ocio (68,2%), los intereses principales del desplazamiento. Por tanto, los encuestados no muestran temor a viajar al extranjero ni a evitar ciertos lugares por temas de inseguridad personal, como lo resalta el 64,4% de los encuestados que se sienten cómodos y tranquilos en sus desplazamientos turísticos, a pesar de los estereotipos y prejuicios inherentes. Así lo reflejan los entrevistados, recordando sus experiencias tanto en el extranjero como en los EE. UU., aunque aquí solo se analizan las narrativas vividas en los EE. UU.

*“He tenido varias experiencias viajando por los EE. UU. en donde la gente ha querido tocar mi pelo. Esto es algo común en EE. UU. ya que a muchas personas le da curiosidad porque la textura de mi pelo es diferente, es más lacio... pero a veces, ha habido personas que han invadido mi espacio personal y tocado mi pelo sin mi permiso.”* (E9)

*“Muchas veces prefiero viajar a destinos donde sé que habrá personas Negras para no tener que preocuparme por mi seguridad tanto como quizás en otros lugares.”* (E5)

*“En restaurantes me han ignorado un par de veces mientras he viajado por los EE. UU. He notado que se demoran en sentarme, incluso a veces han sentado a otras personas antes que, a nosotros, que tampoco tenían reserva. En una ocasión estuve viajando con mi esposo por el norte del estado de NY hacía las cataratas de Niágara y paramos para ponerle gasolina al carro. El área en donde estuvimos estaba bien alejada de la ciudad y aunque solo paramos unos pocos minutos, la gente ahí nos miraba como si no deberíamos estar en ese lugar. Nos hicieron sentir bien incómodos y rápidamente nos fuimos”.* (E3)

La seguridad y la precaución es una de las razones que explican los entrevistados que los lleva a evitar visitar ciertas regiones del país. Un 28,4% de los encuestados también manifiesta que las tensiones raciales que se viven en los EE. UU. los ahuyenta de viajar en su propio país. A pesar de los discursos oficiales de respeto a las diferentes minorías étnicas, la realidad sigue mostrando prejuicios y tratos discriminatorios por el mero hecho de ser físicamente diferente. Así, algunos entrevistados manifiestan que toman precauciones y siguen rehusando visitar según qué lugares de EE. UU.

*“En los EE. UU. me siento más cómoda viajando a ciudades grandes y suelo evitar las más pequeñas donde por lo general hay menos diversidad. Aunque en pueblos del sur pueda ser que haya más población que sea Negra aún temo por la seguridad especialmente en este clima político -de Trump-.”* (E2)

*“Por lo general con las experiencias que he tenido a través de los años, me sien-*

to menos segura viajando por los Estados Unidos que en cualquier otra parte del mundo.” (E3)

“Cuando viajo con mi esposo que es Negro soy más consciente de donde nos quedamos para asegurarme que a él lo van a tratar bien y por temas de seguridad. Mientras hacíamos un viaje en coche a través de los EE. UU., yo hacía las reservas en cadenas de hoteles más grandes y conocidas.... en las que nunca hemos tenido problemas. Pero sí tengo que planear diferente cuando sé que voy a viajar con él.” (E10)

“De momento no he tenido ningún problema viajando por los EE. UU., pero es porque he evitado ir a ciertos estados. Más que nada he ido a ciudades grandes porque por lo general tienen una buena reputación en cuanto al trato de minorías. He pensado ir a estados que no tienen esa misma buena reputación, pero por el momento lo he reconsiderado y evitado al menos para no tener estrés mientras estoy planeando o disfrutando de mi viaje”. (E12)

“Dudaría de viajar por el sur de los EE. UU. por la historia que tiene de violencia contra minorías, en particular a personas Negras. Si fuera a ir a estos lugares, lo haría con más precaución que a ciudades más grandes”. (E9)

Uno de los prejuicios reiterados que muestran más frecuentemente los entrevistados es el trato discriminatorio por motivos de capacidad adquisitiva.

“A mi esposo y a mí nos encanta salir a comer especialmente fine-dining. Él es

Negro y nos ha pasado varias cosas cuando salimos a comer en viajes que hemos hecho. Una vez entramos a un restaurante a la vez que una pareja blanca. A ellos los llevaron a una mesa sin decirles nada, pero a nosotros nos preguntaron si teníamos reserva. Si teníamos, pero a la otra pareja no les hicieron la misma pregunta. Este era un restaurante con un menú de degustación y no sé si quizás pensaron que no podíamos pagarlo.” (E10)

“Me ha pasado durante mis viajes cuando visito una tienda de lujo en un centro comercial y la señora que trabajaba ahí me miraba raro como si no debiera estar ahí. Me parecía que a la señora no le gustaba que yo estuviera ahí.” (E9)

“He estado en restaurantes con mi pareja en los que nos hemos sentido ignorados por los trabajadores, como si nos dijeran “no deberías estar ahí”, o quizás pensaban que no podríamos pagar. Claro que no estamos seguros del motivo, pero ha habido veces que nos dejaron esperando tanto tiempo que nos levantamos y nos fuimos.” (E3)

A pesar de las medidas precavidas de los viajeros BICOP, los entrevistados manifiestan que también viven situaciones discriminatorias y vejatorias por el mero hecho de hablar su lengua materna. Así lo refleja este entrevistado:

“Con mi pareja por lo general hablamos ‘Spanglish’ en casa o cuando viajamos y ha habido ocasiones, como por ejemplo cuando estuvimos en Pensilvania o el norte de Nueva York, donde la gente nos miraba raro



*si hablábamos castellano o ‘Spanglish’ en vez de inglés.” (E3)*

La mayoría de los encuestados viajan por motivos de ocio (68,2%) y un 30,3% manifiesta que el motivo de su viaje es tanto ocio como negocios. Se podría pensar que, al viajar por negocios, el trato podría ser diferente, pero no es así:

*“Hubo un tiempo cuando viajaba por negocios por el país (EE. UU.) tenía que quedarme en hoteles para verificar el nivel de servicio que daban a los clientes sin que el hotel supiera el motivo de mi estancia. Los hoteles habían aceptado ser parte de un programa para clientes de un estatus de nivel alto. (...) Hubo un par de veces que los trabajadores en el hotel no me tomaron en serio como cuando me registré al llegar o durante la estancia. No fue hasta el check out que les dije quién era y qué hacía ahí. En ese momento vi el cambio total en los trabajadores y como me preguntaban si necesitaba algo o si podían ayudarme con algo. Es posible que pudiera haber tenido mejor servicio si no fuera Negra”. (E2)*

*“Por mi trabajo suelo viajar a menudo por los EE. UU., mayormente a Virginia y también a otros estados más al sur. Pero ya no me mandan a Arkansas por las malas experiencias que he tenido ahí en el pasado. Tengo otra compañera de trabajo que es Afroamericana que vive en Virginia que una vez la mandaron a Arkansas y tuvo también una muy mala experiencia... ya nunca más la mandaran ahí de nuevo”. (E3)*

Así pues, se manifiesta que los prejuicios en el ‘Deep South’, donde se ubicaban la

mayoría de las plantaciones durante la época de la esclavitud, perduran y es donde se constatan más muestras de discriminación.

*“Por trabajo, viajé con mi jefe a Kansas City, un lugar donde nunca había ido antes y estaba emocionada por conocer la ciudad. No pude evitar darme cuenta que a cada lugar que íbamos era como si todos me estuvieran mirando. A todos los establecimientos que entramos había solo gente blanca y yo era la única persona de color. Esto me hacía sentir fuera de lugar; ... lo que mencione a mi colega quien respondió diciendo que él no se sentía así. Durante el viaje no tuve ningún apoyo puesto que solo yo me sentía incómoda por lo que pasaba. Normalmente trato de olvidarme de estas situaciones, pero creo que, si lo hablamos más a menudo, otras personas verán que sí pasan estas cosas y que si deberían ser tomadas en cuenta”. (E8)*

*“Planeé hacer un viaje por el sur de los EE. UU. similar al ‘camino de derechos civiles’ de los años 60. Quería recrear los pasos de los líderes de ese movimiento para aprender más de la historia del país y de mis antepasados. Fui disuadida de viajar porque siendo una mujer Negra que iba a viajar con otras amigas Negras por el ‘deep south’, muchas personas me dijeron que eso no era una buena idea por temor de que pudiera pasarnos algo malo mientras viajábamos”. (E2)*

*“En los Estados del Sur no viajaría por su profunda historia de violencia racial. Me siento así por el clima político y porque está Donald Trump como presidente. Me*

*hace sentir que vivo en América, sí, y es una América aterradora*". (E5)

Así, el 60,5% de los encuestados considera que su condición étnica minoritaria les ha causado ser tratado con cierta indiferencia y menosprecio. Esto demuestra que perviven los prejuicios que afectan a ciertos grupos raciales y que esto les afecta en su forma de viajar. Algunos de estos prejuicios se deben a la capacidad adquisitiva o al uso de la lengua materna, como ya se ha señalado. En otras ocasiones, la discriminación no tiene ninguna explicación plausible. Es sencillamente supremacista, como lo constatan algunos entrevistados.

*"Hace unos años fui de viaje con unas amigas Afro-Latinas de Chicago a New Orleans. Mientras viajábamos yo iba manejando y tenía que tomar en cuenta los lugares que iba pasar y tomar ciertas precauciones. Tenía que asegurarme que seguía todas las reglas de tráfico para evitar cualquier contacto con la policía. Si yo fuese hacer algo equivocado pudiera poner a mis amigas en peligro. Lo que me daba más miedo es porque estábamos manejando de noche*". (E7)

Y ello conduce a que un 44,8% de los encuestados haya investigado el trato que reciben los miembros de su grupo racial antes de viajar al país elegido. Aunque esto no demuestra directamente la discriminación contra minorías, sí muestra que hay gente que teme ser discriminado en sus viajes y se siente obligado a buscar este tipo de información en aquellos lugares que se plantea visitar. A la vez también nos confirma la permanencia de la discriminación que

sufren ciertas minorías en su condición de turistas.

*"Antes del 2016, no había pensado en buscar cómo son tratadas las personas de mi raza en otro lugar. Ahora veo bloggers de mi color de piel que hablan de sus experiencias y he comenzado a buscarlo y le presté atención para ver qué me podría pasar si visito ciertos lugares dentro del país (EE. UU.) o en el extranjero. Es algo que antes nunca pensé que haría*". (E6)

En relación al segundo objetivo, **determinar si la promoción y el marketing de la industria turística olvida a las minorías**, los datos obtenidos muestran severamente esta exclusión. Los BIPOC perciben (en un 70,1%) que no están justamente representados en la industria del turismo (promociones, marketing, folletos, *influencers*, etc.). Solo un 9,6% se siente justamente identificado. Cuando a los entrevistados se realizó esta misma pregunta sobre la representación diversa que se observaba en los medios de comunicación de la industria turística, se dieron como ejemplos las revistas de "Travel and Leisure", "National Geographic" y "Conde Nast Traveler" y también la aplicación de Instagram. Las respuestas de los entrevistados reiteran esta notable percepción de infrarrepresentación:

*"Es bien raro no ver diversidad en los materiales de marketing de compañías grandes o de juntas de turismo. Cuando busco información e inspiración para un viaje suelo ver que la mayoría de bloggers e influencers son viajeros blancos o que pasan por ser blancos. Creo que nunca he vis-*

to a alguien con una mezcla similar a la mía ser parte de la representación”. (E3)

“Cuando hago una búsqueda rápida en Instagram de hashtags populares de viajes suelen tener la mayoría de personas blancas. La página de ‘Descubrir’ también resalta más a viajeros blancos y en esta página es donde el alcance de uno puede llegar a más personas más rápido. Es bien raro ver a alguien que se parezca a mí o alguien con la cual me podría identificar. Con el clima social y político de los Estados Unidos de momento y el empuje para más representación Negra se ha comenzado a cambiar la narrativa un poco para este grupo, pero aún no hay suficiente representación de la comunidad asiática o más específicamente filipina”. (E4)

“Cuando veo Instagram realmente no veo diversidad ni personas que se parezcan a mí. Normalmente suele ser una chica rubia o quizás la misma persona o pareja. Por eso prefiero buscar cuentas o blogs más pequeños para ver a alguien que se parezca más a mí en el lugar al que yo quiero ir. Últimamente se está haciendo un esfuerzo. Pero antes me hacía pensar que quizás yo no podía ir a esos lugares porque no lucía igual a las personas que veía en esos destinos”. (E6)

“Cuando veo páginas de Instagram y las fotos más destacadas, no suelo ver mucha diversidad. Cuando he visitado lugares predominantemente visitados por viajeros Negros (Nueva Orleans, Luisiana y Atlanta, Georgia), usamos varios servicios de los hoteles y las fotos e información de marketing que usan para promocionar ciertas ac-

tividades no es para nada diversa. Las fotos en los folletos son solo de turistas blancas y nunca de personas de color”. (E11)

“Por lo general suelo ver páginas web y blogs donde sé que voy a estar representada para poder sentirme más identificada porque en las compañías más grandes he notado que normalmente no hay esa diversidad.” (E8)

Mención aparte, son algunas pocas las empresas que optan estratégicamente por usar personas BIPOC en sus campañas promocionales con el fin de evidenciar su espectro inclusivo.

“Conozco a una influencer que tiene raíces latinas, pero por lo general nunca lo menciona ni parece estar orgullosa de ello.... a menos que le convenga. Esta persona tiene la piel bien blanca y puede pasar por una persona blanca. Hay compañías con las cuales ha trabajado que les gusta usarla como la ‘diversidad’ en sus promociones porque técnicamente lo es... aunque nunca ha tenido que pasar ciertas discriminaciones que otros Latinos con piel más oscura han pasado.” (E3)

Finalmente, dando respuesta al tercer objetivo, **observar si la industria turística menosprecia laboralmente a las minorías**, los datos obtenidos aúnan más en esta infrarrepresentación, pues el 63,6% de los encuestados considera que no hay diversidad en los proveedores, ni en las juntas de dirección de las empresas de turismo, ni en los anfitriones que dan la bienvenida a los visitantes.

*“Ya tenía el título en turismo y un cierto conocimiento de inglés, entonces comencé a buscar trabajos en esta industria. Aplique para trabajar en un hotel y concreté una entrevista. Todo parecía ir normal hasta que me vieron. Me comenzaron a hablar diferente y me ofrecían otro trabajo diferente del que se había hablado anteriormente diciendo que “no tenía el perfil para ese puesto pero que tenían uno de camarera de piso donde encajaría genial.” Al comienzo pensaba que era porque mi inglés aún no era suficientemente bueno y que necesitaba mejorar. Pero con el tiempo veía que mis amigas de piel más blanca tenían trabajos más estructurados o con más presencia al cliente mientras que a mis amigas Negras solo se les ofrecía trabajos de au pair o camareras de piso. (E1)*

*“La fotografía es una gran parte de la industria del turismo porque con fotos se crean las materias de marketing y los folletos que se usarán para vender un lugar. Las fotos motivan a la gente que quiere visitar a un lugar antes desconocidos para ellos. Como soy fotógrafa de viajes pienso en la representación de este medio. Ningún fotógrafo de viajes bien conocido que he encontrado ha sido una persona de color. Los fotógrafos que he visto destacados en las grandes cuentas con varias oportunidades siempre han sido blancos”. (E7)*

*“Nunca veo Latinos en conferencias de viajes. Fui varios años a la conferencia de New York Times y no vi ningún Latino hasta que un año finalmente hubo un fotógrafo cubano”. (E10)*

*“... La mayoría de información que encuentro en cuanto viajes viene de viajeros*

*caucásicos. Casi todo lo que he visto no incluye representación. Las grandes empresas como ‘Travel and Leisure’ y ‘New York Time Travel’ no veo diversidad ni personas que se parezcan a mí”. (E13)*

Los grupos étnicos que no se sienten representados ni incluidos en la industria del turismo han creado sus propias compañías para tener un espacio propio para ellos. Ahí pueden crear viajes a medida de las necesidades de la clientela que quieren atraer y reducir su preocupación de que no sean bien recibidos o directamente rechazados. Si viajan con una de estas compañías, saben que sus necesidades y preferencias se tomarán en cuenta para que disfruten de una buena experiencia. Todo ello demuestra esta falta de inclusión de las compañías existentes, y la necesidad de las “nuevas empresas” de dirigirse a estos grupos de minorías. Nos lo explican los entrevistados.

*“Después de haber viajado con compañías de viajes para negros, ya no veo el valor o beneficio de viajar con otro tipo de compañías porque he encontrado espacios en los cuales me siento representada y hay gente que piensa más similar a mi cuando está creando un viaje”. (E2)*

*“Aún no he viajado con una compañía de viajes y creo que la razón es porque pienso que no tomaron mis intereses en cuenta... Me sentiría más cómoda viajando con una compañía que fuese creada por latinos o personas de color porque así yo me sentiría más representada en ese espacio”. (E8)*

*“He viajado con Contiki y G Adventures pero no lo haría de nuevo. Noté que no ha-*



bía mucha diversidad entre los viajeros de estos tours y no me sentí bien. Ya en los materiales de marketing de estas compañías no había diversidad ...y yo normalmente era la única persona de color en sus viajes. Debido a estas experiencias, he encontrado una compañía de viajes que atienden a personas Negras. Aunque no suelo viajar con ellos, si son buenos recursos para obtener información de un destino o para hacer contactos a través de sus páginas web”. (E9)

“Cuando comencé a viajar buscaba páginas de viajeros latinos para encontrar gente como yo, pero las páginas no eran muy activas. Por eso y por falta de representación en otros grupos viajeros decidí crear mi propio grupo de viajeros latinos

llamado Latino World Travelers. Lo creé para tener un espacio donde me pudiera sentir representada, para las personas que quieran aprender de la cultura latina o viajar con latinos. Desde joven no me relacionaba con la experiencia blanca porque no tenía el mismo dinero que ellos tenían para poder viajar”. (E10)

A modo de resumen gráfico, el ejercicio de elaboración de nubes de palabras (wordclouds) a partir de los textos transcritos de las 14 entrevistas, permite comprobar cómo la discriminación y la falta de representación y de oportunidad aparecen con una centralidad destacada, junto a BIPOC e identidad, como elementos significativos de su carácter minoritario (Figura 1).

**Figura 1**  
**Nube de palabras relativo a los resultados de las entrevistas**



FUENTE: Elaboración propia



#### **IV. CONCLUSIONES**

El objetivo de este estudio es analizar si el rechazo latente que viven las minorías en las sociedades sigue manifestándose, a pesar de los discursos formales de igualdad y de no discriminación. Concretamente, se plantea observar la permanencia o ausencia de comportamientos, prejuicios y actitudes discriminatorias hacia los BIPOC, tanto en la industria turística como en la vivencia del propio viaje en los EE. UU. Esto es, a) conocer si persiste el trato discriminatorio en las minorías en sus viajes; b) determinar si la promoción y el marketing de la industria turística olvida a las minorías; y c) observar si la industria turística menosprecia laboralmente a las minorías. El análisis cualitativo de la información recopilada en la encuesta y las entrevistas, constata la vigencia del trato discriminatorio que los grupos étnicos y minoritarios sufren en sus viajes en este país. A pesar de los discursos oficiales y de las buenas intenciones de organizaciones mundiales como la OMT o la ONU, el respeto a la diversidad y a la inclusión de las minorías tanto en su condición de viajeros como en su presencia en las compañías turísticas no es una verdadera realidad. Ciertamente, esta falta de diversidad y de representación de los BIPOC ha creado oportunidades emprendedoras, con compañías dirigidas exclusivamente a estas comunidades, a dar respuesta a sus necesidades y a disminuir sus temores y rechazos. No obstante, se precisa un trabajo más contundente por parte de las administraciones públicas para erradicar estas segregaciones.

Se evidencia que los prejuicios son latentes y manifiestos en la sociedad actual, por

lo que se concluye con la imperante necesidad de velar por la inclusión de todas las personas, independientemente del color de su piel, origen o religión. Ello es deber de todos. Aunque el mundo del viaje ha evolucionado drásticamente en cuanto a cómo llegar de un destino a otro, a las comodidades ofrecidas y a las actividades que se pueden realizar, es hora que todos los viajeros puedan también disfrutar de su ocio sin temor a ser excluidos y a no ser tomados en cuenta. Se precisa que el racismo sistémico y arraigado que impera en la sociedad actual inicie una desescalada paulatina. Y aunque este cambio cultural suponga una demora en generaciones, se debe insistir y poner manifiestamente sobre la mesa para forzar acciones más contundentes. La política pública y las organizaciones internacionales no gubernamentales tienen un papel determinante. Esto es, deben impulsar cambios en los valores y creencias culturales de los sistemas educativos, desde la infancia a la universidad; políticas que refuercen la necesidad de cambiar la forma de pensar en cuanto al menosprecio según sea el color de la piel; o el hecho de asociar la piel con más melanina con pobreza, falta de educación, suciedad o persona no importante.

Es obvio que, para poder reducir la exclusión en esta industria, en el caso estudiado, se reclama la inclusión de personas BIPOC en las juntas de turismo, en los equipos de marketing y en puestos elevados, pero no con un efecto meramente “maquillador” y para que estas organizaciones sean reconocidas como corporativamente inclusivas, sino para aportar realmente ideas inclusivas y acciones representativas para todos los grupos étnicos. Se trata de dar oportu-

nidades a los que ya las merecen, pero que en muchas ocasiones no se les ofrece y/o ninguna. En este sentido, sería interesante crear certificaciones de empresas justas e inclusivas para todos los colectivos. En definitiva, las instituciones gubernamentales, las empresas privadas y la educación deben ser los entes ejemplarizantes.

En resumen, a través de los resultados del cuestionario y las respuestas de las entrevistas, se constata que el origen étnico de la persona sí influye en las experiencias turísticas, y se concluye que los beneficios de la inclusión en el sector del turismo ampliarían el acceso al consumo, a la producción y a la distribución de beneficios, como ya manifestaron Scheyvens y Biddulph (2017).

Las limitaciones de este estudio se deben precisamente a las narrativas de los entrevistados, puesto que evidencian sus experiencias personales. No se pretende generalizar ni asumir que todas las personas de algunas de estas comunidades BIPOC han pasado o vivirán las mismas experiencias. No obstante, sí nos dan una clara idea y ayudan a entender de primera mano cómo las personas que se autoidentifican como BIPOCs en los EE. UU. han sorteado distintos momentos discriminatorios durante sus viajes, como consumidores de actividades turísticas y/o en el entorno laboral turístico. Los momentos de discriminación en viajes al extranjero han sido omitidos en este trabajo.

## V. FUTURAS INVESTIGACIONES

Este estudio exploratorio abre nuevas líneas de investigación que lleve a analizar otros colectivos minoritarios, según el país

en el que se diseñe el estudio. En este sentido, las claves y valores culturales que rigen cada sociedad, tienen un peso determinante. Inclusive merecería la pena abordar las causas que conllevan tales discriminaciones y qué políticas e instrumentos se utilizan desde las administraciones públicas para gestionar estas desigualdades.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABSHER, A. (2018), Film and Television Reviews: Green Book. *The Popular Culture Studies Journal*, 7 (1), 212-214.
- AGUILAR MORALES, J. (2011), *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. Asociación Oaxaqueña de Psicología. México
- ANDREWS, E. (2019). *The Green Book: The Black Travelers' Guide to Jim Crow America*. Actualizado el 3 de marzo. <https://www.history.com/news/the-green-book-the-black-travelers-guide-to-jim-crow-america>
- ARREOLA, D. (2004). *Hispanic Spaces, Latino Places: Community and Cultural Diversity in Contemporary America*. University of Texas Press.
- Baker, E. (2002). Flying While Arab - Racial Profiling and Air Travel Security. *Journal of Air Law and Commerce*, 67 (4), 1375-1406. <https://scholar.smu.edu/jalc/vol67/iss4/9>
- BANGWAYO-SKEETE, P. F., & SKEETE, R. W. (2016). Who Travels Visa-Free? Insights into Tourist Hassle-Free Travel. *Journal of Travel Research*, 56(3), 407-418. doi:10.1177/0047287516643410
- BECK, B. (2019). Jim Crow and Internment in Green Book and George Takei's Allegiance. *Multicultural Perspectives*, 21(2), 133-136. doi:10.1080/15210960.2019.1606643
- BENAVIDES, J. (2015). *A Summary of Asian-Americans Travel Interests and Behaviors*. University of Minnesota Tourism Center.

- BOSCH, A. (2005). Convertirse en americanos. Las minorías étnicas y las dos guerras mundiales en Estados Unidos. *Ayer*, 229-252.
- BURKHARD, S. (2018). *Trekk Soft: Travel Trends Report 2018*. 45-47. [https://www.trekksoft.com/hubfs/website/resources/TrekkSoft\\_TTR-2018.pdf?hsLang=en](https://www.trekksoft.com/hubfs/website/resources/TrekkSoft_TTR-2018.pdf?hsLang=en)
- BURTON, D., & KLEMM, M. (2011). Whiteness, ethnic minorities and advertising in travel brochures. *The Service Industries Journal*, 31(5), 679–693. doi:10.1080/02642060902822083
- CHEN, H. A., TRINH, J., & YANG, G. P. (2020). Anti-Asian sentiment in the United States – COVID-19 and history. *The American Journal of Surgery*, 220 (3), 556-557. doi:10.1016/j.amjsurg.2020.05.020
- DIEKMANN, A., & SMITH, M. K. (Eds.). (2015). *Ethnic and minority cultures as tourist attractions* (Vol. 65). Channel View Publications.
- DILLETTE, ALANA K.; BENJAMIN, STEFANIE; and CARPENTER, CHELSEA (2018). *Tweeting the Black Travel Experience: Social Media Counternarrative Stories as Innovative Insight on #TravelingWhileBlack*. [https://www.researchgate.net/publication/327984361\\_Tweeting\\_the\\_Black\\_Travel\\_Experience\\_Social\\_Media\\_Counternarrative\\_Stories\\_as\\_Innovative\\_Insight\\_on\\_TravelingWhileBlack](https://www.researchgate.net/publication/327984361_Tweeting_the_Black_Travel_Experience_Social_Media_Counternarrative_Stories_as_Innovative_Insight_on_TravelingWhileBlack)
- FEAGIN, JOE R. & COBAS, JOSÉ A. (2014). *Latinos Facing Racism: Discrimination, Resistance, and Endurance*. Paradigm Publishers.
- FERNÁNDEZ-SALINERO SAN MARTIN, S. (2019). *Identificación organizacional y discriminación percibida en el ámbito laboral*. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Educación a Distancia (España).
- GARCÍA, S. (2020). ¿Qué significa la sigla BIPOC? *The New York Times*, BIPOC: qué significa la sigla - The New York Times (nytimes.com)
- GIBSON, C. (2009). Geographies of tourism: Critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33(4), 527–534.
- GRUESZ, K. S. (2002). *Ambassadors of Culture: The Transamerican Origins of Latino Writing*. Princeton University Press.
- HABELL-PALLAN, M. (2005). *Loca Motion: The Travels of Chicana and Latina Popular Culture*. New York University Press.
- HARRISON, D. (2001). *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies*. CABI Publishing.
- HUBBARD, R. (1978). A Review of Selected Factors Conditioning Consumer Travel Behavior. *Journal of Consumer Research*, 5(1), 1-21
- HUDSON, S., FUNGO SO, K. K., SO, F., MENG, F., CÁRDENAS D. & LI, J. (2018): Racial discrimination in tourism: the case of African-American travellers in South Carolina, *Current Issues in Tourism*, 23 (4), 438-451 DOI: 10.1080/13683500.2018.1516743
- ITURRIAGA, E. (2016), *Las élites de la ciudad blanca. Discursos racistas sobre la otredad*. Universidad Nacional de México. México.
- JAMAL, T., & CAMARGO, B. A. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11–30.
- JONES, C. (2014). “Ads send out more than the clients’ message” 121-130. En: Fiandaca, Daniele et al. (eds.), *Hacker, Maker, Teacher, Thief: Advertising’s Next Generation*. Creative Social, Reino Unido.
- KENNEDY, R. A. (2013). *Automobility, Hospitality, African American Tourism, and Mappy Victor H. Green’s Negro Motorist Green Book*. (Master’s Thesis, East Carolina University). <http://hdl.handle.net/10342/4210>.
- KIPROP, VICTOR. *Which States are considered the Deep South?*. 11 de abril 2019. World Atlas. <https://www.worldatlas.com/articles/which-states-are-considered-the-deep-south.html>
- KLEMM, M. S., & KELSEY, S. J. (2004). Ethnic groups and the British travel industry: servicing a minority

- city? *The Service Industries Journal*, 24(4), 115–128. doi:10.1080/0264206042000275226
- LE, THOMAS K.; CHA, LEAH; HAN, HAE-RA & TSENG, WINSTON (2020). Anti-Asian Xenophobia and Asian American COVID-19 Disparities. *American Journal of Public Health*, 110 (9), 1344-1375. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2020.305846>
- LEE, E. (2002). The Chinese Exclusion Example: Race, Immigration, and American Gatekeeping, 1882-1924. *Journal of American Ethnic History*, 21 (3), 36-62.
- LEE, K. J., & SCOTT, D. (2016). Racial Discrimination and African Americans' Travel Behavior. *Journal of Travel Research*, 56(3), 381–392. doi:10.1177/0047287516643184
- LOEWEN, J. W. (2018) *Sundown Towns: A Hidden Dimension of American Racism*. The New Press.
- LOPEZ, M. H., GONZALEZ-BARRERA, A. y KROGSTAD, J. M. (2018). *Latinos and discrimination*. Pew research Center.
- MAHAJAN, V. (2012). *The Arab World Unbound: Tapping into the Power of 350 Million Consumers*. HB Printing.
- MAHAJAN, V. (2013). Understanding the Arab Consumer. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2013/05/understanding-the-arab-consumer>
- MANDALA RESEARCH (2018). African American Travel Represents \$63 Billion Opportunity. *AP News*. <https://apnews.com/press-release/prglobe-newswire/a3ce2c034d2f0a9594fd18764f6faa83>
- MATACHE, M. (2020). Europe's Buried History of Racism and Slavery. *Político*. 29 junio. <https://www.politico.eu/article/europes-buried-history-of-racism-and-slavery/>
- MERRIAM-WEBSTER DICTIONARY. *The Deep South*. Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/the%20Deep%20South>
- MEXICO TOURISM BOARD TO SPONSOR HISPANICS IN TRAVEL CAUCUS. *Breaking Travel News!*. 7 de septiembre 2012. <https://www.breakingtravel-news.com/news/article/mexico-tourism-board-to-sponsor-hispanics-in-travel-caucus/>
- MEYERSON, D. E., & FLETCHER, J. K. (2000). A modest manifesto for shattering the glass ceiling. *Harvard Business Review*, 78(1), 126-136.
- MITCHEL, J. T., & COLLINS, L. (2013). The Green Book: "Safe Spaces" from Place to Place. *The Geography Teacher*, 11(1), 29-36. doi: 10.1080/19338341.2013.854259
- NAIR, S. (2017). Passport privilege entrenches inequality. *Eureka Street*, 27 (24), 33-36.
- NATIONAL TOUR ASSOCIATION (2018). *Hispanic Travel Market*. <https://ntaonline.com/markets/hispanic/>
- NGUYEN, T. T., CRISS, S., DWIVEDI, P., HUANG, D., KERALIS, J., HSU, E., ... NGUYEN, Q. C. (2020). Exploring U.S. Shifts in Anti-Asian Sentiment with the Emergence of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 703-22. doi:10.3390/ijerph17197032
- PÉREZ, J. A., MOSCOVICI, S., & CHULVI, B. (2002). Natura y cultura como principio de clasificación social. Anclaje de representaciones sociales sobre minorías étnicas. *Revista de Psicología Social*, 17(1), 51-67.
- RESPONSIBLE TRAVEL (2011). *All Inclusive Holidays - Sinner or Saint?* 6 de mayo. <https://www.responsibletravel.com/copy/should-all-inclusive-holidays-be-banned>
- SAFI, M. (2020). George Floyd killing triggers wave of activism around the world. *The Guardian*. 9 de junio, <https://www.theguardian.com/us-news/2020/jun/09/george-floyd-killing-triggers-wave-of-activism-around-the-world>
- SCHEYVENS, R. & BIDDULPH, R. (2017), *Inclusive Tourism Development*, *Tourism Geographies*, 20 (4), 589-609 <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>
- NEVELS, C. (2007). *Lynching to Belong: Claiming Whiteness Through Racial Violence*. Texas A&M University Press

- STATISTA RESEARCH DEPARTMENT (2019). *Share of adults in the United States by how often they go on vacation within the U.S. as of January 2017, by ethnicity*. <https://www.statista.com/statistics/667508/frequency-us-adults-go-on-a-vacation-by-ethnicity/>
- STEPHENSON, M. L. (2006). Travel and the “Freedom of Movement”: Racialised Encounters and Experiences Amongst Ethnic Minority Tourists in the EU. *Mobilities*, 1(2), 285–306. doi:10.1080/17450100600726662
- SONG, M. (2004), Introduction: Who’s at the bottom? Examining claims about racial hierarchy, *Ethnic and Racial Studies*, 27 (6), 859-877, doi:10.1080/0141987042000268503
- TENJO GALARZA, J. & HERRERA IDÁRRAGA, P. (2009). *Dos ensayos sobre discriminación: discriminación salarial y discriminación en acceso al empleo por origen étnico y por género*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- TIPA, J. (2020). “Latino internacional, no güeros, no morenos”. Racismo colorista en la publicidad en México. *Boletín de Antropología*, 35 (59), 130-153.
- TORABIAN, P., & MILLER, M. C. (2016). *Freedom of movement for all? Unpacking racialized travel experiences*. *Current Issues in Tourism*, 20(9), 931–945. doi:10.1080/13683500.2016.1273882
- UNWTO, World Tourism Organization (2014). *Recommendations for an accessible tourism for all*. Madrid.
- UNWTO, World Tourism Organization (1999), *Código ético mundial para el turismo*, [codigo\\_etico\\_mundial\\_-\\_turismo.pdf](http://www.unwto.org/es/codigo_etico_mundial_-_turismo.pdf) (urv.cat)
- U.S. CENSUS BUREAU (2010). [https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010\\_census/cb11-cn125.html](https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010_census/cb11-cn125.html)
- U.S. DEPARTMENT OF LABOR. *Legal Highlight: The Civil Rights Act of 1964*. <https://www.dol.gov/agencies/oasam/civil-rights-center/statutes/civil-rights-act-of-1964>
- U.S. TRAVEL ASSOCIATION. *U.S. Travel Answer Sheet*. 2019. <https://www.ustravel.org/answersheet>
- WALL, G. (2017). Ethnic and Minority Cultures as Tourist Attractions. *Journal of Tourism Futures*, 3 (2), 196-197.
- WANG, HANSI LO (2019). *New Report Takes a Deeper Look at How Latinos Experience Discrimination in the US*. Pew Research Center: All Things Considered. <https://www.npr.org/2019/04/09/711536566/new-report-takes-a-deeper-look-at-how-latinos-experience-discrimination-in-the-u>
- YANG, E. C. L., KHOO-LATTIMORE, C., & ARCODIA, C. (2018). Power and empowerment: How Asian solo female travellers perceive and negotiate risks. *Tourism Management*, 68, 32–45.
- ZHOU, M., & XIONG, Y. S. (2005). The multifaceted American experiences of the children of Asian immigrants: Lessons for segmented assimilation. *Ethnic and Racial Studies*, 28(6), 1119–1152. doi:10.1080/01419870500224455

## NOTAS

- (1) Resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999)