

# EL TURISME MICE I LA SEXUALITZACIÓ I ASSETJAMENT DE LES HOSTESSES A CATALUNYA

Nom de l'estudiant: Marta Cuixart Vilavella

Nom del tutor/a: Enric Camón Luís / Aina Fernàndez Aragonès

20/06/2021

**MEMÒRIA DEL TREBALL DE FINAL DE GRAU**

---

**Curs: Quart**

**Estudis: Titulació Grau en Turisme i Gestió del Lleure**

## RESUM

L'objectiu d'aquest treball és donar visibilitat a l'existència de la sexualització i assetjament que reben les noies en fer d'hostesses dins el turisme MICE i fer conèixer la seva opinió. La investigació es contextualitza en el territori de Catalunya.

Per tal d'assolir els objectius plantejats en la recerca es realitza un doble estudi, un quantitatiu, a partir d'una enquesta destinada a noies que han estat hostesses d'esdeveniments i un de qualitatiu amb un seguit d'entrevistes a diverses noies que han estat hostesses del *Mobile World Congress*.

El treball es divideix, primerament, en un apartat on s'exposen els Antecedents/Marc Teòric, seguida d'una sèrie d'objectius i hipòtesis, els quals es resoldran a partir d'una metodologia que es porta a terme per l'obtenció i l'anàlisi de dades. Posteriorment amb els resultats obtinguts de les enquestes i entrevistes realitzades s'extreuen unes conclusions generals de l'estudi.

**Paraules clau:** Turisme MICE, hostesses, sexualització, assetjament, discriminació, *Mobile World Congress*.

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es dar visibilidad a la existencia de la sexualización i acoso que reciben las chicas al ser azafatas dentro del turismo MICE y dar a conocer su opinión. La investigación se contextualiza en el territorio de Cataluña.

Para alcanzar los objetivos planteados de la investigación se realiza un doble estudio, uno cuantitativo a partir de un cuestionario destinado a aquellas chicas que han sido azafatas de eventos y otro de cualitativo con un seguido de entrevistas a diferentes chicas que han sido azafatas del *Mobile World Congress*.

El trabajo se divide, primeramente, en un apartado donde se exponen los Antecedentes/Marco Teórico, seguida de una serie de objetivos e hipótesis que se resolverán a partir de una la metodología que se lleva a cabo para la obtención i el análisis de datos. Posteriormente con los resultados obtenidos de las encuestas y las entrevistas realizadas se extraen unas conclusiones generales del estudio.

**Palabras clave:** Turismo MICE, azafatas, sexualización, acoso, discriminación, *Mobile World Congress*.

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to give visibility to the existence of sexualization and harassment that girls receive when they are MICE tourism hostesses and make their opinion known. The research is contextualized in the territory of Catalonia.

To achieve objectives, set out in the project, a quantitative study is carried out by a questionnaire aimed at girls who have been hostesses. On the other hand, a qualitative study is carried out with several interviews to different girls who have been hostesses at the Mobile World Congress.

The work is divided into two parts. First, into a section where Background/Theoretical Framework is presented, followed by several objectives and hypotheses that will be solved from a methodology that is carried out to obtain and analyse the data. Then, with the results from the surveys and the interviews some general conclusions of the study are drawn.

**Keywords:** MICE tourism, hostesses, sexualization, harassment, discrimination, Mobile World Congress.

## ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b> .....	5
<b>2. MARC TEÒRIC</b> .....	7
<b>2.1. ANTECEDENTS</b> .....	7
<b>2.2. TURISME</b> .....	8
<b>2.2.1. HOSTESSA COM A OCUPACIÓ LABORAL</b> .....	13
<b>2.3. DESIGUALTAT I DISCRIMINACIÓ SEXUAL I LABORAL</b> .....	17
<b>2.3.1. SEXUALITZACIÓ I ASSETJAMENT SEXUAL</b> .....	21
<b>2.4. CONCLUSIONS DEL MARC TEÒRIC</b> .....	25
<b>3. OBJECTIUS I HIPÒTESIS</b> .....	26
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	27
<b>4.1. RECOLLIDA DE DADES</b> .....	27
<b>4.1.1. ENQUESTA</b> .....	28
<b>4.1.2. ENTREVISTA</b> .....	32
<b>4.2. TÈCNiques D'ANÀLISI DE DADES</b> .....	33
<b>4.3. RESULTATS</b> .....	34
<b>4.3.1. VARIABLES DE CLASSIFICACIÓ. DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA</b> .....	34
<b>4.3.2. VARIABLES DE L'ESTUDI</b> .....	38
<b>4.3.2. VARIABLES CREUADES</b> .....	45
<b>4.3.3. ANÀLISI ENTREVISTES</b> .....	47
<b>4.4. CONCLUSIONS</b> .....	48
<b>5. BIBLIOGRAFIA</b> .....	51
<b>6. ANNEXOS</b> .....	57
<b>6.1. QÜESTIONARI</b> .....	57
<b>6.2. PREGUNTES ENTREVISTA</b> .....	62
<b>6.2.1. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 1</b> .....	63
<b>6.2.2. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 2</b> .....	65
<b>6.2.3. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 3</b> .....	67
<b>6.2.4. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 4</b> .....	69
<b>6.2.5. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 5</b> .....	70
<b>6.2.6. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 6</b> .....	72
<b>6.2.7. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 7</b> .....	74
<b>6.2.8. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 8</b> .....	75
<b>6.2.9. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 9</b> .....	77
<b>6.2.10. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 10</b> .....	79
<b>6.2.11. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 11</b> .....	80

## 1. INTRODUCCIÓ

El turisme representa un sector de gran importància pel desenvolupament de l'economia, a través de les activitats que genera dins el panorama socioeconòmic d'un país. Ajuda a la creació de nous llocs de treball, a la generació d'ingressos d'exportació, al disseny i execució d'infraestructures, que aquestes, s'adapten per rebre més visitants en cada destinació tant a escala nacional com internacional (OMT<sup>1</sup>, 2020).

El creixement de les arribades de turistes internacionals i dels ingressos segueix avançant al de l'economia mundial, i tant les economies emergents com les avançades s'estan beneficiant de l'augment dels ingressos del turisme internacional. L'any 2018 l'augment d'arribades de turistes internacionals va ser d'un 5%, el PIB mundial es posicionava amb un 3,6% mentre que els ingressos derivats de les despeses dels visitants, obtenia un 4,4%. Les exportacions turístiques van més ràpidament que les exportacions de mercaderies fent que en molts països el dèficit comercial disminuís. Aquest creixement comporta una responsabilitat a l'hora de garantir una gestió efectiva que minimitzi qualsevol efecte advers del turisme. S'ha de gestionar de manera sostenible per aconseguir un benefici comú. És necessari créixer en valor i no només en volum. Els avenços com la digitalització, la innovació i els canvis socials fan que el sector turístic es pugui anar modelant, fent que tant les destinacions com les empreses del sector s'hagin d'anar adaptant per assolir una continuació dins aquest mercat competitiu (OMT, 2019).

Tanmateix, les motivacions per les quals una persona escull una destinació o una altra, van relacionades amb les característiques del o la turista, sigui per la nacionalitat o fidelització que tingui amb una certa destinació, com per característiques de caràcter més personal, com ara el gènere, l'edat i la composició del grup de viatge (Beerli, León i Moreno, 2012). Segons l'OMT (2019), l'oci és el motiu principal de viatjar, situant-se en un 56%, del total, en qualsevol regió del món, a excepció d'Orient Mitjà. Específicament, el turisme de negocis i motius professionals representa el 13%.

Malgrat que el turisme de negocis, o també conegut com a turisme MICE<sup>2</sup>, genera un volum de negoci de 20 milions d'euros anuals, posicionant les ciutats de Madrid i Barcelona entre les 4 més importants d'Europa en l'organització d'esdeveniments, congressos, fires, entre d'altres (Laporta, 2020), es poden destacar altres cares de la moneda, on aquest sector no queda exempt, com ara la desigualtat i discriminació laboral que reben les dones.

---

<sup>1</sup> Organització Mundial del Turisme.

<sup>2</sup> Acrònim en anglès per referir-se al conegut turisme de reunions o negocis (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*).

La divisió sexual del treball és un concepte que capta tres dimensions (Cañada i Moreno, 2018):

- És una distribució de tasques que no és fruit de l'atzar ni de simples negociacions individuals, sinó d'estructures socioeconòmiques i polítiques que fan realment difícil aquesta negociació, sinó impossible.
- El sexe funciona com a criteri clau per assignar treballs i s'acompanya d'una divisió ètnica i de classe.
- S'associen a la feminitat els treballs que atorguen menys poder, els més invisibles.

A través dels anys, aquesta desigualtat i discriminació cap al gènere femení s'ha anat arrelant amb més força fins a l'actualitat. Però... Com ha estat possible? Probablement la religió hagi tingut un paper força important per aquest succés, ja que segons moltes d'elles, la dona viu per l'home, pel seu benestar i la cura de la llar (Sanz, 2018). Així, posicionant l'home per sobre amb la capacitat de fer i dir el que es vulgui, deixant de banda tots els valors humans i els drets igualitaris de la dona. És així se n'han anat generant una sèrie de toleràncies a favor de l'home, que en cadena, passen de generació en generació, fent així una difícil reestructuració social i canvi de pensament. (Sanz, 2018).

Aquest Treball de Final del Grau en Turisme i Gestió del Lleure pretén donar visibilitat i analitzar l'existència de la sexualització i l'assetjament de la dona, concretament en l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments dins el turisme de reunions català exposant opinions i vivències, ja que s'han trobat diversos articles dels últims anys on es denuncia i es critica la precarietat i condicions en les quals treballen les hostesses d'esdeveniments, reivindicant les situacions de discriminació, sexisme i cosificació de gènere en què són sotmeses aquestes noies en qualsevol tipus d'esdeveniment.

Seguidament es deixen els titulars d'alguns d'aquests articles:

- "Faldilla curta, alçada mínima i talla 36, requisits sexistes per les hostesses del *Mobile*". - Notícia de TV3 del 2019.
- "*Arran critica la "sexualización laboral y la precariedad" de las azafatas del Mobile*". - Article de *El Periódico* del 2019.
- "*Azafatas y sexismo*" - Article de *El Periódico* del 2018.
- "*La medida más discriminatoria del Mobile: un plus para las más altas*" – Article de *Metrópoli Abierta* del 2019.
- "El TSJC ratifica les multes a Toté Vignau per haver fet treballar hostesses del Godó en màniga curta malgrat el fred" - Article d'ARA del 2020.

Una de les principals motivacions a l'hora de realitzar aquest estudi és descobrir les percepcions obtingudes per part de les noies un cop han fet aquesta feina i quins han estat els motius pels quals l'han escollit. A la vegada, un dels motius de la realització d'aquest estudi ve donat a causa d'anar parlant amb persones properes, les quals recriminaven certes situacions discriminatòries viscudes exercint d'hostesses d'esdeveniments.

El treball situa l'estudi a la comunitat autònoma de Catalunya, ja que aquesta disposa de nou destinacions amb modernes instal·lacions capacitades per acollir 107 experiències per gaudir, pensades per a grups de turisme de reunions (Agència Catalana de Turisme, 2019), deixant la capital de la regió, Barcelona, com a la tercera ciutat europea amb més de 2.130 esdeveniments l'any 2018, valorant una activitat turística que va generar un impacte econòmic rècord de 1.851 milions d'euros (Santos, 2018).

## **2. MARC TEÒRIC**

### **2.1. ANTECEDENTS**

Al llarg de la història l'elaboració del món simbòlic, del significat i del sentit ha estat en mans d'homes, per tant han construït una representació del món a la seva imatge semblança, concebant l'imaginari masculí com a prototip, patró i mesura de tot l'existent. D'aquesta manera s'ha establert el paradigma patriarcal (Araya, 2016). Es poden trobar diferents estudis que parlen de la sexualització de la imatge de la dona, l'assetjament, la discriminació i desigualtat relacionats amb el sector turístic.

Segons Daniela Moreno i Ernest Cañada (2018), en el seu estudi "Dimensions de gènere en el treball turístic", exposen que hi ha una habitual tendència en pensar que el gènere, com a anàlisi, es limita en comptar números d'homes i de dones, obviant les diferències qualitatives en matèria de presència, participació i exercici de drets.

És així que estudis com el de l'Oficina Internacional del Treball (2003) i de Daniel Elneser (2015), busquen informar sobre les desigualtats i discriminacions de la dona dins l'àmbit laboral. El primer, que realitza l'estudi per títol "*La hora de la igualdad en el trabajo*" es centra més en la discriminació i en quins beneficis pot aportar l'eliminació d'aquesta. Per altra banda, l'estudi del segon, cerca la situació i evolució de la dona en el mercat laboral espanyol en els últims sis anys, amb la finalitat d'aconseguir evidències envers les desigualtats laborals existents comparades amb la posició de l'home.

Entrant en matèria de la sexualització de la dona, podem trobar estudis com el de Cristina Sanz (2018) amb *“La sexualización en la actualidad internacional”* i Diana Isel Araya (2016) amb *“Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal”*, on s’investiga sobre la violència de gènere, sobre la dona en l’àmbit mundial i la relació existent entre la influència de la imatge femenina imposada a la dona, dins una societat patriarcal, respectivament.

Pel que fan estudis vinculats amb el sector turístic, María Dolores González (2019) explica en el seu estudi de *“¿Dónde están las mujeres?”*, la notòria desigualtat en la participació de la dona en el turisme MICE, analitzant la seva presència en les institucions de promoció turística, llocs de promoció i comercialització en cadenes hoteleres i agències de viatges dins de fires professionals, amb el cas d’IFEMA<sup>3</sup>.

També, exposa que encara perdura la feminització de determinats treballs en l’àmbit de les fires professionals com ara el de coordinadora de *stand*, cambrera, personal de neteja i hostessa.

A més, Núria Abellan, Carla Izcara i Marta Salvador (2020), busquen donar visibilitat a través d’exemplificacions de manifestacions, la desigualtat de gènere i la precarietat dins el sector turístic que trobem en el conjunt de la societat, a través del seu article *“Feminización del empleo turístico y precariedad laboral”*.

Posteriorment a la recerca exhaustiva, es pot concloure que hi ha una relació entre la desigualtat i la discriminació laboral, envers el turisme. Tanmateix, no s’ha trobat cap estudi que hagi investigat amb profunditat sobre la sexualització i l’assetjament d’un lloc de treball específic, com ara el de les hostesses de convencions i congressos, és a dir, del turisme MICE, a cap nivell del territori, com es proposa en aquest treball. Si més no, es pot obtenir una mínima informació, a partir d’articles en portals webs de notícies o diversos *blogs*.

## 2.2. TURISME

*El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2020).*

---

<sup>3</sup> Fira de Madrid.



El turisme és una de les activitats econòmiques, social i cultural més importants amb la qual es beneficia avui en dia un país. Aquesta indústria augmenta notablement la inversió en construccions d'infraestructura i edificacions, genera un gran nivell de desenvolupament en les àrees involucrades, augmenten les divises, les taxes d'atur disminueixen notablement generant benestar en les comunitats afectades, és a dir, que crea impacte en el moviment i reactivació del lloc on es desenvolupa. (Raffino, 2020).

Aquest sector és el que més riquesa aporta dins l'economia espanyola, amb un total de 176.000 milions d'euros anuals, representant el 14,6% del PIB, així creant 2,8 milions de llocs de treball (Hosteltur, 2019).

No obstant, el sector turístic s'enfronta a un gran inconvenient com és l'estacionalitat, ja que presenta uns efectes negatius notables, materialitzant-se en el baix rendiment i qualitat dels productes o serveis que s'ofereixen, annexat amb la infrautilització de la seva capacitat productiva, les reduccions que es produeixen a nivell microeconòmic i macroeconòmic que afecten altres sectors de l'economia nacional. Aquest desequilibri genera una amenaça de primer nivell pel creixement sostenible, la fidelització turística i la gestió de la marca (Duro i Turrión-Prats, 2017).

Pel que fa a les tipologies turístiques, en trobem diverses, algunes de més conegudes, com ara la de sol i platja, que seria la més tradicional, el turisme de naturalesa, el turisme de salut, el turisme cultural, el turisme LGBTI i el turisme de reunions (Sánchez, 2020), el qual es parla amb profunditat en aquest treball, a continuació.

El turisme MICE és el que es coneix com a turisme de reunions o negocis. És un sector amb empenta actualment, exceptuant el factor extern de la pandèmia de la COVID-19, que no només aporta uns beneficis directes cap als empresaris o professionals del sector terciari, sinó que ajuda a la desestacionalització en les mateixes destinacions, augmentant d'aquesta manera la demanda de serveis d'oci de la zona (Euroforum, 2018).

Segons la *Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA<sup>4</sup>)*, el turisme MICE és un gran generador de riquesa, encara que moltes ciutats espanyoles no exploten tot el seu potencial.

---

<sup>4</sup> Grup representatiu d'agències d'organització integral d'esdeveniments, a nivell jurídic financer i creatiu.

En aquesta branca del turisme, es poden dividir en diverses tipologies, com les següents (Sánchez, 2017):

- Fires: es representen com a esdeveniments periòdics d'un sector en concret, amb la finalitat de promocionar i comercialitzar productes o serveis.
- Convencions: Són aquelles reunions realitzades per una organització i dirigida als seus propis membres.
- Exposicions: la seva finalitat és purament cultural, informativa o educativa.
- Viatges d'incentiu: fan referència a aquelles recompenses per motivar els treballadors d'una empresa, preparats amb activitats d'oci i vocacionals.
- Congressos: són esdeveniments periòdics, organitzats per algun tipus de federació, col·lectiu, associació, etc. On també es trobaran les conferències.
- Jornades o seminaris: fan referència a esdeveniments puntuals sobre una temàtica, en concret, amb la finalitat de ser coneixedors d'alguna causa, situació i perspectiva.

El turisme de negocis es caracteritza per la seva estacionalitat i rotació, és a dir, els mesos més prioritaris per celebrar reunions, congressos, fires i convencions són octubre, novembre, gener i febrer. Encara que pels viatges d'incentiu són característics els mesos d'estiu.

S'ha calculat que la duració mitjana de les reunions a Espanya és de 2,44 dies, destacant-se entre 251 i 500 participants per reunió. Aquest segment proporciona un atractiu extra, a part de la inversió en infraestructura, promocions i capacitat dels recursos, a les ciutats escollides per realitzar aquesta tipologia de turisme (Sánchez, 2017). Alguns dels motius pels quals Espanya és un dels països més escollits pel turisme MICE, celebrant-se un total de 595 esdeveniments internacionals, té relació amb les instal·lacions i infraestructures hoteleres que s'ofereixen per aquest tipus d'esdeveniments, l'accessibilitat des de qualsevol part del món i les bones connexions de transport. I finalment, un dels motius principals és la climatologia favorable que alberga quasi tot l'any (Euroforum, 2018).

Pel que fa al panorama català, Barcelona es presenta com la ciutat amb més influència dins el turisme MICE. De fet, l'any 2017 es va posicionar com la ciutat del món que va acollir més congressos internacionals, amb un total de 195, segons la *International Congress and Convention Association (ICCA)* (Hosteltur, 2018).

Es parla d'una ciutat que està en constant evolució i que es pot arribar a adaptar amb certa facilitat a tots els canvis que es demanen en un mercat de negocis. El sector MICE l'ha escollit com a gran receptora de gran quota d'esdeveniments, dipositant-hi una gran confiança i aquesta no defraudant (Gavilán, 2019). Una destinació amb una garantia d'èxit molt elevada. No obstant, el que l'Agència Catalana del Turisme (ACT) busca és diversificar el turisme MICE per tot Catalunya, ja que el territori està qualificat per acollir fires, convencions i congressos i no centrar-se tant en Barcelona (Hosteltur, 2018), així deixant-la respirar, tot sabent que produeix importants ingressos per la comunitat autònoma catalana.

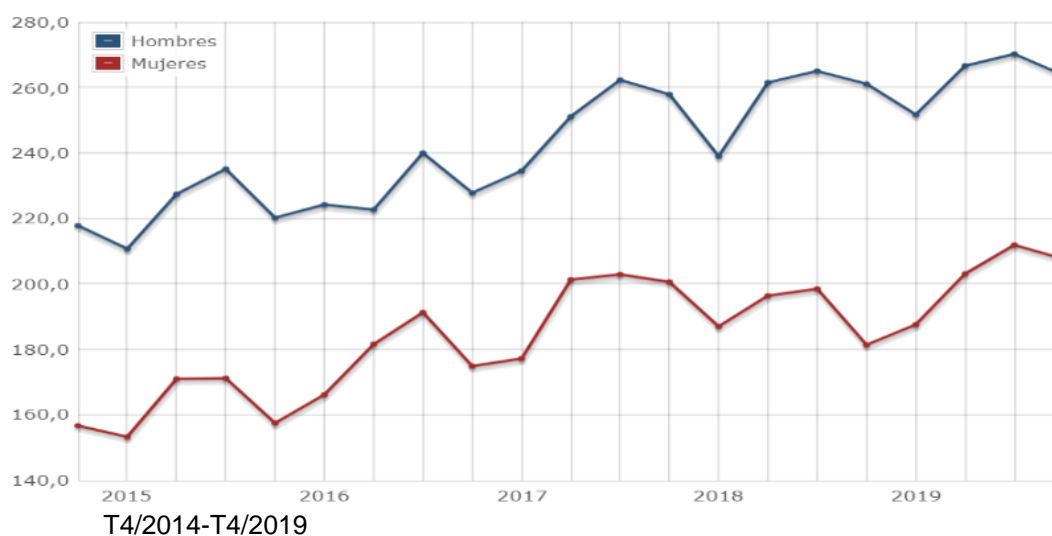
Pel que fa a la relació amb el gènere, les noves generacions, les noves polítiques, l'accés a la informació han fet que cada vegada el paper de la dona dins el sector turístic sigui més rellevant, així, representant entre el 55% i el 70% de les treballadores del sector a nivell estatal (Ostelea, 2018) i un dels objectius del turisme és donar poder a les dones de múltiples maneres i en particular mitjançant la provisió de llocs de treball i oportunitats de generació d'ingressos en empreses grans, mitjanes i petites, relacionades amb el turisme (OMT, 2020).

*“El turismo tiene la potencial de contribuir a una mayor igualdad de género y al empoderamiento de la mujer en todo el mundo”* (OMT, 2020).

Hi ha molts matisos que conformen la participació de les dones en el sector turístic i també en l'àmbit d'activitat MICE, com ara poden ser; expositores, organitzadores, conferenciants femenines, visitants, aquelles que treballen per empreses auxiliars que ofereixen el seu servei a l'activitat, com són les empreses d'hostesses (González, 2019).

El “Gràfic 1” mostra la població en el sector turístic dividida per sexe a Catalunya, des de l'últim trimestre de l'any 2014 fins a l'últim trimestre de l'any 2019, ja que la situació extraordinària de la COVID-19 ha paralitzat el sector turístic. S'observa que al llarg dels anys l'ocupació ha estat predominada pel gènere masculí (línia blava).

Gràfic 1. Població ocupada en el sector turístic. Per sexe. Catalunya.



Font. Idescat<sup>5</sup>, a partir de les dades de l'enquesta de població activa de l'INE (Instituto Nacional de Estadística).

Com és possible el resultat de dades d'aquesta gràfica, si hi ha més nombre de graduades que de graduats en les Escoles de Turisme?

S'ha demostrat que en els últims anys la nota mitjana d'estudis reglats en turisme ha estat superior per part de les noies (Hosteltur, 2020).

I si les dones componen entre el 55% i 70% del personal en el sector turístic del nostre país, com és que hi ha dades que diuen que hi ha més posicions directives i executives ocupades per homes i no per dones? Per què el baix percentatge de dones que ocupen aquestes mateixes posicions les remuneren amb un 15% menys que els homes? (Hosteltur, 2020).

Pel que fa al turisme MICE de Barcelona, es pot exemplificar amb el cas del *Mobile World Congress*, ja que és l'exposició més influent mundialment per a la indústria de la connectivitat. Acollint, l'any 2019, 2.400 expositors, 8.000 directors executius i el 59% de prenedors de decisions més importants del sector (MWCBBarcelona, 2020) generant un impacte de més de 471 milions d'euros en l'economia de Barcelona (Fernández, 2021).

En l'edició de l'any 2017 no es va superar el 21% d'assistència per part del gènere femení, incloent les hostesses, amb només quatre oradores femenines, de 45 principals (Reventós, 2017). En l'edició del 2018 la participació va ser del 24% i en la del 2019 va tornar a baixar al 23% (Bertran, 2019).

<sup>5</sup> Institut d'Estadística de Catalunya.

Finalment, pel que fa a aquesta tipologia de turisme de negocis, genera una gran quantitat de llocs de treball temporals, com ara el de cambrer, personal de manteniment, hostessa i d'altres posicions indirectes com la de cambrera de pis i xofer (UGT<sup>6</sup>, 2019).

### **2.2.1. HOSTESSA COM A OCUPACIÓ LABORAL**

La finalitat de la creació d'aquesta posició de treball és desenvolupar de manera professional les habilitats per treballar en congressos, exposicions, ponències, campanyes, etc., informant els assistents sobre les activitats que es realitzen en cada esdeveniment corresponent. Altres funcions que es poden dur a terme, són les d'assessorament al públic sobre els serveis o productes d'una empresa o esdeveniment per tal de promoure la imatge d'aquella marca específica. En altres ocasions només han d'assistir al públic, indicant on han de seure, repartir publicitat o participar en activitats promocionals (Izuriaga, 2018). Tot dependrà de les necessitats i objectiu de l'esdeveniment.

Aquesta posició és creada com a estratègia de màrqueting per aquelles empreses que volen generar més demanda i maximitzar les inversions dels seus productes o serveis.

L'objectiu principal és l'estratègia cara a cara, potenciant l'obtenció de nous clients mitjançant l'oferta (Digitalist, 2018) de promocions o experiències que ofereixen les hostesses.

Dins el món de les hostesses es troben diferents tipologies depenent de l'esdeveniment ofert.

A continuació, es destaca aquesta diversitat de tipologies (Izuriaga, 2018):

- Hostessa d'imatge: tenen com a funció principal ser la imatge de la marca i normalment no tenen una interacció extensa amb el públic, com per exemple les que es troben a les fires professionals. Se li dona una importància elevada al físic i a l'estatura.
- Hostessa de turisme: principalment treballen en hotels o creuers atenent a clients per fer-ne una estança més amena.
- Hostessa de fira: treballen exercint l'activitat de la imatge de la marca per promocionar-la. Ofereixen informació sobre els serveis o productes de la companyia. Pràcticament és igual que la tipologia d'hostessa d'imatge.

---

<sup>6</sup>Unión General de Trabajadores.

- Hostessa de *transfer*<sup>7</sup>: és molt força habitual en congressos on participen ponents de gran reputació. La seva responsabilitat normalment és anar a recollir aquests ponents al lloc d'arribada per acompanyar-los a l'esdeveniment o a l'hotel.
- Hostessa de congressos: les funcions es limiten al lloc de celebració el congrés, encarregant-se així a assistir als ponents (material audiovisual, aigua, entrega de premis...) i per altra banda, ajuden a dirigir al públic als seients corresponents i a la bona organització de la sala.
- Hostessa de protocol: té relació amb la recepció de grans personatges i es busca una gran atenció de les funcions d'atenció.

Ja que existeixen diferents tipologies d'hostessa depenent de l'esdeveniment a realitzar-se, succeeix el mateix amb les característiques necessàries i demanades per part de les empreses reclutadores.

Pel que fa als requisits generals que demanen per ser hostessa és molt important tenir unes habilitats comunicatives elevades, per poder informar, assessorar i atendre a les persones visitants de l'esdeveniment.

La imatge és un dels aspectes més fonamentals que busquen les empreses reclutadores d'hostesses, sumant punts amb el domini d'idiomes (Implika, 2017).

Seguidament es desglossen una sèrie de característiques, referents a diversos aspectes, que exposen què s'ha de tenir per treballar d'hostessa en el turisme MICE (Izuriaga, 2018):

- Físic: com ja s'ha comentat en alguna altra ocasió les companyies prefereixen hostesses amb un bon aspecte físic, ja que les hostesses són la imatge de la marca i han de tenir els detalls ben cuidats, com per exemple, l'uniforme, el cabell o la quantitat de maquillatge utilitzat.
- Simpatia: s'espera de l'hostessa, que desenvolupi les seves tasques amb alegria i simpatia, per oferir la cara amable de l'empresa, producte o servei.
- Identificació amb la marca i empatia: ha de tenir un coneixement bàsic sobre la marca la qual representa i mostrar empatia amb el públic en general.

---

<sup>7</sup> Servei de trasllat d'un o varies persones des d'un punt d'origen a un punt de destí.

- Motivació i paciència: es diu que pot ser una professió esgotadora, a causa de les condicions, com estar en peus durant hores, sense parar de somriure, envoltada de gent observant i en el cas que sigui a l'aire lliure, aguantant certes temperatures. Per aquest motiu, es demana certa dedicació i paciència davant de comentaris i actituds fora de lloc.
- Respecte: evitar fer comentaris negatius de la competència, ja que l'objectiu és promocionar i fomentar la marca representada.
- Proactiva: es busquen hostesses proactives per anticipar-se a les reaccions dels assistents, amb iniciativa i que tinguin una presa de decisió adequada.

Per altra banda, relacionat amb la formació de l'hostessa, no es considera un requisit primordial i que es prioritzi a l'hora de fer una valoració per la contractació d'aquesta, ja que no es busca una formació específica. No obstant, es coneix de l'existència d'alguns cicles formatius o graus superiors relacionats amb l'atenció al públic però una titulació específica com a tal (Grupo Novo Event, 2017).

Pel que fa a la precarietat laboral, en l'àmbit salarial, les hostesses obtenen contractes temporals per part de les ETT<sup>8</sup>, on les hores que sí són remunerades oscil·len entre els 6 euros bruts i en el millor dels casos 10 euros bruts (Ferreira, 2019), en jornades de 12 hores, però no és el més habitual. Per altra banda, és pràcticament impensable que les hores extres siguin remunerades.

A continuació per exemplificar el ja explicat en aquest punt es fa menció a una sèrie de requisits i característiques oferts i demanats a noies per ser hostesses en el *Mobile World Congress*, que s'han trobat en diferents ofertes de plataformes digitals (UGT, 2019):

- Es puntua positivament el coneixement de diversos idiomes com; anglès, xinès, coreà i àrab.
- Dirigit a les noies de les zones VIP, busquen que tinguin un talla 36/38, vagin amb faldilla curta, mitges primes, portin maquillatge obligatòriament i unes sabates de taló de 5 cm.
- L'alçada mínima ha de ser d'1,75 metres.
- Alguns portals web demanen hostesses "llestes".
- Jornada laboral de 12 hores.

---

<sup>8</sup> Empresa de Treball Temporal.

- El salari, varia depenent de l'alçada. Les hostesses més altes d'1,75 metres cobren més que la resta, uns 7,2 euros bruts l'hora, 70 euros bruts per jornada, 300 euros bruts per tota la fira. Les hostesses que estan per sota els 1,75 metres, cobren 6,2 euros bruts l'hora, 295 euros bruts per tota la fira.

Com es pot observar, les hostesses d'aquest sector estan constantment infravalorades pel treball que fan, ja que la seva imatge es basa en cànons de bellesa d'una societat arcaica i d'uns estereotips que acaben sexualitzant. En aquest aspecte són un col·lectiu vulnerable, on les empreses que les contracten, varien les condicions de contractació segons si les dones s'adapten o no als estàndards imposats (Abellan, Izcarra i Salvador, 2020).

No obstant, no és fins a l'any 2003 que es crea el primer conveni col·lectiu de treball per a les empreses d'hostesses i promotores de venda de Catalunya, per part de Comissions Obreres (CCOO), i per part de la UGT que també van regularitzar un conveni col·lectiu amb vigència del 2014 al 2017. On ambdós exposen, el mateix, en l'article 40 i l'article 49 respectivament que:

*Es considerarà constitutiva d'assetjament sexual qualsevol conducta, proposició o requeriment de naturalesa sexual que tingui lloc en l'àmbit de l'organització i direcció d'una empresa, respecte de les que el subjecte actiu estigui en condicions de saber que resulten indesitjables, no raonables i ofensives per a qui les pateix, i com a resposta davant les mateixes pugui determinar una decisió que afecti el seu lloc de treball o a les seves condicions laborals.*

*Atenció sexual es pot convertir en assetjament si continua una vegada que la persona-objecte de la mateixa ha donat mostres clares de rebuig, siguin de qualsevol mena. Això distingeix l'assetjament dels apropaments personals lliurement acceptats, basats per tant en el mutu consentiment.*

*L'empresa vetllarà per la consecució d'un ambient adequat en el treball, lliure de comportaments indesitjables de caràcter o connotació sexual, i adoptarà les mesures adients a tal efecte.*

*Amb independència de les accions legals que puguin interposar-se davant qualsevol instància administrativa o judicial, el procediment intern i informal s'iniciarà amb la denúncia d'assetjament sexual davant una persona de la direcció de l'empresa.*



*La denúncia donarà lloc a la immediata obertura d'expedient informatiu per part de l'empresa, especialment encaminat a esbrinar els fets i impedir la continuïtat de l'assetjament sexual denunciat, prenent les mesures oportunes, quedant l'empresa exonerada de la possible responsabilitat per vulneració de drets fonamentals.*

### **2.3. DESIGUALTAT I DISCRIMINACIÓ SEXUAL I LABORAL**

Quan es parla de discriminació, s'interpreta com una limitació injusta a persones pel que fa a les seves llibertats i drets fonamentals, a la participació social i política i a un sistema de benestar adequat a les seves necessitats (Rodríguez, 2004).

En el cas de la desigualtat, es fa referència alguna cosa desigual, diferent. En l'àmbit humà, es parla quan hi ha una falta d'equilibri entre dues o més persones (ACNUR<sup>9</sup> Comitè Espanyol, 2018).

Les desigualtats i discriminacions vénen de temps enrere, on la societat de classes comença amb la dominació masculina cap a les dones. Per això el procés de la formació de classes incorporava una condició ja existent de domini masculí sobre les dones i marginava a aquestes de la formació del sistema social. (Gil, 2019).

Amb aquest fet s'entén com a societat patriarcal aquella formació sociocultural que concedeix a l'home el predomini, l'autoritat i els avantatges sobre la dona, que aquesta a la vegada queda en una relació de dependència i subordinació. Majoritàriament totes les societats humanes són patriarcales, a la vegada secundades per una tradició cultural i per un seguit d'institucions, de caràcter polític i social (Fontenla, 2008).

A causa del patriarcat es fa camí cap al masclisme, que es mostraria com l'expressió i actitud agressiva, possessiva, controladora i menyspreant, per part de l'home cap a la dona, fent que quedin en una posició més reduïda a l'hora de prendre decisions, en el desenvolupament de capacitats, entre d'altres, així, instigant en alguns casos, que es creï un sentiment de vulnerabilitat, victimització i dependència cap a la figura de l'home. Doncs, s'entra en una mena de cercle viciós on l'home genera encara més poder sobre la dona (Fontenla, 2008).

A la vegada, el concepte de masclisme genera maneres de discriminació de tot tipus, com ara familiar, íntim o sexual, econòmic, històric, intel·lectual, legislatiu, cultural i social, anatòmic i lingüístic.

---

<sup>9</sup> Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados.

El fet que les dones lluitin contra el patriarcat, no significa que els correspongui lluitar-hi, ja que una societat on hi hagi uns drets igualitaris beneficiaria als homes per poder-se despendre de les etiquetes relacionades amb la masculinitat tòxica i asfixiant, on des de petits se'ls ensenya a reprimir els sentiments i les emocions per tal de mostrar una personalitat ruda i a la vegada desvincular-se de la violència i la confusió entre amor i possessió (Fontenla, 2008). Finalment, aquesta lluita, segons Maria Estela Raffino (2020), es resumeix en enderrocar la masculinitat tòxica, donar veu a la dona i comprendre el feminisme.

Pel que fa a l'àmbit laboral, la desigualtat fa referència a certes condicions de vida entre els diferents individus o individus de la població, depenent de certes variables, com per exemple la qualitat de vida o la renda per càpita<sup>10</sup>. Concretament es pot trobar l'eix de les desigualtats en les diferències en el moment d'accedir a una posició de treball (Castelló, 2016). Argumentant, que l'atur espanyol està format pel 17,0% de dones (INE, 2018) i el 13,7% homes (INE, 2018).

Aquestes dades exposen que en ple segle XXI encara es limiten les capacitats de les dones a l'hora d'evolucionar dins el món laboral, fent així que se les deixi encasellades en ocupacions relacionades amb els cuidats. Només el 3,2% (INE, 2020) de l'ocupació femenina de l'Estat espanyol representen llocs de treball relacionats amb la direcció i gerència, mentre que l'ocupació masculina representa el 4,8% (INE, 2020).

En el cas de la discriminació laboral, es tracta dins l'empresa de manera que quan dos empleats o dues empleades presenten les mateixes característiques productives, com podrien ser els títols acadèmics, les experiències laborals, les aptituds assolides, queden invisibilitzades a l'hora de rebre unes retribucions depenent de les característiques no productives, referint-se a variables com l'edat, el gènere, l'origen, etc. (Castelló, 2016).

En el Codi Penal Espanyol es contempla la discriminació laboral com un fet delictiu, el qual protegeix el dret dels treballadors a ser tractats per igual i eliminant les discriminacions en el seu lloc de treball (Iberley, 2020).

---

<sup>10</sup> Indicador econòmic encarregat de mesurar la relació existent entre el producte interior brut (PIB) i el nombre d'habitants d'un país.

L'Article 314 del BOE<sup>11</sup> assenyala que:

*Els que produeixin una greu discriminació en l'ocupació, pública o privada, contra alguna persona per raó de la seva ideologia, religió o creences, la seva pertinença a una ètnia, raça o nació, el seu sexe, orientació sexual, situació familiar, malaltia o discapacitat, per ostentar la representació legal o sindical dels treballadors, pel parentiu amb altres treballadors de l'empresa o per l'ús d'alguna de les llengües oficials dins de l'Estat espanyol, i no restableixin la situació d'igualtat davant la llei després de requeriment o sanció administrativa, reparant els danys econòmics que s'hagin derivat, seran castigats amb la pena de presó de sis mesos a dos anys o multa de 12 a 24 mesos. (BOE, 2015).*

Si es fa èmfasi en el sexisme, s'observa que és un tipus de discriminació basat en el gènere o sexe biològic d'un individu (Merino i Pérez, 2014).

El més habitual és que el sexisme s'apliqui majoritàriament a la dona, ja que en molts contextos és la que es troba menyspreada per l'home, només pel simple fet de ser dona. Encara hi ha professionals que pensen que la dona no té prou capacitat en el desenvolupament de certes tasques o ocupacions per prejudicis o pel simple fet fisiològic o condició biològica, considerant-la poc eficaç i eficient en la realització de tasques igualitàries a la de l'home (Merino i Pérez, 2014). No obstant, no només les dones són un col·lectiu afectat, ja que també el sexisme es pot produir contra transsexuals<sup>12</sup>, persones intersexuals<sup>13</sup> i amb un percentatge més baix, en homes (Torres, 2020).

Aquesta discriminació es pot expressar de diverses maneres. Se'n detalla un llistat (Torres, 2020):

- **Hostil:** es basa, en les accions agressives i violetes, siguin físiques o simbòliques.
- **Benèvol:** passa desapercebut perquè es poden confondre amb iniciatives d'amabilitat.
- **Normatiu:** no són actes de violència, són accions que expressen afirmacions en rols de gènere, sense cap mena d'argumentació o justificació, ja que es formalitza com un costum.
- **Mansplaining:** es basa a minimitzar les opinions de l'altra persona, sigui dona o un gènere que no s'identifiqui amb el masculí.

---

<sup>11</sup> Boletín Oficial del Estado.

<sup>12</sup> Adquireix les característiques físiques de les persones del sexe contrari mitjançant tractament hormonal o quirúrgic.

<sup>13</sup> Persona que neix amb característiques biològiques fora de les establertes tradicionalment en l'espectre binari de masculí/femení.

El sexisme és representatiu mundialment, ja que el 90% de la població mundial, indiferentment del gènere, té prejudicis contra la dona (ONU<sup>14</sup>, 2020).

El Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament (PNUD), va dur a terme un estudi que representava el 80% de la població mundial, repartida en 75 països diferents, demostrant que 9 de cada 10 persones tenen prejudicis sexistes contra el gènere femení. Dins d'aquestes visions es podia observar que es pensava que els homes eren millors en l'àmbit polític i en els negocis; que el dret d'estudis universitaris és més important pels homes; i que haurien de tenir un tracte preferencial dins els mercats laborals competitiu (ONU, 2020).

En el pla estratègic d'ONU Dones, es prioritza l'eliminació de desigualtats entre homes i dones, ja no només pel fet dels drets humans, que és un ítem fonamental, sinó perquè en l'àmbit econòmic seria beneficiós per a tothom; les empreses, els treballadors i les treballadores, els governs i les societats. Finalment, s'identifiquen cinc àrees temàtiques, en les quals s'han d'enfocar prioritàriament per dur a terme els progressos referenciats a la igualtat de gènere i són els següents (ONU Dones, 2011):

1. L'empoderament econòmic de les dones.
2. La participació i lideratge polític de les dones.
3. L'erradicació de la violència contra les dones i les nenes.
4. La plena incorporació de les dones en els processos de pau i de postconflicte.
5. L'enfortiment dels plans i pressupostos nacionals de desenvolupament per promoure la igualtat de gènere.

Arribat a aquest punt del treball, s'entén que el sexisme laboral, fa referència a la discriminació en la qual es veuen sotmeses les dones dia rere dia en el seu entorn de treball.

A continuació, es vol fer menció del sexisme laboral, a través de comportaments i actituds masculines de l'home cap a la dona.

Espanya representa un 14,4% en sexisme fort<sup>15</sup> dins les empreses, un 40,2% en sexisme lleu<sup>16</sup> i un 45,4% absència de sexisme (CCOO, 2000).

Què passa quan dins una empresa la dona presenta una posició de treball superior a la d'un company?

---

<sup>14</sup> Organització de les Nacions Unides.

<sup>15</sup> Fa referència a una tipologia de discriminació amb una pressió física o psicològica.

<sup>16</sup> Fa referència a una tipologia de discriminació amb una pressió verbal.

Probablement l'home trobi violentats els seus principis i que es qüestiona la seva capacitat de lideratge. En definitiva, el que la dona sent cada vegada. Per exemple, a l'hora de postular per una promoció, sigui del tipus salarial o del lloc de treball.

A partir d'aquí, de mica en mica, es crea l'assetjament laboral de manera masculista, arribant a desprestigiar a la dona davant altres companys i companyes, personalment i professionalment (Plaza, 2019).

Al llarg dels anys la dona no ha pogut aspirar a llocs de treball que no fossin de caràcter administratiu o ajudant d'algun superior. D'aquesta manera actualment, aquest fet, pot comportar a donar per fet que dins una empresa si hi ha una dona tingui el rol de secretària o en el cas que sigui la directora d'algun departament, es dirigeixin abans a un company home assumint que és el director.

### **2.3.1. SEXUALITZACIÓ I ASSETJAMENT SEXUAL**

El concepte de sexualització consisteix a una percepció de la persona com a objecte sexual al marge de la seva dignitat i aspectes personals (Sen, 2017).

Tot ve lligat a partir de la relació home-naturalesa, cos-ment i diverses dualitats que s'entenen com a irreconciliables dins una cultura occidental com la nostra. La humanitat es forma sobre experiències masculines que s'arrelen com a categoria estàndard (Coral-Díaz, 2010), és a dir, el patriarcat del qual s'està familiaritzat. Per tant, això vol dir que l'experiència femenina ha estat jerarquitzada i dominada (Coral-Díaz, 2010).

Quan es planteja el debat de la sexualització cap al gènere femení, la societat s'escandalitza, però és cert que cada vegada aquest fet és més precoç, com per exemple en el cas de les nenes (Sen, 2017).

Cada vegada, a causa de les xarxes socials, el sexe femení està sotmès a més pressió social perquè es fa del seu cos i sexualitat l'epicentre de la seva existència.

El constant bombardeig d'imatges sexuals crea un gran impacte, fent creure que la imatge física i l'atractiu sexual és el més important, deixant de banda o infravalorant la personalitat de cada una de les persones. Aquesta constant influència pot arribar a generar entre les menors un impacte negatiu, veient-se afectada la seva autoestima, ja que s'ha donat el poder de decisió sobre la seva imatge a altres persones i que aquestes puguin arribar a qüestionar si són vàlides o no (Herrero, 2018). Psicològicament aquest fet pot arribar a desenvolupar una patologia per a tan primerenca edat, fent que les capacitats cognitives de les nenes disminueixin d'aquesta manera adoptant un rol més

conformista o passiu (Herrero, 2018), així fent que siguin rebutjades si no compleixen amb certs estàndards de bellesa imposats.

El sexisme benèvol juga un gran paper a l'hora de parlar de sexualització i cosificació (Expósito, Sáez i Valor-Segura, 2012) cap al gènere femení, ja que ha portat a tractar la dona com un objecte sexual i ser avaluada en funció de les seves característiques físiques i no cognitives.

Es pot considerar que la sexualització té quatre components (Expósito, Sáez i Valor-Segura, 2012):

1. Igualar el valor d'una persona a la seva sexualitat.
2. L'atracció definida com a sexualitat.
3. La cosificació sexual.
4. Imposició de la sexualitat.

En concret, la sexualització consisteix a fer que els atributs estètics i sexuals de la persona la defineixin completament (Triglia, 2020). Aquestes tendències de cosificar sexualment la imatge femenina es veuen diàriament, pel carrer, en llocs d'oci, a les universitats i fins i tot a les llars, amb més o menys mesura.

S'ha suggerit a través d'un estudi que els cervells dels homes heterossexuals perceben a les dones amb poca quantitat de roba més com si fossin objecte que com a persones amb sentiments i subjectivitat pròpia (Cikara, Eberhardt i Fiske, 2011).

A conseqüència d'aquesta sexualització de la imatge de la dona, l'assetjament sexual emergeix en la quotidianitat de forma invisible, entre altres factors, a causa de la normalització de la cultura de seducció. Aquesta invisibilitat fa difícil la identificació, el control i la supressió de l'assetjament per part de les dones (Mora, 2004).

Es coneix com a assetjament sexual, aquella conducta intrusiva o no desitjada de caràcter sexual en qualsevol àmbit de la vida social (Pérez i Rodríguez, 2013).

Aquests tipus d'agressions poden ser tan físiques, verbals o no-verbals. Com per exemple, els actes de violència física, aproximaments no desitjats per part de les víctimes o tocaments, comentaris o referències a l'aspecte físic o a la vida privada, afegint suposats afalacs i gestos de caràcter sexual (Rovira, 2020).

L'assetjament sexual es considera un delictes penal, on la seva regularització no només pretén protegir la llibertat sexual de l'individu passiu o individua passiva, sinó que també ofereix la protecció de la víctima en la seva llibertat individual en altres àmbits. (Iberley, 2019)

L'article 184 del BOE exposa que:

*1. El qui sol·liciti favors de naturalesa sexual, per a si o per a un tercer, en l'àmbit d'una relació laboral, docent o de prestació de serveis, continuada o habitual, i amb aquest comportament provoqui a la víctima una situació objectiva i greument intimidatòria, hostil o humiliant, serà castigat, com a autor d'assetjament sexual, amb la pena de presó de tres a cinc mesos o una multa de sis a deu mesos.*

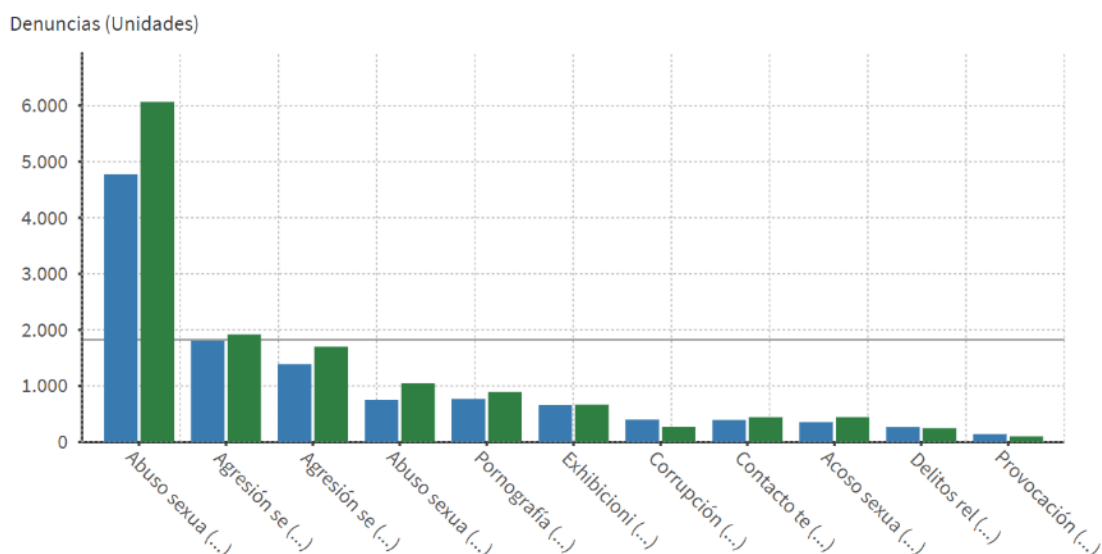
*2. Si el culpable d'assetjament sexual ha comès el fet prevalent-se d'una situació de superioritat laboral, docent o jeràrquica, o amb l'anunci exprés o tàcit de causar a la víctima un mal relacionat amb les legítimes expectatives que aquella pugui tenir en l'àmbit de la indicada relació, la pena serà de presó de cinc a set mesos o multa de 10 a 14 mesos.*

*3. Quan la víctima sigui especialment vulnerable, per raó de la seva edat, malaltia o situació, la pena serà de presó de cinc a set mesos o multa de 10 a 14 mesos en els casos que preveu l'apartat 1, i de presó de sis mesos a un any en els supòsits previstos en l'apartat 2 d'aquest article (BOE, 2003).*

Pel que fa al nombre de denúncies emeses a Espanya respecte a delictes sexuals, es coneix que en el tercer trimestre de l'any 2019 es van recollir un total de 15.338 denúncies contra la llibertat sexual, incloent-hi abusos i agressions sexuals (Ministerio del Interior, 2019).

Com es pot entendre en el "Gràfic 2", la majoria de denúncies de caràcter sexual en l'any 2018 (color verd), comparat amb l'any 2017 (color blau), fan referència a abusos sexuals, amb un total de 6.066, deixant amb 443 denúncies l'assetjament sexual.

Gràfic 2. Denúncies per delictes sexuals, per tipologies.



Font. Epdata.com. Ministerio del Interior, 2018.

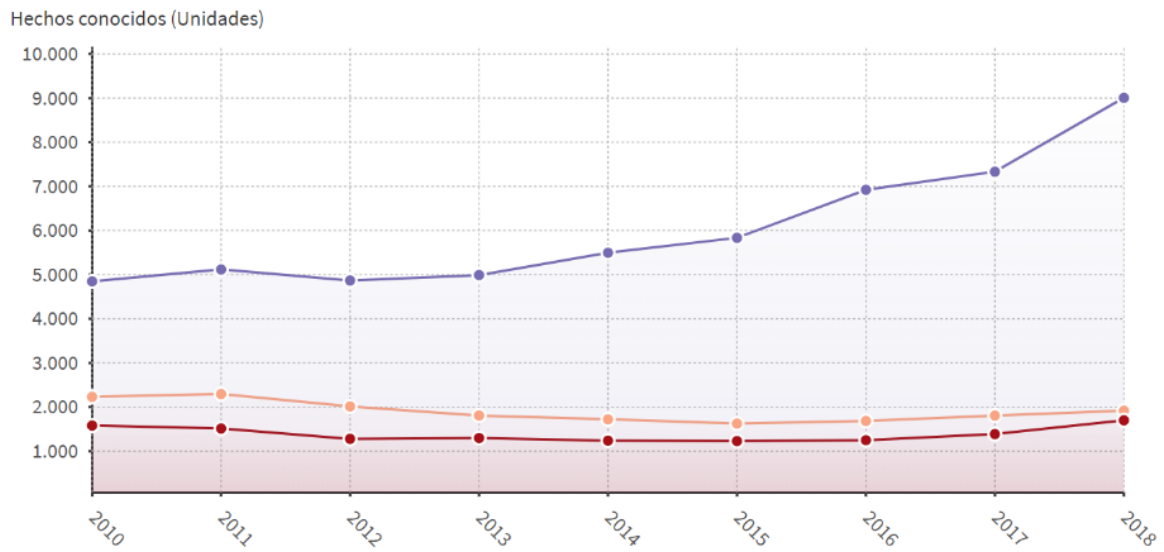
Barra Blava: any 2017

Barra Verda: any 2018

En el “Gràfic 3”, es pot observar l’evolució de les denúncies en contra la llibertat sexual, amb una comparativa des de l’any 2010 fins al 2018. Representada en color vermell les agressions sexuals amb penetració, en taronja les agressions sexuals i finalment en blau altres delictes contra la llibertat i indemnitat sexual. Observant que tant les agressions com les agressions amb penetració a la llarga d’aquests vuit anys han pogut disminuir una mica però tenint un petit augment en els dos últims anys representats. Per altra banda és notablement clarificador que altres denúncies relacionades contra la llibertat i indemnitat sexual s’han vist en augment any rere any. Aquest augment es podria justificar dient que cada vegada hi ha més consciència social envers aquest tema facilitant les denúncies d’aquestes accions les quals abans quedaven silenciades fent que les estadístiques siguessin més baixes creant un miratge cap a la societat.



Gràfic 3. Evolució de denúncies per delictes contra la llibertat sexual.



Font. Epdata.com. Ministerio del Interior, 2018.

Línia blava: Altres delictes contra la llibertat i indemnitat sexual.

Línia taronja: Agressions sexuals.

Línia vermella: Agressions sexuals amb penetració.

En l'àmbit laboral, l'assetjament sexual es divideix en tres grans apartats; la violència contra les dones, un entorn laboral sexista i un marc d'abús de poder, del caire jeràrquic i de gènere (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2006).

L'estudi per part de Ministeri de Treball, en el 2006, de l'Estat Espanyol, exposa que el 92,4% de les dones entrevistades afirmaven que saben que l'assetjament sexual és una forma de violència però a la vegada tot i acceptant que és una forma de violència el 43,9% d'aquestes dones entrevistades reconeixien el fet que suportaven aquest assetjament per temor a perdre el lloc de treball.

## 2.4. CONCLUSIONS DEL MARC TEÒRIC

Com a conclusió d'aquest marc teòric, s'observa que hi ha una relació entre el turisme MICE i la desigualtat i discriminació de caràcter sexual cap a la dona. Es pot observar la coincidència amb la discriminació i desigualtat laboral, sexista, en la qual està sotmesa la dona, a causa d'una societat, de tota una vida, com és la patriarcal. Aquests fets eleven la necessitat d'implementar amb més consciència, polítiques i lleis per intentar, dins del possible, evitar aquests biaixos i trobar una objectivitat i una igualtat.

En el transcurs de la recerca d'informació relacionada amb el tema a tractar, s'ha pogut comprendre per què la dona està tant infravalorada, tant en l'àmbit laboral com personal. També com afecta de manera negativa a la inserció en el mercat laboral i ja una vegada aconseguen aquest objectiu, quin és el tracte cap a ella i les seves tasques a desenvolupar. A partir del marc teòric es pot comprendre d'on venen aquests prejudicis i estereotips contra la dona i perquè segueixen presents dins una societat del segle XXI.

Es veu exemplificat, que hi ha un component sexista, en el punt 2.2.1., quan es parla de la sèrie de característiques que es demanen per treballar d'hostessa on es cita que el físic és essencial de cara a les empreses que busquen hostesses, així cuidant la seva imatge, l'alçada mínima que han de fer i la quantitat de maquillatge que haurien d'utilitzar. En el cas dels homes, les característiques demanades és una alçada mínima d'1,80 metres o tenir cert grau de bellesa natural (Grupo TEMA, 2017) però en cap cas es parla de quantitat de maquillatge, ja que es dona per fet que només l'utilitzen dones i no homes.

Una altra característica que fa saltar les alarmes és la de tenir paciència. Es demana paciència per part de l'hostessa si rep comentaris fora de lloc i en el cas que superin els límits acudir a l'equip de seguretat (Izuriaga, 2018), en el cas que hi sigui.

El *gap* a investigar, per tant, és l'existència de la sexualització i assetjament, en territori català, de les dones, a partir d'un lloc de treball com el d'hostessa d'esdeveniments, ja que no s'han trobat estudis concrets on es doni visibilitat a aquests fets, dins el sector turístic i també a causa de diferents converses on noies, que han estat hostesses d'esdeveniments, explicaven certs aspectes negatius envers aquesta posició de treball.

### **3. OBJECTIUS I HIPÒTESIS**

A partir del marc teòric plantejat amb anterioritat i de converses prèvies amb diferents testimonis que han format part del món de les hostesses d'esdeveniments es generen els següents objectius i hipòtesis. La finalitat d'aquest treball de final de grau és mostrar si la imatge de la dona és utilitzada de forma sexual, arribant a generar assetjament en el lloc de treball dins el sector turístic i si aquesta posició és escollida per vocació, malgrat poder ser assetjada o si la finalitat d'exercir d'hostessa té un motiu més purament econòmic, relacionat amb l'entrada al món laboral o amb la possibilitat de combinar una vida professional amb els estudis. Específicament, es proposa com a objectiu principal visibilitzar l'existència de sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE en l'àmbit català actual.

Tenint en compte l'objectiu principal s'han elaborat tres objectius secundaris.

Taula 1. Objectius secundaris de la investigació.

<b>Objectiu 1</b>	Identificar la percepció de les dones de Catalunya, que són o han estat hostesses d'esdeveniments, envers la sexualització i l'assetjament, en aquesta posició laboral.
<b>Objectiu 2</b>	Determinar quins són els motius pels quals s'escull la posició d'hostessa d'esdeveniments.
<b>Objectiu 3</b>	Determinar si l'uniforme genera inseguretat en les hostesses d'esdeveniments.

Font. Elaboració pròpia

Una vegada plantejats els objectius secundaris, a la Taula 1, s'elabora una hipòtesi principal i unes de secundàries:

Taula 2. Hipòtesis de la investigació.

<b>Hipòtesi principal</b>	Les dones que han exercit d'hostesses han estat sexualitzades i/o assetjades en algun esdeveniment.
<b>Hipòtesis secundàries</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Les noies que han exercit com a hostesses d'esdeveniments perceben aquesta posició laboral de manera discriminatòria.</li><li>2. La posició d'hostessa d'esdeveniments no es considera vocacional.</li><li>3. Anar amb vestit o faldilla genera comentaris i/o comportaments sexistes i masclistes cap a les hostesses d'esdeveniments.</li></ol>

Font. Elaboració pròpia

## 4. METODOLOGIA

### 4.1. RECOLLIDA DE DADES

El què es busca amb aquest treball és fer una investigació per determinar si hi ha sexualització i assetjament sobre les dones que ocupen el lloc de treball d'hostessa d'esdeveniments, dins el turisme MICE a Catalunya, donant a conèixer les opinions i vivències de dones que hagin exercit aquest lloc de treball i quina és la percepció que tenen d'aquesta ocupació. Per això es planteja una doble aproximació metodològica, amb l'objectiu d'obtenir uns resultats que permetin obtenir una visió de conjunt de la realitat i fer pública la realitat laboral de les persones que ocupen aquesta posició de treball.

#### 4.1.1. ENQUESTA

Per recollir dades rellevants i representatives es realitzen un seguit d'enquestes a noies que són o han estat hostesses d'esdeveniments a Catalunya.

S'escull la tècnica metodològica de l'enquesta perquè permet obtenir i elaborar dades de manera ràpida i eficaç. Pot oferir una idea de la importància que posseeix aquest procediment d'investigació, entre altres avantatges, com la possibilitat d'aplicacions massives i l'obtenció d'informació sobre un ampli ventall de qüestions a la vegada. L'observació per enquesta, que consisteix igualment en l'obtenció de dades d'interès sociològic mitjançant la interrogació a membres de la societat, és el procediment sociològic més important i el més utilitzat (Anguita, Donado i Repullo, 2003).

De l'enquesta es poden destacar les següents característiques (Anguita, Donado i Repullo, 2003):

1. La informació s'obté mitjançant una observació indirecta dels fets, a partir de manifestacions realitzades per part dels enquestats o enquestades.
2. L'enquesta permet aplicacions massives que amb tècniques de mostreig poden fer els resultats extensius a comunitats senceres.
3. L'interès de l'investigador no és el subjecte concret que contesta l'enquesta, sinó la població a la qual pertany.
4. Permet l'obtenció de dades sobre una gran varietat de temes.
5. La informació es recull de manera estandarditzada a través d'un qüestionari.

Per una banda, la mida de la mostra estimada es basa en el nombre aproximat de, només, congressos i convencions que es poden arribar a realitzar a tot Catalunya a través de les dades dels *Convention Bureau* de les quatre províncies de Catalunya. En aquest cas el número aproximat de congressos i convencions realitzats a tot Catalunya l'any 2019 ha estat aproximadament de 2500. Per altra banda, s'agafa com a xifra aproximada d'hostesses necessàries, per a un congrés o convenció, el percentatge de llocs de treball d'hostessa que va generar el *Mobile World Congress* l'any 2019, ja que és un dels esdeveniments que més posicions de treball crea. Tenint en compte que aquest esdeveniment va crear 13.000 llocs de treball l'any 2019, els quals les hostesses en formaven el 2% (UGT, 2019), podem saber que 260 llocs de treball eren ocupats per hostesses. Finalment per saber una aproximació per la mostra estimada necessària es multiplica el nombre de congressos i convencions realitzats a Catalunya pel nombre d'hostesses, és a dir,  $2.500 \times 260$ , això dona una població de 650.000. L'estimació de la població es calcula d'aquesta manera, ja que no hi ha dades específiques dins el sector

turístic sobre el nombre de dones en l'activitat d'hostessa d'esdeveniments i per altra banda les dades de la mostra són de l'any 2019, a causa que la Covid-19 ha afectat altament el turisme i sobretot el sector MICE. També cal especificar que l'edat que es busca per a la realització de l'enquesta és a partir dels 18 anys fins als 35 anys, exclouent edats a partir dels 35 anys, ja que pel que es pot comprovar en el marc teòric d'aquest treball, aquesta ocupació va lligada amb l'aparença física i la imatge personal i a partir dels 30 anys és quan apareixen els primers signes de l'envelliment (Besdine, 2019), això evidencia una vegada més el sexisme a l'hora de plantejar aquest tipus de feina.

En ser un estudi exploratori, s'utilitza un mostreig no probabilístic, ja que es determina una població objectiva a partir d'unes característiques relacionades amb la recerca.

El tipus de mostreig no probabilístic que es fa servir és el de la "Bola de neu", que s'utilitza quan els participants potencials són més complexes de trobar o si la mostra està limitada a un subgrup petit de la població, com és el cas de la posició d'hostessa d'esdeveniments dins del sector turístic. En aquesta tipologia de mostreig l'investigador recluta als o les participants potencials de la investigació i aquests o aquestes recluten a altres participants per l'estudi (QuestionPro, 2020).

Pel reclutament de les participants potencials d'aquesta enquesta s'ha contactat amb diverses empreses que formen part de l'Associació Catalana Empreses Hostesses i Promotors de vendes (ACEHPV), de les quals només una ha donat resposta. I també s'ha contactat amb diferents noies que se sap que ja han exercit aquesta professió.

La mida de la mostra representativa que es necessita es calcula a partir de la següent fórmula:

Imatge 1. Fórmula utilitzada pel càlcul de la mostra

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Font. Survey Monkey.

El nivell de confiança que s'escull és del 95%, ja que és la quantitat més comuna d'incertesa tolerable. I el marge d'error és del 5%, ja que és la quantitat d'error màxim que es pot arribar a tolerar. Per tant, la mida òptima, en aquest cas, de la mostra és de 384<sup>17</sup> persones.

---

<sup>17</sup> Resultat obtingut a través de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.

Taula 3. Fitxa tècnica de l'enquesta.

FITXA TÈCNICA	
Àmbit	Catalunya
Població	Població femenina catalana, entre 18 i 35 anys
Tipus d'investigació	Enquesta <i>online</i>
Mida de la mostra	384 enquestes
Marge d'error	5%
Nivell de confiança	95%
Tipus de mostreig	Mostreig no probabilístic Bola de neu
Treball de camp	Abril 2021

Font. Elaboració pròpia

Les enquestes es realitzen a través de la plataforma “*Matchform*” i es distribueixen de manera telemàtica, via *e-mail* i xarxes socials afegint l'enllaç per accedir-hi, a causa de la situació que es viu per la COVID-19.

Algunes de les respostes les respondran a partir de l'escala de Likert, ja que aquesta metodologia s'utilitza amb l'objectiu d'avaluar l'opinió i les actituds de les persones (QuestionPro, 2020).

Consisteix en que la persona que respon les afirmacions, les associa amb valors numèrics de l'1 al 5. Finalment, a través d'aquestes associacions es mostra el grau d'intensitat de l'opinió envers l'afirmació descrita: (1) totalment en desacord, (2) en desacord, (3) ni d'acord ni en desacord, (4) d'acord i (5) totalment d'acord.

També hi ha respostes dicotòmiques, és a dir, de sí/no, obertes, d'escollir una sola opció, d'escollir diverses opcions, de rang i per ordenar depenent la importància.

El format de l'enquesta que es troba a l'apartat d'annexos inclou una breu introducció i es divideix en diverses parts:

1. Les dades sociodemogràfiques i característiques físiques de la persona enquestada.
2. Preguntes/afirmacions sobre:
  - 2.1. La percepció que tenen sobre la posició d'hostessa.
  - 2.2. Motius pels quals escullen aquesta posició.
  - 2.3. La influència de l'uniforme envers ser sexualitzada i/o assetjada.
  - 2.4. Experiència i satisfacció sobre la posició exercida.

Aquest seguit de dades, preguntes i afirmacions que es presenten, a la Taula 4, es formulen basant-se a partir de petites converses que s'han tingut amb anterioritat amb

noies que han estat hostesses d'esdeveniments exposant la seva disconformitat, en certes situacions, durant el transcurs d'un o diversos esdeveniments, dels quals han format part.

Taula 4. Quadre explicatiu enquesta.

CONCEPTE	HIPÒTESI	OBJECTIU	MARC TEÒRIC
1. Edat			Dades Sociodemogràfiques
2. Nivell Acadèmic (màxim finalitzats)			
3. Situació laboral			
4. Alçada			Característiques físiques
5. Complexió física			
6. Color d'ulls			
7. Color del cabell			
8. Tonalitat de la pell			
9. En quants esdeveniments ha treballat?	Hipòtesi secundària 1	Objectiu secundari 1	2.3. Desigualtat i discriminació sexual i laboral.
10. Considera que l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments és una posició estereotipada?			
11. Considera que les empreses prefereixen que la posició d'hostessa sigui ocupada per una dona i no per un home?			
12. Està d'acord en el fet que una de les finalitats de la creació de l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments és atraure a un nombre més elevat de possibles clients, a partir d'una imatge femenina?			
13. Està d'acord que l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments està enfocada a un públic majoritàriament masculí?	Hipòtesi secundària 2	Objectiu secundari 2	2.2.1. Hostessa com a ocupació laboral
14. Està d'acord en el fet que els uniformes d'hostessa haurien de ser iguals independentment de si ets home o dona?			
15. Indiqui la importància dels motius pels quals va escollir fer d'hostessa d'esdeveniments. ( <i>Essent 1 el motiu més important i 6 el motiu menys important</i> )			
16. Considera que el tipus d'uniforme (vestit o faldilla) genera comentaris inapropiats per part dels assistents?			
17. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un vestit o			

una faldilla amb una llargada per sobre dels genolls?	Hipòtesi secundària 3	Objectiu secundari 3	2.3. Desigualtat i discriminació sexual i laboral.
18. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un vestit o una faldilla amb una llargada per sota dels genolls?			
19. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un pantaló?			
20. Considera que ha estat sexualitzada durant algun esdeveniment?	Hipòtesi principal	Objectiu principal	2.3.1. Sexualització i assetjament sexual
21. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat sexualitzada?			
22. Considera que ha estat assetjada verbalment durant algun esdeveniment? <i>(comentaris de connotació sexual, insinuacions sexuals o comentaris referents al físic/imatge)</i>			
23. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat assetjada verbalment?			
24. En cas afirmatiu a la pregunta 22. Seleccioni de quina manera o maneres.			
25. Considera que ha estat assetjada físicament en algun esdeveniment? <i>(tocaments o contactes físics innecessaris, grapejos, frecs deliberats, pessics, etc.)</i>			
26. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat assetjada físicament?			
27. En cas afirmatiu a la pregunta 25. Seleccioni de quina manera o maneres.			
28. Com de satisfeta està amb l'experiència de ser o haver estat hostessa d'esdeveniments?			
29. Opinió o vivència personal.			

Font. Elaboració pròpia

#### 4.1.2. ENTREVISTA

En segon lloc, es realitza una sèrie d'entrevistes a onze noies que han estat hostesses en el *Mobile World Congress*, ja que en el punt 2.2.1., del treball, s'exemplifiquen requisits i condicions per observar si es confirma la discriminació i també la precarietat que comporta ser hostessa d'un dels gegants dels esdeveniments MICE.

Aquestes entrevistes pretenen documentar i descriure de forma més detallada la realitat i opinió de primera mà sobre les experiències en la posició de treball esmentada.



El format de l'entrevista escollida és l'estructurada, ja que les preguntes s'han plantejat amb un guió previ i l'obtenció de les respostes és més precisa, i els resultats garantiran l'anonimat. També es fan de manera telemàtica, via *e-mail*, pel mateix motiu esmentat anteriorment amb l'enquesta.

Les preguntes de l'entrevista es poden trobar a l'apartat d'annexos i es divideixen en diversos blocs:

1. Preguntes sociodemogràfiques i de característiques físiques per observar si hi ha un patró en les característiques físiques.
2. Preguntes sobre els motius pels quals escullen fer d'hostessa del *Mobile World Congress* i quines són les condicions laborals (jornada i salari) per determinar si són condicions precàries o abusives.
3. Preguntes rellevants relacionant la sexualització i l'assetjament durant el seu procés de selecció i durant l'esdeveniment.
4. Preguntes sobre l'experiència viscuda per concloure l'entrevista.

#### **4.2. TÈCNiques D'ANÀLISI DE DADES**

Aquest apartat comprèn l'anàlisi de dades realitzada posterior a l'enquesta a 384 noies de Catalunya i les entrevistes a noies que han ocupat la posició d'hostessa d'esdeveniments en el *Mobile World Congress*. L'enquesta i l'entrevista es realitzen en català i necessiten un tractament de dades per una anàlisi correcta.

La metodologia utilitzada que es porta a terme per a l'anàlisi de les enquestes, es basa, primerament, en una anàlisi de les variables de classificació, com són les dades sociodemogràfiques i les característiques físiques de l'enquestada (edat, nivell acadèmic, situació laboral, alçada, constitució física, color d'ulls, color cabell i tonalitat del color de la pell). Aquí trobem diferents tipus de variables, com ara la quantitativa discreta, en el cas de l'edat, quantitativa continua per l'alçada i variables qualitatives de caràcter ordinal o nominal, per la resta de variables. Aquest conjunt de variables es veuran representades a partir de diagrames de barres o de sectors i d'un Histograma.

Seguidament, la bateria de preguntes ja està codificada en el mateix qüestionari per simplificar l'anàlisi posterior d'aquests resultats. Per donar resposta als objectius i hipòtesis plantejades s'analitzen de manera descriptiva els resultats del qüestionari llençat prèviament i s'utilitzen taules de contingència i freqüència per una representació gràfica posterior i una anàlisi de contingut per les entrevistes. A més a més, per complementar la informació s'han creuat diferents variables categòriques i s'ha utilitzat *Cramer's V* per analitzar els resultats i veure la relació entre les variables.

Taula 5. Quadre explicatiu: objectius, hipòtesis i metodologia.

OBJECTIU	HIPÒTESI	METODOLOGIA
Visibilitzar l'existència present de la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE en l'àmbit català.	Les dones que han exercit d'hostesses han estat sexualitzades i/o assetjades en algun esdeveniment.	Anàlisi de contingut de l'entrevista, anàlisi descriptiu dels resultats del qüestionari amb representació gràfica.
Identificar la percepció de les dones de Catalunya, que són o han estat hostesses d'esdeveniments, envers la sexualització i l'assetjament, en aquesta posició laboral.	Les noies que han exercit com a hostesses d'esdeveniments perceben aquesta posició laboral de manera discriminatòria.	Anàlisi descriptiu dels resultats del qüestionari amb representació gràfica i Crammer's V
Determinar quins són els motius pels quals s'escull la posició d'hostessa d'esdeveniments.	La posició d'hostessa d'esdeveniments no es considera vocacional.	
Determinar si l'uniforme genera inseguretat en les hostesses d'esdeveniments.	Anar amb vestit o faldilla genera comentaris i/o comportaments sexistes i masclistes cap a les hostesses d'esdeveniments.	

Font. Elaboració pròpia

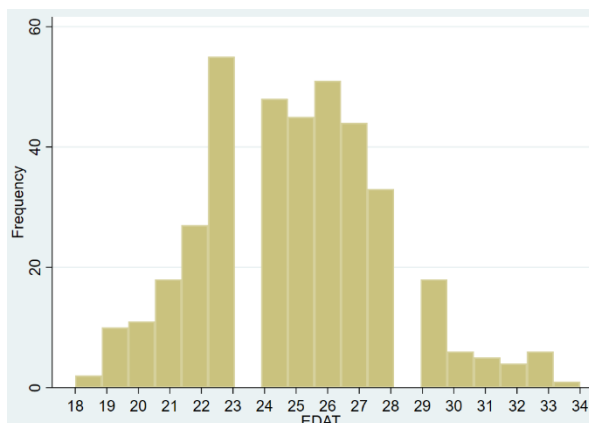
### 4.3. RESULTATS

Aquest apartat mostra els resultats obtinguts després de l'anàlisi de les 384 enquestes i de les onze entrevistes realitzades. Es divideixen en quatre apartats: Primer les variables de classificació per construir una idea de com és el perfil majoritari que ha respost el formulari, després les variables d'estudi, les variables creuades i finalment l'anàlisi de les entrevistes fetes a 11 noies que van ser hostesses del *Mobile World Congress* entre els anys 2013-2018.

#### 4.3.1. VARIABLES DE CLASSIFICACIÓ. DESCRIPCIÓ DE LA MOSTRA

En aquest estudi s'hi han empleat diverses variables comunes per classificar la mostra, com ara l'edat, estudis acadèmics finalitzats, situació laboral, alçada, complexió física, color d'ulls i cabell, tonalitat de la pell i quantitat d'esdeveniments realitzats. A continuació es mostra una descripció de la mostra de les enquestades.

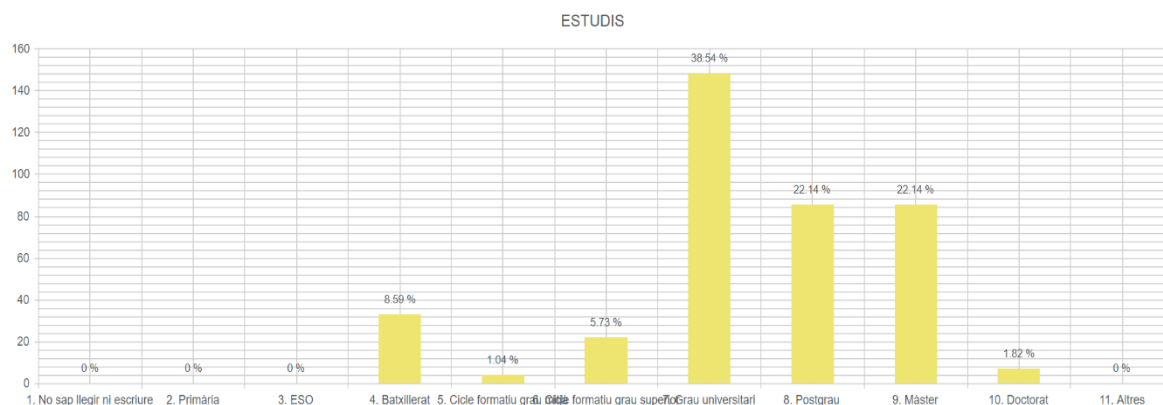
Gràfic 4. Variable d'edat.



Aquest histograma mostra que l'edat de les noies enquestades varia entre els 18 i 34 anys, fent que la mitja d'edat quedi en els 25 anys amb una variació estàndard de 2,95. Prèviament, en crear el formulari ja s'especifica que només les noies d'entre 18 i 35 anys podran realitzar el qüestionari.

Font. Elaboració pròpia

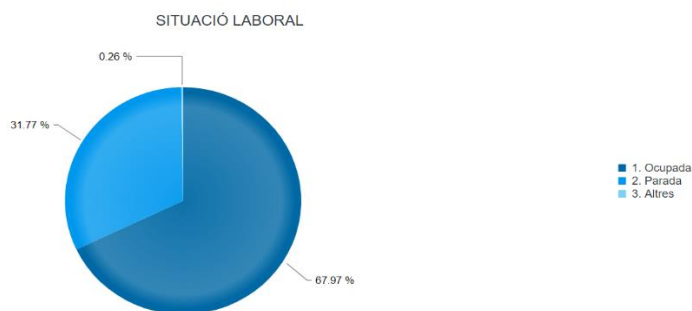
Gràfic 5. Variable d'estudis finalitzats.



Font. Elaboració pròpia

En aquest "Gràfic 5" es pot observar que un 38,54% de les enquestades tenen, com a estudis màxims finalitzats, un grau universitari i el 44,28% un postgrau o un màster.

Gràfic 6. Variable de situació laboral.

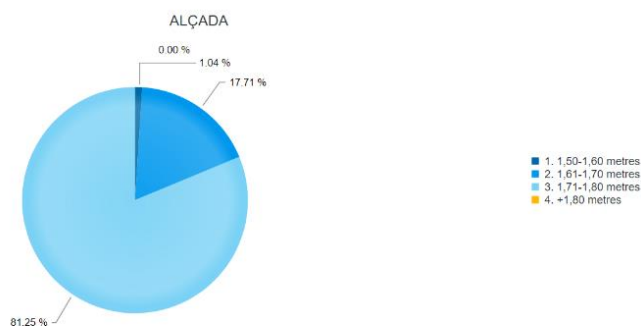


En la variable de la situació laboral es plantejava les opcions d'Ocupada, Parada i altres amb opció a especificar. La distribució de la mostra està repartida en tres opcions,

Font. Elaboració pròpia

les ocupades representen el 67,97% de les enquestades, les parades el 31,77% i el 0,26% altres especificant que estan de pràctiques. Es pot observar una diferència notable en el "Gràfic 6" en predominar les noies ocupades en la mostra.

Gràfic 7. Variable d'alçada.



Font. Elaboració pròpia

Un dels requisits més sol·licitats per part de les empreses contractants és l'alçada, com ja s'ha pogut comprovar al llarg del marc teòric, i com es pot observar, un 81,25% de les enquestades mesuren entre 1,71 i 1,80 metres, és a dir, que estan dins l'alçada mínima que es demana normalment, ja que és d'1,70 metres.

Gràfic 8. Variable de complexió física.

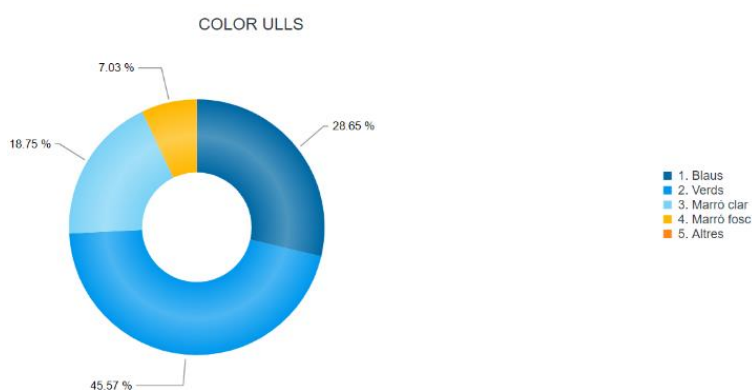


Font. Elaboració pròpia

Malauradament, la complexió física també és un requisit primordial per poder ser hostessa i com es pot observar a la imatge 5 el 44,01% de les noies enquestades tenen una complexió similar a la d'un

triangle invertit, és a dir, que són més voluminoses de cintura cap amunt i un 32,29% tenen una complexió en forma de rellotge de sorra, és a dir, el que coneixem com a una talla "90,60,90".

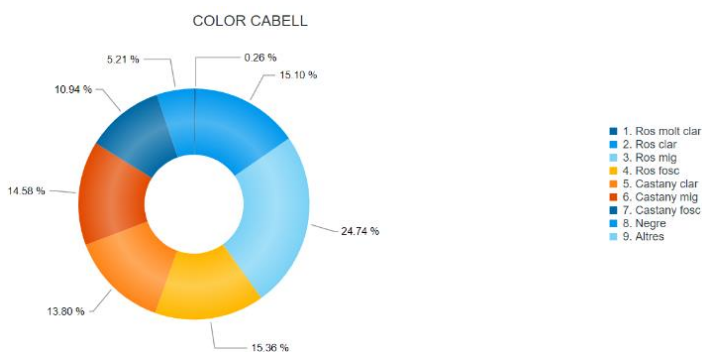
Gràfic 9. Variable del color d'ulls.



Font. Elaboració pròpia

Aquesta variable fa referència al color dels ulls de les enquestades. Els resultats mostren que el 92,97% tenen els ulls d'un color clar. Un 26,65% blaus, un 45,57% verds i un 18,75% marró clar, només un 7,03% marró fosc.

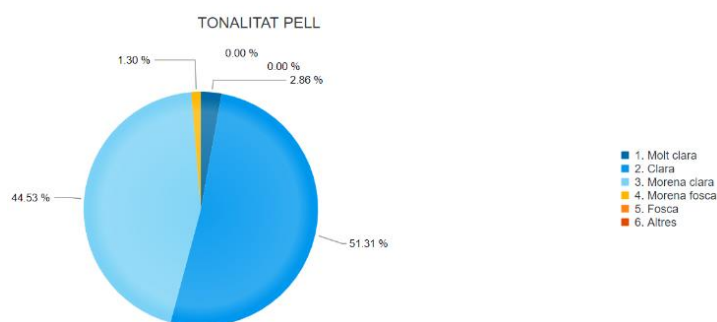
Gràfic 10. Variable del color del cabell.



En aquesta variable es pot observar que un 69% de les enquestades tenen una tonalitat de cabell clara entre ros i castany (15,10% ros clar, 24,74% ros mig, 15,36% ros fosc i 13,80% castany clar).

Font. Elaboració pròpia

Gràfic 11. Variable de la tonalitat de la pell.

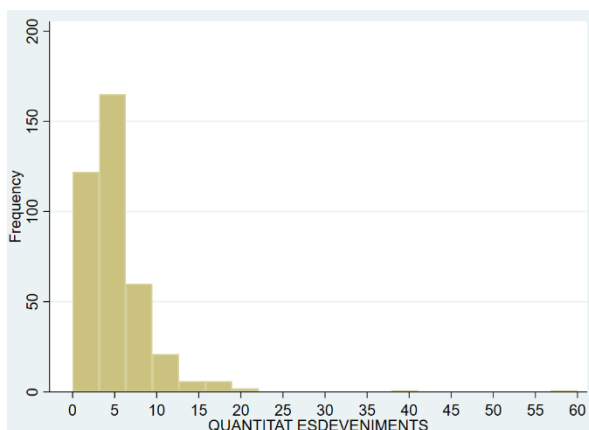


Com es pot observar a la variable de la tonalitat de pell ens indica que el perfil majoritari d'enquestades tenen un color de pell clar com la d'una noia europea/caucàsica. Amb un 51,31%

Font. Elaboració pròpia

d'una tonalitat clara i un 44,53% morena clara.

Gràfic 12. Variable de la quantitat d'esdeveniments realitzats.



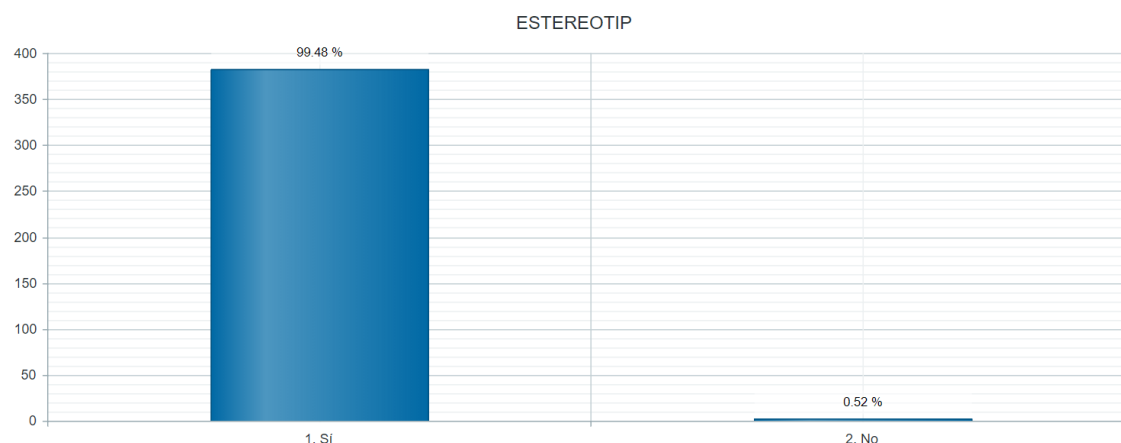
Aquesta variable ens indica la quantitat d'esdeveniments realitzats per cada noia enquestada, on la mitja està en 5 esdeveniments per enquestada amb una desviació estàndard de 4,5.

Font. Elaboració pròpia

Finalment, les variables de classificació descriuen una mostra que representa majoritàriament un perfil de noia amb grau universitari, ocupada amb una complexió física "acceptada" i amb estàndards imposats per la societat, d'ulls clars, cabell clar i una tonalitat de pell també clara d'uns 25 anys que ha treballat en aproximadament 5 esdeveniments.

### 4.3.2. VARIABLES DE L'ESTUDI

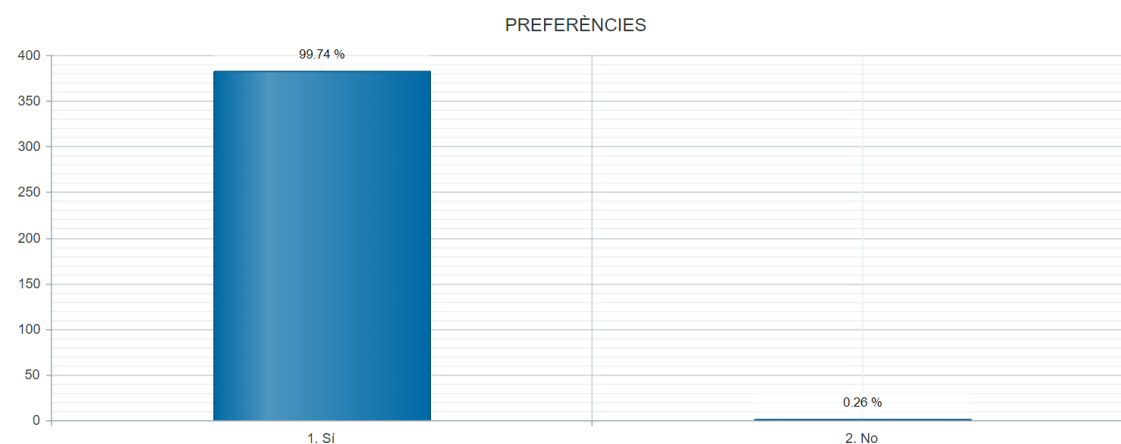
Gràfic 13. Variable de posició estereotipada.



Font. Elaboració pròpia

Aquesta variable fa referència a la pregunta del qüestionari (número 10) que pregunta si es considera que la posició d'hostessa d'esdeveniments és una posició estereotipada i quasi el 100% de les enquestades afirmen que ho és.

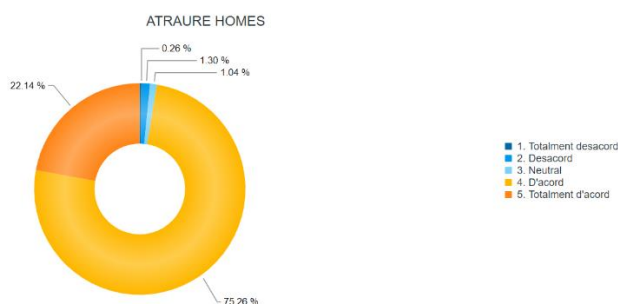
Gràfic 14. Variable de preferència.



Font. Elaboració pròpia

La variable del "Gràfic 14" representa la pregunta del qüestionari (número 11) que pregunta si es considera que les empreses contractants prefereixen que la posició l'ocupi una dona i no un home i el 99,74% de les enquestades diuen que les empreses sí que prefereixen que sigui una dona.

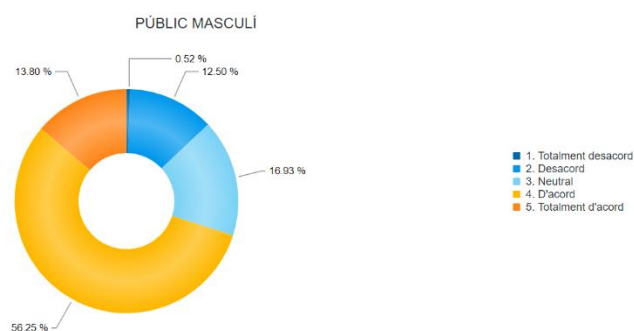
Gràfic 15. Variable d'atracció de clients.



Font. Elaboració pròpia

Aquesta variable fa referència a si les enquestades estan d'acord que una de les finalitats de la posició d'hostessa és atraure a un major nombre d'assistents a partir d'una imatge femenina i el 97,40% de les enquestades hi estan d'acord.

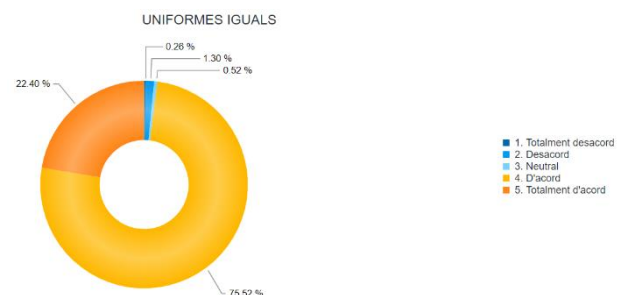
Gràfic 16. Variable de públic masculí.



Font. Elaboració pròpia

El "Gràfic 16" representa si les enquestades estan d'acord que la posició està enfocada majoritàriament a un públic masculí i el 70,05% hi estan d'acord. Només un 12,50% està en desacord i un 16,93% no sabia posicionar-se.

Gràfic 17. Variable d'uniforme igual.

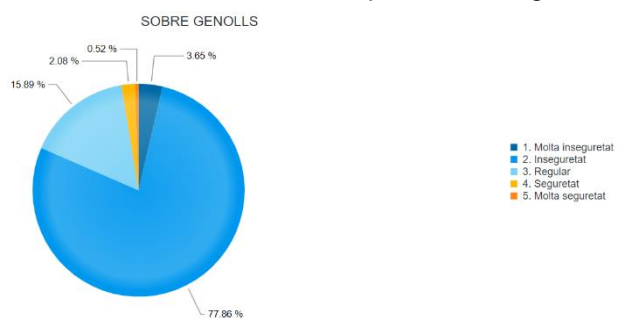


Font. Elaboració pròpia

ser iguals independentment del gènere.

Aquesta variable indica si les enquestades estan d'acord o en desacord en si els uniformes que donen les empreses contractants haurien de ser iguals tant si ets dona com si ets home. El 97,92% està d'acord que els uniformes haurien de

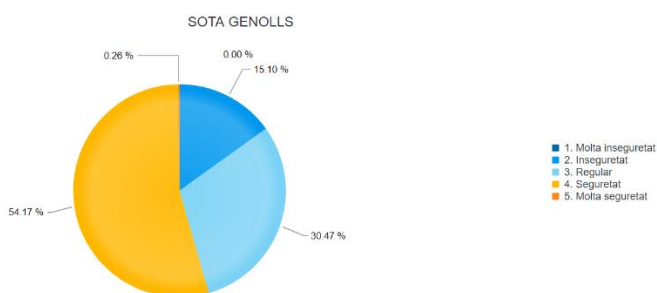
Gràfic 18. Variable d'uniforme per sobre els genolls.



Font. Elaboració pròpia

En aquesta variable es pot observar com el 93,75% de les enquestades es sent insegura o molt insegura, en el cas que l'uniforme d'hostessa sigui un vestit o una faldilla per sobre el genoll. Només el 2,08% se sent segura.

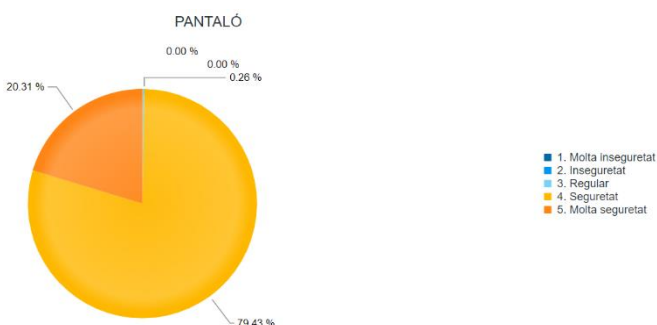
Gràfic 19. Variable d'uniforme per sota els genolls.



La variable que representa l'uniforme de vestit o faldilla per sota els genolls indica que el 54,17% de les enquestades ja se senten segures. Només un 45,57% estan entre insegures i molt insegures.

Font. Elaboració pròpia

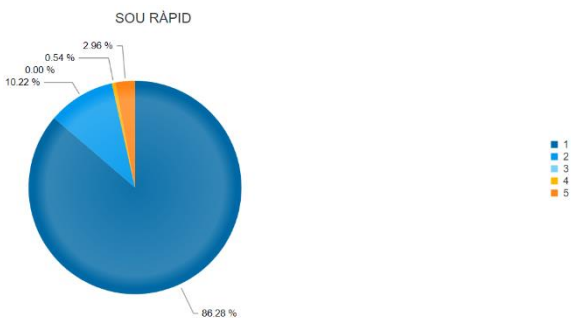
Gràfic 20. Variable d'uniforme pantaló.



La variable de la pregunta del qüestionari que es pregunta la seguretat de les enquestades en el cas que l'uniforme fos un pantaló fa que responguin amb un 99,74% que els proporcionaria seguretat o molta seguretat.

Font. Elaboració pròpia

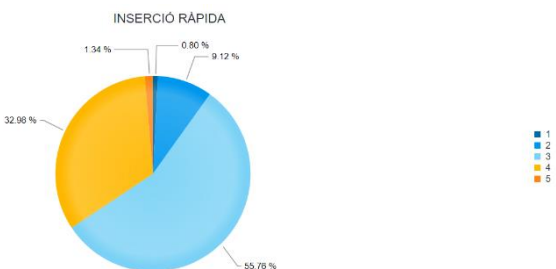
Gràfic 21. Variable d'un sou ràpid.



Aquesta variable mostra que un 86,28% de les enquestades consideren un motiu molt important l'obtenció d'un sou ràpid a l'hora d'escollir la posició d'hostessa. Només quasi un 3% no li sembla un motiu important.

Font. Elaboració pròpia

Gràfic 22. Variable inserció laboral ràpida.

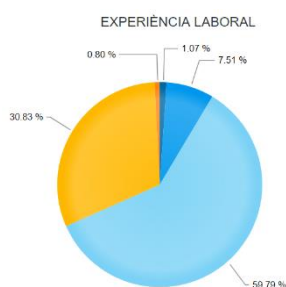


En el cas del motiu d'una inserció laboral ràpida el 55,76% no el consideren un motiu ni molt important ni poc important, sinó que neutral. El 32,96% el considera poc important i un 9,12% força important.

Font. Elaboració pròpia



Gràfic 23. Variable obtenció experiència laboral.

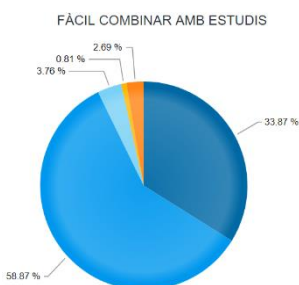


Font. Elaboració pròpia

considera molt o força important.

En aquesta imatge 19 la variable del motiu d'obtenció d'experiència laboral per escollir l'ocupació d'hostessa més de la meitat de les enquestades ho consideren un motiu neutral representant el 59,79%, un 30,83% ho considera un motiu poc important i només un 8,58% ho

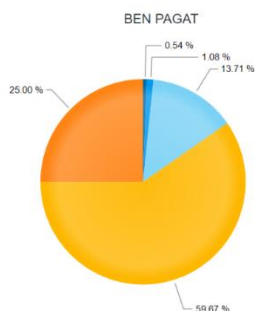
Gràfic 24. Variable fàcil combinació amb estudis.



Font. Elaboració pròpia

El 92,74% de les enquestades troba com a motiu important o molt important que l'ocupació sigui fàcil de combinar amb els estudis que s'estiguin cursant en el moment.

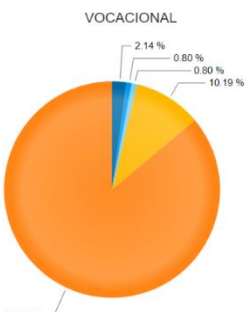
Gràfic 25. Variable posició ben pagada.



Font. Elaboració pròpia

En el cas d'aquesta variable les enquestades, amb un 84,67% consideren poc o molt poc important que la posició estigui ben pagada a l'hora d'escollir ser hostessa. Només un 2,62% li dona importància.

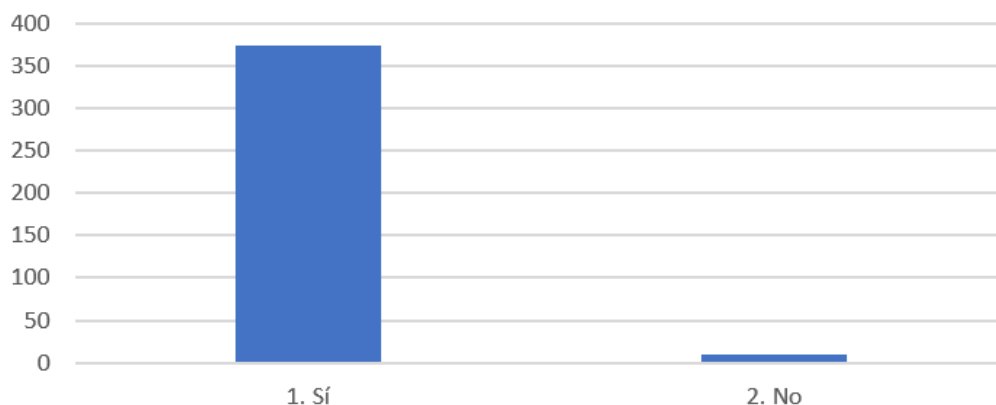
Gràfic 26. Variable vocacional.



Font. Elaboració pròpia

El 96,86% de les enquestades no consideren un motiu important tenir vocació per aquesta posició de treball. Només el 2,94% ho troben un motiu amb importància per exercir aquesta ocupació.

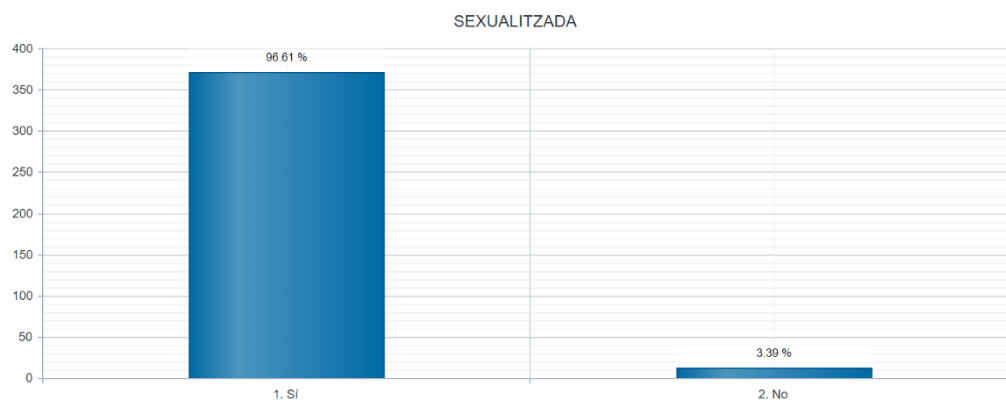
Gràfic 27. Variable uniforme genera comentaris.



Font. Elaboració pròpia

En aquesta variable es fa referència a si les enquestades consideren que l'uniforme, essent un vestit o faldilla, genera comentaris o comportaments inapropiats per part dels assistents. El 97,65% considera que sí i el 2,35% considera que no.

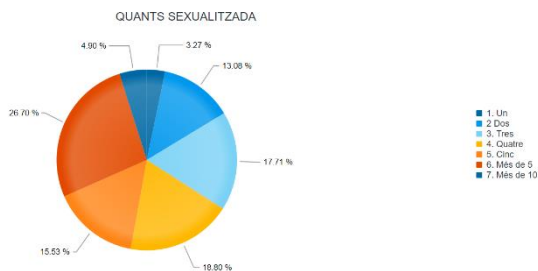
Gràfic 28. Variable sexualitzada.



Font. Elaboració pròpia

En la variable del "Gràfic 28" es mostra com el 96,61% de les enquestades consideren que sí que han estat sexualitzades durant un o més esdeveniments en els quals han treballat i només un 3,39% ho nega.

Gràfic 29. Variable sobre la quantitat de vegades que ha estat sexualitzada.

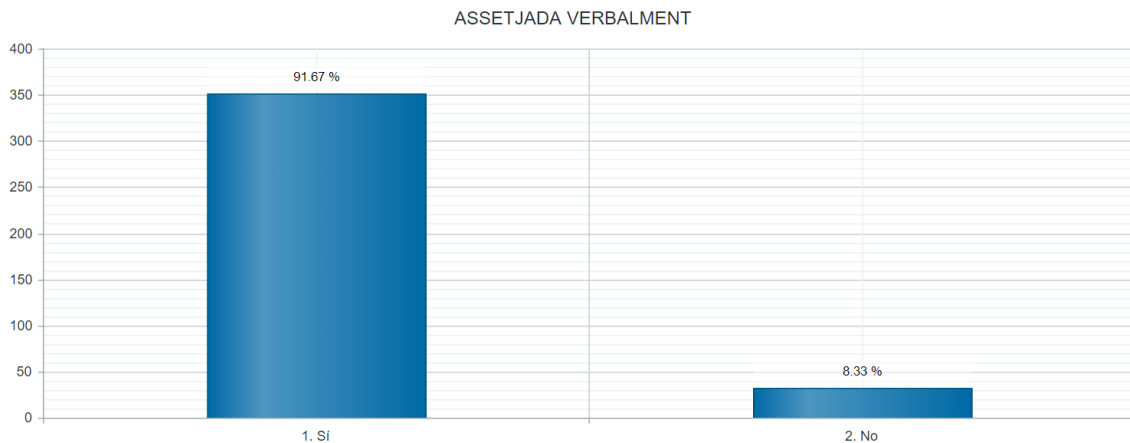


Font. Elaboració pròpia

esdeveniments.

En relació amb la variable anterior del "Gràfic 28" aquesta variable indica en quin nombre d'esdeveniments han estat sexualitzades, un 3,27% ho ha estat en 1 esdeveniment, el 4,90% en més de 10 esdeveniments, el 26,70% en més de 5 esdeveniments i el 65,12% entre 2,3,4 i 5

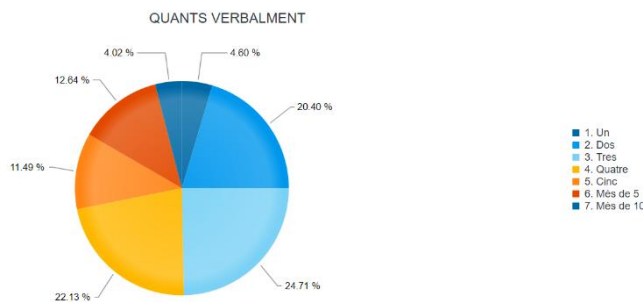
Gràfic 30. Variable assetjament verbal.



Font. Elaboració pròpia

Com en el “Gràfic 28” es pregunta a les enquestades si consideren que han estat assetjades verbalment durant un o diversos esdeveniments. El 91,67% afirma que considera haver estat assetjada verbalment i el 8,33% no ho considera.

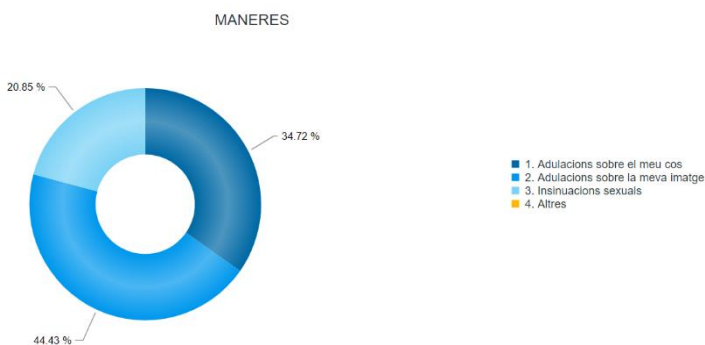
Gràfic 31. Variable sobre la quantitat de vegades que ha estat assetjada verbalment.



Font. Elaboració pròpia

Aquesta variable, com la del “Gràfic 29”, representa en quina quantitat d’esdeveniments consideren, les enquestades, que han estat assetjades verbalment per part d’alguns assistents. El 4,60% en un esdeveniment, el 4,02% en més de 10 esdeveniments, el 12,64% en més de 5 esdeveniments i el 78,73% entre 2,3,4 i 5 esdeveniments.

Gràfic 32. Variable sobre quines maneres ha estat assetjada verbalment.

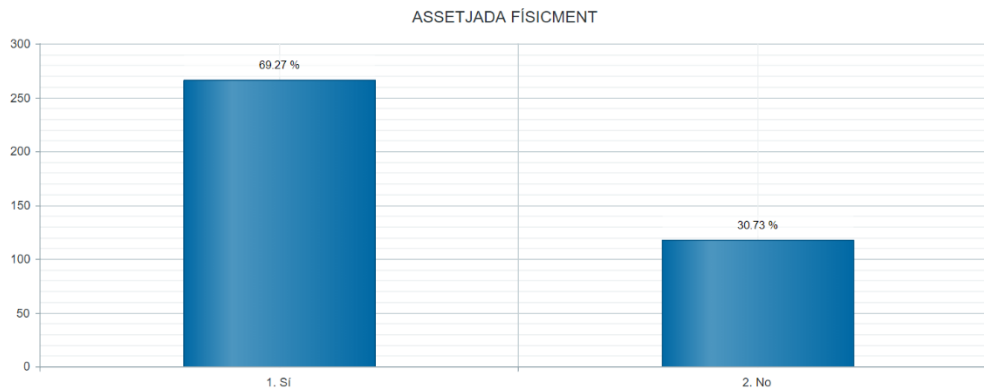


Font. Elaboració pròpia

insinuacions sexuals.

La variable d’aquest “Gràfic 32” indica de quines maneres han pogut estar assetjades verbalment les enquestades. El 44,43% diuen haver rebut adulacions sobre la seva imatge, el 34,72% adulacions sobre el seu cos i el 20,85%

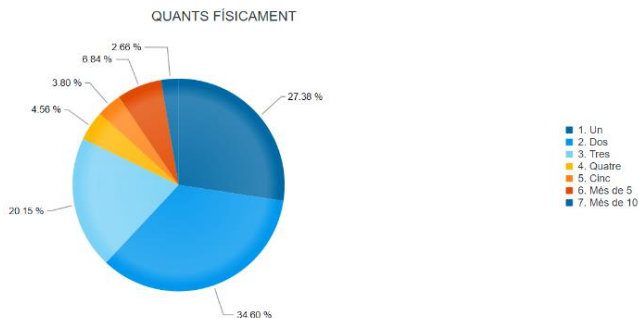
Gràfic 33. Variable assetjament físic.



Font. Elaboració pròpia

El “Gràfic 33” representa si les enquestades consideren que han estat assetjades físicament i el 69,27% d’elles coincideixen que sí ho han estat i el 30,73% no ho han estat.

Gràfic 34. Variable sobre la quantitat de vegades que ha estat assetjada físicament.

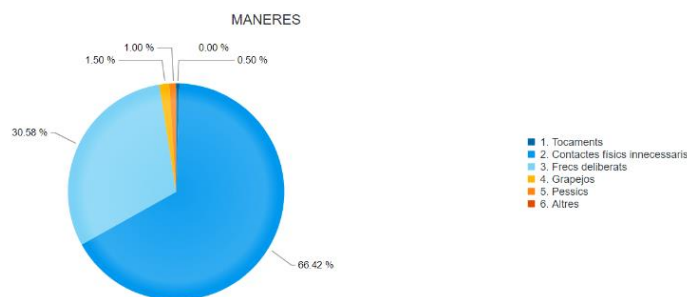


Font. Elaboració pròpia

2,3,4 i 5 esdeveniments.

Aquesta variable indica el mateix que els “Gràfics 29 i 31” però amb l’assetjament físic. El 27,38% considera que ha estat assetjada físicament en 1 esdeveniment, el 2,66% en més de 10 esdeveniments, el 6,84% en més de 5 esdeveniments i el 63,11% entre

Gràfic 35. Variable sobre de quines maneres ha estat assetjada físicament.

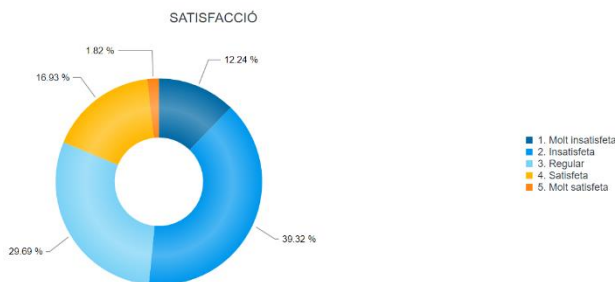


Font. Elaboració pròpia

1,50% grapejos i un 1% pessics.

Com en el “Gràfic 32” s’ha realitzat una variable on indiqui la manera que les enquestades consideren que han estat assetjades físicament. El 66,42% diu que ha rebut contactes físics innecessaris, el 30,58% freqs deliberats, un

Gràfic 36. Variable satisfacció.



Font. Elaboració pròpia

satisfeta o molt satisfeta.

Aquesta variable fa referència en el grau de satisfacció de les enquestades envers la seva experiència com a hostesses d'esdeveniments. El 39,32% diu estar insatisfeta, el 12,24% molt insatisfeta, el 29,69% regular i només el 18,75%

### 4.3.2. VARIABLES CREUADES

Amb aquest apartat es vol complementar els resultats obtinguts a partir de les enquestes realitzades per observar la relació entre dues variables categòriques.

#### Variable creuada 1: “Alçada” i “Sexualització”

Amb l'objectiu de determinar la intensitat de la relació entre aquestes dues variables es realitza la prova de *Crammer's V* obtenint un resultat de 0.1903 això indica que la relació entre les dues variables seleccionades és petita. Del total de les enquestades (384) 312 tenen una alçada entre 1,71 metres i 1,80 metres i el 98,08% afirma haver estat sexualitzada.

#### Variable creuada 2: “Físic” i “Assetjament verbal”

Amb l'objectiu de determinar la intensitat de la relació entre aquestes dues variables es realitza la prova de *Crammer's V* obtenint un resultat de 0.2761 indicant una relació petita, quasi mitja, entre variables. S'observa que només dues de les enquestades tenen una complexió física ovalada i neguen haver estat assetjades verbalment, en canvi, les enquestades amb una complexió física de rellotge de sorra o triangle invertit afirmen amb un 94,35% i 94,08%, respectivament, haver estat assetjades verbalment.

#### Variable creuada 3: “Físic” i “Assetjament físic”

Amb l'objectiu de determinar la intensitat de la relació entre aquestes dues variables es realitza la prova de *Crammer's V* obtenint un resultat de 0.1617 on ens indica una petita relació entre variables. 124 enquestades tenen una complexió física en forma de rellotge de sorra, és a dir, el “90,60,90” i el 72,58% d'elles afirmen haver estat assetjades físicament.

#### Variable creuada 4: “Ulls” i “Assetjament verbal”

Amb l'objectiu de determinar la intensitat de la relació entre aquestes dues variables es realitza la prova de *Crammer's V* obtenint un resultat de 0.2361 indicant una relació petita entre les variables. El nombre més gran d'enquestades tenen els ulls verds i blaus i el 94,29% i 97,27%, respectivament, afirmen haver estat assetjades verbalment.

#### Variable creuada 5: “Ulls” i “Assetjament físic”

Amb l'objectiu de determinar la intensitat de la relació entre aquestes dues variables es realitza la prova de *Crammer's V* obtenint un resultat de 0.2014. Com anteriorment la relació entre les dues variables seleccionades és petita mostrant igual que les noies enquestades amb ulls verds i blaus majoritàriament amb un 71,43% i un 79,09%, respectivament, han estat assetjades físicament.

En aquestes variables es presenta una homogeneïtat gran dels físics que fa que la mostra dels casos contraris sigui massa petita per obtenir un resultat força significatiu.

Les hipòtesis del treball estan lligades als resultats obtinguts mitjançant les enquestes. A continuació, es pot observar en la taula les hipòtesis si són acceptades o rebutjades i les dades que reforcen aquesta acceptació o rebuig:

Taula 6. Quadre explicatiu. Hipòtesis acceptació o rebuig.

HIPÒTESI	ACCEPTADA /REBUTJADA	INFORMACIÓ EXTRETA DE LES ENQUESTES
Les dones que han exercit d'hostesses han estat sexualitzades i/o assetjades en algun esdeveniment.	Acceptada	Es pot acceptar la hipòtesi, ja que el 96,61 de les dones has estat sexualitzades, el 91,67% assetjades verbalment i el 69,27% assetjades físicament.
Les noies que han exercit com a hostesses d'esdeveniments perceben aquesta posició laboral de manera discriminatòria.	Acceptada	Aquesta hipòtesi és acceptada perquè els resultats del qüestionari indiquen que en les preguntes 10, 11, 12, 13 i 14 les enquestades responen amb un 70-99% que és una posició estereotipada, preferiblement per dones, per atraure més clients, enfocada majoritàriament a

		un públic masculí i que els uniformes són diferents entre homes i dones.
La posició d'hostessa d'esdeveniments no es considera vocacional.	Acceptada	La hipòtesi s'accepta, ja que en el qüestionari les enquestades hi han respost que per elles un dels motius més importants a l'hora d'escollir la posició és l'obtenció d'un sou ràpid, una fàcil combinació amb estudis abans que considerar-ho vocacional.
Anar amb vestit o faldilla genera comentaris i/o comportaments sexistes i masclistes cap a les hostesses d'esdeveniments.	Acceptada	Es pot acceptar aquesta hipòtesi, ja que un 97,65% de les enquestades afirmen que l'uniforme sigui vestit o una faldilla genera comentaris o comportaments inapropiats de caràcter sexista i masclista.

Font. Elaboració pròpia

#### 4.3.3. ANÀLISI ENTREVISTES

Per l'estudi de la sexualització i l'assetjament de les hostesses en el turisme MICE català s'han realitzat onze entrevistes a noies que han participat com a hostesses en l'esdeveniment del *Mobile World Congress (MWC)* entre els anys 2013-2018, ja que aquest esdeveniment és un dels més importants i de la ciutat de Barcelona. Aquestes entrevistes s'han dut a terme per recopilar informació sobre els testimonis d'aquestes noies i així complementar la metodologia realitzada en aquest estudi. A continuació, s'analitzen les respostes a les preguntes relacionades amb l'estudi:

Les dues primeres preguntes fan referència a si estan activament treballant i en quin sector i quin és el nivell d'estudis màxim finalitzats, els quals són entre grau universitari, postgrau o màster. Seguidament, es fan dues preguntes relacionades amb dos aspectes físics com són el color d'ulls i cabell i la majoria responen que tenen un color de cabell clar i els ulls clars igual que la majoria d'enquestades del qüestionari. És curiós ja que el color de cabell que predomina entre les noies de la població és més fosc, castany.

Després ja s'entra més en matèria sobre el *MWC* en quin any van treballar com hostesses, els motius pels quals escullen ser hostessa del *MWC*, el tipus de jornada, les condicions laborals i totes coincideixen que un dels motius principals és l'obtenció d'un sou de manera ràpida i fàcil amb una jornada d'entre onze i dotze hores a 6-7 euros

l'hora bruts i amb un petit descans per dinar el qual a algunes el pagava l'empresa contractant.

Abans de començar amb les preguntes més relacionades entre la sexualització i assetjament d'aquesta posició se'ls hi pregunta que expliquin que és per elles la sexualització i l'assetjament per així també saber si més endavant havien identificat si havien estat víctimes d'aquests fets. Totes estan d'acord que les hostesses d'esdeveniments a Catalunya són sexualitzades o assetjades, que els requisits demanats per part de les empreses contractants són de caràcter sexista, que els motius pels quals han estat contractades tenen a veure principalment amb el físic, l'alçada i que són dones i fins i tot algunes assenyalen que durant el procés de selecció s'han arribat a sentir incòmodes per algunes preguntes per part dels entrevistadors o entrevistadores.

Totes afirmen haver estat incòmodes per la tipologia d'uniforme que van haver de portar i d'haver estat víctimes de sexualització o assetjament, sigui verbal o físic, per part de diversos assistents, però cap ho va arribar a denunciar, ja sigui perquè en el moment no hi van pensar o s'estimaven més no dir res per temor que les fessin fora i no cobrar.

En l'última pregunta, on es demana que es descrigui amb una frase l'experiència viscuda com a hostessa del *Mobile World Congress*, es pot observar que són totes de caràcter negatiu, com ara frases com: "denigrant com a dona", "estar nua amb roba", "experiència per oblidar", "quan no pagues pel producte, el producte ets tu", entre d'altres. Si es relacionen aquestes frases amb la variable de satisfacció del qüestionari, on el 51,56% i el 29,69% de les enquestades diuen estar insatisfetes o molt insatisfetes i regular, respectivament, es pot acabar de demostrar que la posició d'hostessa d'esdeveniments no és agradable a ulls de les noies que l'exerceixen, però que s'acaben conformant per l'obtenció d'un sou ràpid.

A partir de l'apartat 6.2.1. dels annexos es troben les onze entrevistes més detalladament.

#### **4.4. CONCLUSIONS**

En la investigació realitzada el principal interès ha estat la contextualització de la sexualització i l'assetjament de les hostesses dins el turisme MICE en la comunitat autònoma de Catalunya. Per assolir aquest objectiu s'ha realitzat una enquesta a 384 noies que són o han estat hostesses d'esdeveniments i entrevistes a onze noies que van treballar en l'esdeveniment del *Mobile World Congress* entre els últims vuit anys.

Després de tot l'exposat amb anterioritat es pot respondre als objectius plantejats on es volia visibilitzar l'existència present de la sexualització i l'assetjament de les hostesses i



així ha estat, ja que un 96,61% de les noies enquestades afirma haver estat sexualitzada, un 91,67% haver estat assetjada verbalment i un 69,27% físicament. També entre el 70% i el 99% de les enquestades perceben la posició d'hostessa d'esdeveniments de manera discriminatòria afirmant estar d'acord que és una posició estereotipada, creada preferiblement per a dones, enfocada a un públic majoritàriament masculí amb la finalitat d'atraure més clients als estands, fent que aquestes noies s'arribin a sentir incòmodes a causa de l'uniforme establert per part de les empreses contractants, ja que generen comentaris inadequats per parts d'alguns assistents.

S'ha pogut observar, a partir dels testimonis de les noies que van treballar fa uns anys en el *Mobile World Congress* i amb les preguntes sobre les característiques físiques del qüestionari, que des del primer moment amb les ofertes d'aquesta posició fins a l'últim es viuen situacions sexistes i discriminants valorant més aspectes superficials, com ara l'alçada, el color d'ulls, el color de cabell, la tonalitat de pell i la complexió física.

També, amb les variables de classificació es descriu una mostra que representa majoritàriament noies altes amb un color d'ulls blau o verd i amb diferents tonalitats de ros com a color de cabell. Aquest perfil de noia no és el que predomina entre la nostra població, per tant, aquest fet ens indica com algunes de les empreses contractants d'hostesses d'esdeveniments busquen unes característiques físiques concretes deixant en segon pla totes les altres aptituds vàlides que pugui oferir professionalment una noia. Un altre punt interessant va relacionat amb el "Gràfic 21" de les variables d'estudi, on es fa referència a la gran importància que li donen les noies enquestades a l'obtenció d'un sou de manera ràpida, ja que com s'ha esmentat en el marc teòric les dones formen més de la meitat de la mà d'obra en el sector turístic a Espanya i les seves condicions laborals, generalment, són inferior a la dels homes. Equival a què la dona encara que treballa 12 mesos cobra com si en treballés 10 a l'any (González, 2021).

Moltes de les noies entrevistades han hagut de suportar proposicions extraprofessionals, com ara que algun assistent li digui d'anar a sopar o que quan acabi la jornada els acompanyi a l'hotel i fins i tot a alguna li han proposat pagar-li una quantitat de diners alta per sortir de l'esdeveniment amb l'assistent.

Aquestes situacions sexistes no han canviat en el transcurs d'aquests últims vuit anys, ja que aquest mes de maig del 2021 en l'esdeveniment *Fitur* de Madrid rebutgen a una noia com a hostessa per la seva talla i pes. La noia en qüestió ha denunciat els fets exposant que havia estat contractada per estar en el *Fitur*, però l'uniforme era de talla única i no li anava bé. En anar l'endemà abans de començar l'esdeveniment la van titllar com "la del problema", com si tenir una talla 46 fos un inconvenient (Del Rio, 2021). Fets

com aquest només són una petita pinzellada del que les noies, d'avui en dia, han d'estar patint pel simple fet d'exercir la professió d'hostessa d'esdeveniments.

Però no només passa a l'estat espanyol o a la comunitat autònoma de Catalunya, ja que l'any 2018 a Anglaterra, Londres, a una festa exclusiva per milionaris, famosos, empresaris, polítics, etc., amb la finalitat de recollir diners per organitzacions benèfiques, les 130 hostesses van rebre tocaments i van ser assetjades i objectes de preposicions sexuals. Abans del sopar l'organització va informar les hostesses que havien de portar roba interior negra a joc amb la minifaldilles que els hi proporcionarien i que els seus telèfons mòbils havien de quedar-se fora de l'esdeveniment. Se'ls hi va fer firmar un contracte de confidencialitat i reiteradament els hi oferien vi. Alguns dels requisits que demanaven per ser hostessa d'aquest esdeveniment eren que havien de ser altes, primes i guapes (Guimón, 2018).

Com s'ha pogut comprovar amb els resultats i relacionant-t'ho amb el marc teòric d'aquest estudi al voltant de l'ocupació d'hostessa d'esdeveniment hi ha comportaments sexistes, no només per part de les empreses contractants sinó també per parts d'alguns dels assistents, deixant a les noies, que exerceixen la professió, en situacions incòmodes i violentes destacant aquesta desigualtat i discriminació que pateixen les dones en l'àmbit laboral, en aquest cas.

A partir dels resultats obtinguts es presenta una prospectiva de continuïtat en ser interessant una ampliació de la informació i estudis de la sexualització i l'assetjament d'hostesses en el turisme MICE per aconseguir més difusió i enteniment d'aquest problema. El present estudi s'ha centrat en la investigació de la sexualització i l'assetjament de les hostesses dins el turisme MICE a Catalunya. Un altre projecte atractiu seria l'estudi de la sexualització i l'assetjament de les hostesses a Catalunya analitzant esdeveniments de diferents tipologies i analitzar amb profunditat les ofertes per a ser hostessa en aquests esdeveniments. També, la continuïtat d'investigació de la hipòtesi secundària 3 sobre els uniformes que estableixen les empreses contractants i l'impacte que tenen en els assistents i sobre les mateixes hostesses. Una altra idea interessant és analitzar aquesta sexualització i/o assetjament des del punt de vista d'una empresa contractant d'hostesses. Per últim seria atractiu l'anàlisi de la vivència com a hostessa, en primera persona, des del moment que es postula a una oferta, tot el procés de selecció fins que es duu a terme la feina en l'esdeveniment amb l'objectiu d'exposar al 100% com és aquesta professió.

## 5. BIBLIOGRAFIA

Abellan, N., Izcara, C. i Salvador, M. (2020). Transversalización de la perspectiva de género en los estudios universitarios de turismo. Recuperat 10 Desembre 2020, de <http://www.albasud.org/noticia/1234/transversalizaci-n-de-la-perspectiva-de-g-nero-en-los-estudios-universitarios-de-turismo>

ACNUR Comitè Espanyol. (2018). ¿Qué es la desigualdad, qué tipos existen y qué consecuencias tiene?. Recuperat 27 Desembre 2020, de [https://eacnur.org/blog/que-es-desigualdad-que-tipos-existen-y-que-consecuencias-tiene-tc\\_alt45664n\\_o\\_pstn\\_o\\_pst/](https://eacnur.org/blog/que-es-desigualdad-que-tipos-existen-y-que-consecuencias-tiene-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/)

Agència Catalana de Turisme. (2019). Dossier de premsa. Recuperat 28 Deesembre 2020, de [http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/03/Dossier\\_de\\_Prensa\\_2019.pdf](http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/03/Dossier_de_Prensa_2019.pdf)

Anguita, J., Donado, J. i Repullo, J. R. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538.

Anguita, J., Donado, J. i Repullo, J. R. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (II). *Atención primaria*, 31(9), 592-600.

Araya, D. I. (2016). Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal: un factor que incide en las manifestaciones de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes. Recuperat 14 Desembre 2020, de <https://repositorio.uned.ac.cr/bitstream/handle/120809/1464>

Beerli, A., León, J. D. i Moreno, S. (2012). Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones. *Criterio Libre*, 10(16), 115-142

Bertran, A. (2019). Cae la participación de mujeres en el Mobile World Congress 2019. Recuperat 14 Desembre 2020, de <https://www.elperiodico.com/es/mobile-world-congress/20190301/mobile-world-congress-2019-mujeres-balance-7331777>

BOE. (2003). Article 184. Recuperat 12 Desembre 2020, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444#a184>

BOE. (2015). Article 314. Recuperat 9 Desembre 2020, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444#a314>

Cañada, E. i Moreno, D. (2018). *Dimensiones de género en el trabajo turístico*. Barcelona: Alba Sud Editorial.

Castelló, V. (2016). Desigualdades y discriminaciones en el mercado laboral de la Comunidad Valenciana. Recuperat 7 Desembre 2020, de <http://www.ces.gva.es/pdf/trabajos/revista80/art1.pdf>

Cikara, M., Eberhardt, J. L., & Fiske, S. T. (2011). From agents to objects: Sexist attitudes and neural responses to sexualized targets. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 23(3), 540-551.

Del Rio, J. (2021). La terrible experiencia de una joven a la que rechazaron como azafata de Fitur por su talla. Recuperat 23 Maig 2021, de <https://www.lavanguardia.com/cribeo/estilo-de-vida/20210520/7468695/terrible-experiencia-joven-rechazaron-azafata-fitur-talla.html>

Digitalist. (2018). ¿Qué impacto tienen las azafatas en eventos?. Recuperat 21 Desembre 2020, de <https://digitalisthub.com/que-impacto-tienen-las-azafatas-en-eventos/>

Duro, J. A. i Turrion-Prats, J. (2017). Estacionalidad turística en Cataluña: la relevancia de los factores de demanda. *Economía del turismo*, 23 (4), 846-853.

Elneser, D. (2015). Desigualdades de la mujer en su incorporación al mercado laboral español. Recuperat 16 Desembre 2020, de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1340/DESIGUALDADES+DE+LA+MUJER+EN+SU+INCORPORACION+AL+MERCADO+LABORAL+ESPANOL.pdf?sequence=1>

Euroforum. (2020). El segmento MICE en turismo: todo lo que debes saber. Recuperat 13 Desembre 2020, de <https://www.euroforum.es/blog/el-segmento-mice-en-turismo-todo-lo-que-debes-saber/>

Expósito, F., Sáez, G. i Valor-Segura, I. (2012). ¿Empoderamiento o subyugación de la mujer? Experiencias de cosificación sexual interpersonal. *Psychosocial Intervention*, 21(1), 41-51.

Ferreira, M. (2019). Sueldos bajos, inestabilidad laboral y acoso: lo que se esconde tras la sonrisa de una azafata de eventos. Recuperat 15 Desembre 2020, de [https://www.eldiario.es/euskadi/sueldos-inestabilidad-laboral-esconde-sonrisa\\_1\\_1405422.html](https://www.eldiario.es/euskadi/sueldos-inestabilidad-laboral-esconde-sonrisa_1_1405422.html)

Fernández, R. (2021). Evolución del impacto del Mobile World Congress (MWC) en la economía de Barcelona de 2006 a 2019. Recuperat 16 Febrer 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/677899/impacto-del-mobile-world-congress-en-la-economia-de-barcelona/>

Fontenla, M. (2008). ¿Qué es el patriarcado? Recuperat 8 Desembre 2020, de <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article1396>

Gavilán, R. (2019). Barcelona se alza como destino favorito para Reuniones y eventos. Recuperat 13 Desembre 2020, de <https://bevents-spain.com/barcelona-destino-mice/>

Gil, M.I. (2019). El origen del sistema patriarcal y la construcción de las relaciones de genero. Recuperat 27 Desembre 2020, de [https://www.agorarsc.org/el-origen-del-sistema-patriarcal-y-la-construccion-de-las-relaciones-de-genero/#\\_ftn2](https://www.agorarsc.org/el-origen-del-sistema-patriarcal-y-la-construccion-de-las-relaciones-de-genero/#_ftn2)

González, I. (2021). Desigualdad de genero en el sector turístico: el 75,4% de las mujeres han sufrido alguna barrera en su trabajo. Recuperat 14 Juny 2021, de <https://sobrevivirrhhe.com/2021/03/08/desigualdad-genero-sector-turistico/>

González, M. D. (2019). ¿ Dónde están las mujeres? La participación de la mujer en las ferias profesionales. Recuperat 13 Desembre 2020, de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/99911/6/mgonzalezbarbadoTFM0719memoria.pdf>

Grupo Novo Event. (2017). ¿Qué estudios se necesitan para ser azafata de eventos?. Recuperat 14 Desembre 2020, de <https://www.gruponovoevent.com/2017/10/25/que-estudios-se-necesitan-para-ser-azafata-de-eventos/#:~:text=A%20pesar%20de%20que%20es,en%20Gu%C3%ADa%20Infor%20maci%C3%B3n%20y%20Asistencia>

Grupo TEMA Azafatas. (2017). Requisitos para ser azafata. Recuperat 14 Desembre 2020, de <http://ettazafatas.com/como-es-el-trabajo-de-una-azafata-de-congresos/>

Guimón, P. (2018). El acoso y los toqueteos a las azafatas en una cena benéfica sacuden la City londinense. Recuperat 04 Juny 2021, de [https://elpais.com/internacional/2018/01/25/actualidad/1516866357\\_162255.html](https://elpais.com/internacional/2018/01/25/actualidad/1516866357_162255.html)

Herrero, M. (2018). Sexualización a través de las redes sociales. Recuperat 12 Desembre 2020, de <http://psicologiagratisMadrid.es/sexualizacion-traves-las-redes-sociales>

Hosteltur. (2015). Seis de cada diez trabajadores en turismo son mujeres. Recuperat 13 Desembre 2020, de [https://www.hosteltur.com/114225\\_seis-cada-diez-trabajadores-turismo-son-mujeres.html](https://www.hosteltur.com/114225_seis-cada-diez-trabajadores-turismo-son-mujeres.html)

Hosteltur. (2018). ¿Cómo está representada la mujer en el sector del turismo y la hostelería?. Recuperat 13 Desembre 2020, de [https://www.hosteltur.com/126999\\_como-esta-representada-mujer-sector-turismo-hosteleria.html](https://www.hosteltur.com/126999_como-esta-representada-mujer-sector-turismo-hosteleria.html)

Hosteltur. (2018). Diversificar el turismo MICE por toda Cataluña, objetivo de la ACT. Recuperat 13 Desembre 2020, de [https://www.hosteltur.com/109490\\_diversificar-el-turismo-mice-por-toda-cataluna-objetivo-de-la-act.html](https://www.hosteltur.com/109490_diversificar-el-turismo-mice-por-toda-cataluna-objetivo-de-la-act.html)

Hosteltur. (2018). Sólo el 25% de mujeres tienen posición de liderazgo en el sector turístico. Recuperat 13 Desembre 2020, de [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/022143\\_solo-el-25-de-mujeres-tienen-posicion-de-liderazgo-en-el-sector-turistico.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/022143_solo-el-25-de-mujeres-tienen-posicion-de-liderazgo-en-el-sector-turistico.html)

Hosteltur. (2019). El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española. Recuperat 28 Desembre 2020, de [https://www.hosteltur.com/130893\\_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html](https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html)

Iberley. (2019). Delito acoso sexual. Recuperat 23 Desembre 2020, de <https://www.iberley.es/temas/delito-acoso-sexual-48311#:~:text=El%20delito%20de%20acoso%20sexual,El%20art%C3%ADculo%20184%20del%20C.P.&text=Este%20delito%20se%20castiga%20con,de%20seis%20a%2010%20meses.>

Iberley. (2020). Delito discriminación laboral. Recuperat 23 Desembre 2020, de [https://www.iberley.es/temas/delito-discriminacion-laboral-63716#:~:text=En%20el%20art%C3%ADculo%20314%20del%20C%C3%B3digo%20Penal%20\(CP\)%20se%20establece,sexual%2C%20situaci%C3%B3n%20familiar%2C%20enfermedad%20o](https://www.iberley.es/temas/delito-discriminacion-laboral-63716#:~:text=En%20el%20art%C3%ADculo%20314%20del%20C%C3%B3digo%20Penal%20(CP)%20se%20establece,sexual%2C%20situaci%C3%B3n%20familiar%2C%20enfermedad%20o)

IDESCAT. (2020). Població ocupada en el sector turístic. Per sexe i situació professional. Recuperat 25 de Febrer de 2021, de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=conj&n=10216&lang=es&t=201904>

Implika. (2017). Trabajar como azafata de eventos: ¿en qué consiste?. Recuperat 28 Desembre 2020, de <https://www.implika.es/blog/trabajar-como-azafata-de-eventos-en-que-consiste>

- Izuriaga, B. (2018). ¿Te gustaría ser azafata de eventos?. Recuperat 14 Desembre 2020, de <https://www.turijobs.com/blog/azafata-de-eventos/>
- Laporta, A. (2020). Turismo MICE, un sector en auge para el turismo en España. Recuperat 28 Desembre 2020, de <https://www.apd.es/turismo-mice-en-auge-espana/>
- Merino, M. i Pérez, J. (2017) Definición de discriminación. Recuperat 7 Desembre 2020, de <https://definicion.de/discriminacion/>
- Ministerio de Trabajo. (2006). El acoso sexual a las mujeres en el ámbito laboral. Recuperat 29 Desembre 2020, de <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D91FE499-4898-4EDD-AA09-213A8AF122EA/153594/MTASEstudioAcosoSexual.pdf>
- Mobile World Congress. (2020). Recuperat 12 Desembre 2020, de <https://www.mwcbarcelona.com/>
- OIT, L. (2003). La hora de la igualdad en el trabajo. In *Conferencia Internacional del Trabajo. Informe del Director General, Informe Global. Ginebra*.
- OMT. (2019). Paronama del turismo internacional. Recuperat 28 Desembre 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- OMT. (2020). El turismo en la agenda 2030. Recuperat 07 Març 2021, de <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- OMT. (2020). El turismo: un fenómeno económico y social. Recuperat 28 Desembre 2020, de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- OMT. (2020) Glosario de términos de turismo. Recuperat 27 Desembre 2020, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- ONU. (2020). Nueve de cada diez personas tiene prejuicios contra las mujeres. Recuperat 10 Desembre 2020, de <https://news.un.org/es/story/2020/03/1470611>
- ONU Mujeres. (2011). La igualdad en el trabajo: un objetivo que sigue pendiente de cumplirse. Recuperat 10 Desembre 2020, de <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2011/6/equality-at-work-the-continuing-challenge>
- Ostelea. (2018). Las mujeres rompen barreras en el sector turístico. Recuperat 13 Desembre 2020, de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/las-mujeres-rompen-barreras-en-el-sector-turistico>

Pérez, R., i Rodríguez, C. (2013). Un análisis del concepto de acoso sexual laboral: reflexiones y orientaciones para la investigación y la intervención social. *Cuadernos de relaciones laborales*, 31(1), 195-219.

Plaza, A. (2019). Machismo laboral o el “está buena” en el trabajo. Recuperat, 8 Gener, 2021, de [https://www.eldiario.es/murcia/murcia-y-aparte/machismo-laboral-buena-trabajo\\_132\\_1228860.html](https://www.eldiario.es/murcia/murcia-y-aparte/machismo-laboral-buena-trabajo_132_1228860.html)

Porras, M. (2018). Anotaciones de Chi cuadrado, correlación, regresión y analisis de varianzas. Recuperat 25 Febrer 2021, de <https://www.rpubs.com/marcopl23/437923>

QuestionPro. (2020). ¿Qué es la Escala Likert y cómo utilizarla?. Recuperat 26 Febrer 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

QuestionPro. (2020). ¿Qué és el muestreo de bola de nieve?. Recuperat 02 Març 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-de-bola-de-nieve/>

Raffino, M.E. (2020). Concepto de turismo. Recuperat 8 Març 2021, de <https://concepto.de/turismo/>

Raffino, M.E. (2020). Sociedad Patriarcal. Recuperat 8 Desembre 2020, de <https://concepto.de/sociedad-patriarcal/#ixzz6g363sLp6>

Reventós, L. (2017). Mujeres en red para potenciar presencia femenina en el sector. Recuperat 12 Desembre 2020, de [https://elpais.com/eventos/2017/03/01/mwc/1488379946\\_930042.html](https://elpais.com/eventos/2017/03/01/mwc/1488379946_930042.html)

Rodríguez, J. (2004). *¿Qué es la discriminación y cómo combatirla?*. Mèxic: CONAPRED.

Rovira, I. (2020). Los 7 tipos de acoso y sus características. Recuperat 23 Desembre 2020, de <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-acoso>

Sánchez, A. (2020). ¿Qué tipo de turismo se identifica contigo?. Recuperat 3 Febrer 2021, de <https://www.kikearnaiz.com/blog-de-viajes/tipos-de-turismo-que-necesitas-conocer>

Sánchez, S. (2017). Turismo MICE: Qué es, importància y tipus. Recuperat 13 Desembre de 2020, de <https://marketingconsandra.com/turismo-mice-importancia-tipos/>

Santos, M.A. (2018). Barcelona se consolida como ciudad de ferias y congresos. Recuperat 10 Desembre 2020, de [https://www.metropoliabierta.com/el-pulso-de-la-ciudad/turismo/barcelona-consolida-ciudad-ferias-congresos\\_6644\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/el-pulso-de-la-ciudad/turismo/barcelona-consolida-ciudad-ferias-congresos_6644_102.html)



Sanz, C. (2018). La sexualización en la actualidad internacional. Recuperat 12 Desembre 2020, de <https://idus.us.es/handle/11441/80684>

Sen, C. (2017). La hipersexualización de la Sociedad: niñas sexis, infancia frágil. Recuperat 11 Desembre 2020, de <https://www.lavanguardia.com/vida/20170219/42143989742/hipersexualizacion-ninas-infancia-autoestima.html>

Torres, A. (2020). Tipo de sexismo: las diferentes formas de discriminación. Recuperat 9 Desembre 2020, de <https://psicologiaymente.com/psicologia/tipos-sexismo>

Triglia, A. (2020). Cosificación sexual: el cerebro del hombre ante la mujer en bikini. Recuperat 22 Desembre 2020, de <https://psicologiaymente.com/sexologia/cosificacion-sexual-cerebro-hombre-mujer>

UGT. (2019). Precarious World Congress. Recuperat 10 Març 2021, de [https://www.ugt.es/sites/default/files/informe\\_precarious\\_world\\_congress\\_ugt\\_catalunya.pdf](https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_precarious_world_congress_ugt_catalunya.pdf)

## **6. ANNEXOS**

### **6.1. QÜESTIONARI**

Soc una estudiant d'últim curs del centre universitari TecnoCampus, del grau en Turisme i Gestió del Lleure, la qual està realitzant un estudi sobre el turisme MICE i la sexualització i assetjament de les hostesses a Catalunya.

Les informacions que es demana en aquest qüestionari són per elaborar una anàlisi sobre les percepcions i experiències per part de noies que han exercit aquesta professió. Per fer aquesta exploració, cal caracteritzar aquelles noies segons dades sociodemogràfiques i característiques físiques.

La informació que es faciliti en aquest qüestionari es tractarà amb les mesures corresponents que garanteixin la confidencialitat i integritat de les seves dades anònimes.

#### **1. Quina és la seva edat?**

**2. Quin és el seu nivell màxim d'estudis finalitzats? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. No sap llegir ni escriure                      2. Primària                                      3. ESO  
4. Batxillerat                                      5. Cicle formatiu grau mitjà                      6. Cicle formatiu grau superior  
7. Grau universitari                                      8. Postgrau                                      9. Màster  
10. Doctorat                                      11. Altres

**3. Quina és la seva situació laboral? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Ocupada                                      2. Parada                                      3. Altres

**4. Quina és la seva alçada?**

1. 1,50-1,60 metres                      2. 1,61-1,70 metres                      3. 1,71-1,80 metres                      4. +1,80 metres

**5. Com considera que és la seva complexió física? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Rodona                      2. Triangle                      3. Triangle invertit                      4. Rectangular                      5. Rellotge de sorra  
6. Altres

**6. Quin considera que és el color dels seus ulls? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Blaus                      2. Verds                      3. Marró clar                      4. Marró fosc                      5. Altres

**7. Quin considera que és el seu color de cabell? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Ros molt clar                      2. Ros clar                      3. Ros mig                      4. Ros fosc                      5. Castany clar  
6. Castany mig                      7. Castany fosc                      8. Negre                      9. Altres

**8. Quina considera que és la teva tonalitat de pell? (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Molt clara                      2. Clara                      3. Morena clara                      4. Morena fosca                      5. Fosca  
6. Altres

**9. En quants esdeveniments ha treballat?**

**10. Considera que l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments és una posició estereotipada?**

1. Sí 2. No

**11. Considera que les empreses prefereixen que la posició d'hostessa sigui ocupada per una dona i no per un home?**

1. Sí 2. No

**12. Està d'acord en el fet que una de les finalitats de la creació de l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments és atraure a un nombre més elevat de possibles clients, a partir d'una imatge femenina?**

1. Totalment desacord 2. Desacord 3. Neutral 4. D'acord 5. Totalment d'acord

**13. Està d'acord que l'ocupació d'hostessa d'esdeveniments està enfocada a un públic majoritàriament masculí?**

1. Totalment desacord 2. Desacord 3. Neutral 4. D'acord 5. Totalment d'acord

**14. Està d'acord en el fet que els uniformes d'hostessa haurien de ser iguals independentment de si ets home o dona?**

1. Totalment desacord 2. Desacord 3. Neutral 4. D'acord 5. Totalment d'acord

**15. Indiqui la importància dels motius pels quals va escollir fer d'hostessa d'esdeveniments. (Essent 1 el més important i 5 el menys important)**

a. Obtenció ràpida d'un sou (1.2.3.4.5.6)

b. Inserció laboral ràpida (1.2.3.4.5.6)

c. Obtenció d'experiència en el món laboral (1.2.3.4.5.6)

d. Activitat laboral fàcil de combinar amb estudis (1.2.3.4.5.6)

e. Posició ben pagada (1.2.3.4.5.6)

f. Vocacional (1.2.3.4.5.6)

**16. Considera que el tipus d'uniforme (vestit o faldilla) genera comentaris inapropiats per part dels assistents?**

1. Sí 2. No

**17. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un vestit o faldilla amb una llargada per sobre dels genolls?**

1. Molta inseguretat 2. Inseguretat 3. Regular 4. Seguretat 5. Molta seguretat

**18. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un vestit o una faldilla amb una llargada per sota dels genolls?**

1. Molta inseguretat 2. Inseguretat 3. Regular 4. Seguretat 5. Molta seguretat

**19. Com descriuria la seguretat que li proporciona que l'uniforme sigui un pantaló?**

1. Molta inseguretat 2. Inseguretat 3. Regular 4. Seguretat 5. Molta seguretat

**20. Considera que ha estat sexualitzada durant algun esdeveniment? (*Dotar de caràcter sexual a la persona*)**

1. Sí 2. No

**21. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat sexualitzada?**

1. Un 2. Dos 3. Tres 4. Quatre 5. Cinc 6. Més de 5  
7. Més de 10

**22. Considera que ha estat assetjada verbalment durant algun esdeveniment? (*comentaris de connotació sexual, insinuacions sexuals o comentaris referents al físic/imatge...*)**

1. Sí 2. No

**23. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat assetjada verbalment?**

1. Un 2. Dos 3. Tres 4. Quatre 5. Cinc 6. Més de 5  
7. Més de 10

**24. En cas afirmatiu a la pregunta 22. Seleccioni de quina manera o maneres. (*En el cas d'altres cal especificar*)**

1. Adulacions sobre el meu cos  
2. Adulacions sobre la meva imatge

3. Insinuacions sexuals

4. Altres

**25. Considera que ha estat assetjada físicament? (tocaments o contactes físics innecessaris, grapejos, frecs deliberats, pessics...)**

1. Sí 2. No

**26. En cas afirmatiu a la pregunta anterior. En quants esdeveniments ha estat assetjada físicament?**

1. Un 2. Dos 3. Tres 4. Quatre 5. Cinc 6. Més de 5

7. Més de 10

**27. En cas afirmatiu a la pregunta 25. Seleccioni de quina manera o maneres. (En el cas d'altres cal especificar)**

1. Tocaments

2. Contactes físics innecessaris

3. Frecs deliberats

4. Grapejos

5. Pessics

6. Altres

**28. Com de satisfeta està amb l'experiència de ser o haver estat hostessa d'esdeveniments?**

1. Molt insatisfeta 2. Insatisfeta 3. Regular 4. Satisfeta 5. Molt satisfeta

**29. Opinió o vivència personal**

## 6.2. PREGUNTES ENTREVISTA

Aquest és el guió de les preguntes de l'entrevista que es realitza:

1. Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.
2. Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?
3. Quin és el teu color de cabell?
4. Quin és el teu color d'ulls?
5. En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?
6. Quins han estat els principals motius per treballar com a hostessa del *MWC*?
7. Quina era la teva jornada laboral?
8. Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (*€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.*)
9. Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?
10. L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?
11. Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar per què.
12. Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el *MWC*.
13. Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? *L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...*
14. Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?
15. Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.
16. Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar per què.
17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació. (*comentaris de connotació sexual, insinuacions sexuals o comentaris referents*)

*al físic/imatge, tocaments o contactes físics innecessaris, grapejos, freds deliberats, pessics, etc.)*

18. En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?
19. Descriu amb una frase l'experiència viscuda com a hostessa del *Mobile World Congress*.
20. T'agradaria aportar un altre fet o més informació?

### 6.2.1. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 1

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, sector jurídic (Dret).
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Doble grau universitari.
3. **Quin és el teu color de cabell?** Castany clar.
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Blau-grisos.
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*? 2016.**
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com a hostessa del *MWC*?** Diners ràpids i fàcils, remuneració "alta" per pocs dies de treball, no es requereix experiència laboral.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** De 9 a 19.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** Salari d'entre 7 i 7,5€/hora, descans de mitja hora o quinze minuts -depenent del dia- per dinar i oferiment de dinar (realment escàs).
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització no és més que la cosificació de la dona, la creença que la dona és un objecte sexual. L'assetjament està relacionat amb aquesta sexualització i el considero la insistència perseverada d'un individu -generalment home- de relacionar-se amb un altre -generalment dona- fins el punt que arriba a ser una gran destorba per aquesta segona persona. Normalment, l'assetjament té un alt contingut sexual i s'acaba posant de manifest que precisament som -el col·lectiu de dones- assetjades perquè estem sexualitzades.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, els contractants d'hostesses busquen un perfil majoritàriament femení que tingui bona imatge, és a dir, bon físic, atractivitat i bellesa, per a atraure més públic i aquesta bona

imatge s'acaba plasmant en les vestimentes. Davant les extremades vestimentes de les hostesses, el públic i, fins i tot, els mateixos contractants consideren que aquestes no són més que un objecte sexual -sexualització- i es creuen amb el dret de adular la seva imatge i el seu cos arribant a ser un vertader destorb -assetjament- per les hostesses que treballen en aquest tipus d'esdeveniments. Així mateix, l'assetjament també es manifesta quan els públics i els assistents ofereixen "d'anar a sopar i a l'hotel" a les hostesses.

11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, inclouen criteris com "noies guapes i atractives", "amb bon físic", "més de 1,70m d'alçada", "haver sigut o ésser model", "simpatia", "sempre somrient"...
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** Per ser dona, per l'aspecte físic, per l'alçada.
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** No ho recordo.
15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, l'uniforme era un vestit vermell de tirants, amb un gran volant i lleugerament per sobre dels genolls i l'estand de l'empresa estava situat en una cantonada del recinte on la porta SEMPRE estava oberta pel que les hostesses -érem 4- passàvem fred i se'ns podia arribar a aixecar el vestit. Els hi vàrem comunicar a l'empresa que ens va contractar i als de l'estand i ens van ignorar. A més a més, vam demanar de portar americana (era febrer) perquè passàvem fred i no ens van deixar fins l'últim dia perquè ens estàvem refredant.  
L'uniforme generava que els assistents ens veiessin com un objecte sexual i fessin comentaris violents sobre els nostres aspectes físics i insinuacions de marcat caràcter sexual que comentàvem entre les companyes, ens oferien



d'anar a sopar o prendre una copa després de la feina, intentaven tocar-te el més que podien, s'apropaven en excés, no respectaven distàncies físiques i, en més d'una ocasió, quan la conversa es tornava purament ofensiva per a nosaltres, ens excusàvem i marxàvem a la part de l'estand reservada només per staff. En ocasions, havíem escoltat tant assistents com homes del propi estand que ens havien contractat parlar sobre les "*red dressed ladies*" en marcat to sexual.

- 17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Explicat a la pregunta anterior.
- 18. En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, en el moment no ho vaig trobar rellevant perquè ens estava passant a les quatre hostesses que estàvem a l'estand i els del propi staff ens assetjaven verbalment.
- 19. Describeix amb una frase l'experiència viscuda com a hostessa del *Mobile World Congress*.** Denigrant com a dona.
- 20. T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Sí. La vestimenta i els càrrecs ostentats pels nois que fan de hostes són marcadament diferent als que fan les noies hostesses. Els nois tenen més responsabilitat i vesteixen de manera més "còmoda".

## 6.2.2. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 2

- 1. Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, sector de la restauració
- 2. Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Grau universitari.
- 3. Quin és el teu color de cabell?** Ros.
- 4. Quin és el teu color d'ulls?** Blau.
- 5. En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2015.
- 6. Quins han estat els principals motius per treballar com a hostessa del *MWC*?** Obtenció de diners de manera ràpida. No es necessària l'experiència laboral.
- 7. Quina era la teva jornada laboral?** 8:30 a 18:30.
- 8. Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** Sou entre 6 i 7 euros/hora. Descans de 20 minuts, sense dietes.
- 9. Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual? La sexualització és el caràcter sexual que se li dona a alguna cosa o persona.**

L'assetjament el considero com l'acció verbal o física d'una persona cap a una altre de manera insistent, podent ser, de manera sexual o no.

- 10. L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el MWC, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, el perfil que volen les empreses que contracten és principalment femení amb uns requisits sexistes encarats sobretot ala bona imatge i bon físic.
- 11. Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, el requisits que demanen són majoritàriament relacionats amb el físic i la imatge buscant una alçada mínima i si tens un cert color d'ulls i de cabell et paguen més o menys.
- 12. Digue per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** Ser dona, l'alçada, ser rossa amb ulls blaus.
- 13. Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
- 14. Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** Sí, ja que em van preguntar sobre el meu estat civil, cosa que per la posició i els dies de feines penso que no era gens rellevant.
- 15. Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
- 16. Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí. Era un vestit per sobre els genolls de color blau i moltes vegades notava més mirades cap a les meves cames que cap a la informació que donava el "estand" de l'empresa.
- 17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí, ja que en més d'una ocasió es van apropar diversos assistents per proposar-me que els acompanyés a sopar després de l'esdeveniment, em van arribar a agafar de les mans i del braç de manera "carinyosa".

18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, ja que en aquell moment no ho parés a pensar i el que vols es acabar la jornada de feina i l'esdeveniment cobrar el sou i oblidar-te de la situació.
19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** No ho recomanaria.
20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Sí, no només et pots sentir incòmode per part dels assistents sinó també per l'equip (homes) de l'empresa per a la qual fas d'hostessa.

### 6.2.3. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 3

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, sector financer
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Màster
3. **Quin és el teu color de cabell?** Ros fosc.
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Verdós.
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2013.
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?** Guanyar diners fàcilment.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** De 9 a 19:30.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 6,5€ hora.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** Són accions de desigualtat i discriminatòries, com pot ser de forma sexista que majoritàriament es donen d'homes cap a dones.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, nomé cal llegir les ofertes de feina que es penjen per demanar noies per ocupar aquesta posició on només fan èmfasi en aspectes físics i no de formació acadèmica. Un cop dins l'esdeveniment el públic, principalment masculí, es creu amb el poder de fer comentaris sobre la imatge, l'uniforme, el físic i altres aspectes de l'hostessa i fent proposicions extra professionals...
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.**

Per suposat, demanen una noia simpàtica, que fagi mínim 1,75m, guapes, “que es cuidin”, amb una bona higiene...

12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t’han contractat per ser hostessa en el MWC.** Físic, alçada, dona.
13. **Creus que has estat víctima de l’efecte halo durant l’entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L’efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d’un judici previ, cap a una persona, a partir d’una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
14. **Durant el procés de selecció t’has sentit incòmoda a causa d’alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** Sí. Em van preguntar si era model, cosa que no crec que fos necessari. També em van preguntar la meua talla de pantalons, alçada i si portaria unes sabates de talons de 12 cm. Vull especificar que l’entrevistador era un home d’aproximadament 30 anys.
15. **Has rebut formació prèvia a l’esdeveniment per part de l’empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
16. **Durant l’esdeveniment t’has sentit incòmoda a causa de l’uniforme establert, per part de l’empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, era una faldilla i una brusa. Pel meu gust una faldilla massa curta que feia que no tingués ganes d’ajupir-me si se’m queia qualsevol cosa al terra.
17. **Consideres haver estat víctima d’assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l’esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí, en més d’una vegada diferents assistents em van donar números de telèfons, números d’habitació d’hotels de Barcelona i quasi tots havien d’opinar sobre el teu aspecte físic.
18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, perquè al final ningú et farà cas. Ho denuncies i després què? Al final és la teua paraula contra la d’algun home “d’importància”. No els hi interessa. També el vols assegurar la remuneració final.
19. **Descriu amb una frase l’experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** No ho repetiria mai més.
20. **T’agradaria aportar un altre fet o més informació?** Sí. En una ocasió un assistent de nacionalitat asiàtica em va oferir 800€ per anar a la seva habitació quan acabés la meua jornada i que m’esperaria el seu “xofer” a la sortida.

Evidentment ho vaig rebutjar. Les hostesses han d'aguantar coses molt fora de lloc.

#### 6.2.4. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 4

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, sector jurídic.
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Màster.
3. **Quin és el teu color de cabell?** Castany clar
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Blau-Verd.
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*? 2015 i 2016.**
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?** Diners ràpids.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** De 9AM a 8PM.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 7,2 euros/hora bruts i descans de 15 minuts per "dinar".
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització és la forma sexual que se li pot donar a una cosa o persona però sobretot a les dones per part d'homes i l'assetjament ho relaciono amb la insistència d'una persona a una altre de qualsevol manera verbal, física de manera sexual o no.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, només cal veure els uniformes que han de portar els comportaments i comentaris dels assistents cap a elles i llegir les ofertes de feina per ser hostessa.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** 100% volen noies maques, a poder ser millor rosses i amb ulls clars, amb una alçada de més de 1,70, que siguin simpàtiques amb paciència i que ajudin als assistents. Formació poca o gens.
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el *MWC*.** Pel físic, el meu colors d'ulls, que soc una noia.

- 13. Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners... Sí.**
- 14. Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes? Sí,** alguna pregunta sobre la meva vida personal.
- 15. Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació. No.**
- 16. Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què. Sí,** era un vestit bastant curt i em sentia observada tota l'estona no només pels assistents sinó per companys homes.
- 17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació. Sí,** molts assistents, sobretot asiàtics, m'adulaven en anglès. Les meves companyes i jo en vam queixar el primer dia sobre l'uniforme i si podíem portar algunes mitges fosques o alguna peça de roba de la part de dalt per no anar amb tirants, ja que també passàvem fred i ens ho van negar en tot moment. Això ens feia sentir com trossos de carn exposat.
- 18. En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què? No,** en aquell precís moment no li vols donar importància i després ja es consideraria massa tard.
- 19. Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*. Una experiència per oblidar.**
- 20. T'agradaria aportar un altre fet o més informació? Un dels requisits de l'oferta era que tinguéssim bon niell d'anglès. Durant l'entrevista no ens van fer cap prova per comprovar-ho. Només preguntes superficials.**

#### 6.2.5. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 5

- 1. Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s. Sí,** sector turístic.
- 2. Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat? Grau Universitari**
- 3. Quin és el teu color de cabell? Ros.**

4. **Quin és el teu color d'ulls?** Blau "fosc".
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*? 2014**
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?** Manera de guanyar diners fàcil.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** De 9 a 19.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 6,5/7€ per hora i un petit descans, per dinar. El dinar l'havíem de pagar nosaltres.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització és la cosificació amb connotació sexual que se li pot fer a una persona i l'assetjament és una insistència cap a una persona ja sigui amb comentaris o de manera física que pot arribar a incomodar i molestar.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, ja que el perfil que es busca per aquesta posició és que sigui una dona guapa, amb bon físic, mínimament alta, estil model, perquè d'aquesta manera poder atraure més públic (masculí).
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí perquè la majoria de coses que demanen tenen relació amb el físic i no amb la formació o experiència de la posició.
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el *MWC*.** Perquè era noia, alta (1,76m) i suposo que pel físic també.
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes? No estic segura...**
15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.

16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, era un vestit vermell curt amb el qual es passava fred i et feia sentir com un "mono de fira" perquè tothom et mirava a tu i no al que havien de mirar com ara la informació i els productes...
17. **Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí. Els assistents no es tallaven a demanar donar números i en proposar anar a sopar o a fer una copa als seus respectius hotels... Et feien sentir com una noia de companyia.
18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, preferies deixar-ho córrer i ja sabies que no tornaries a fer d'hostessa, almenys, per aquell esdeveniment.
19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** Estar nua amb roba.
20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Sí. És una posició molt denigrant on no se't valora gens com a persona.

#### 6.2.6. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 6

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí. Hosteleria
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Grau Universitari.
3. **Quin és el teu color de cabell?** Negre.
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Blaus.
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2017
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?** Diners.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** 9am a 7pm.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** Pagaven 7,1€ per hora. A l'oferta deia que amb 1 hora per dinar però en veritat van ser 20 minuts.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització és la connotació sexual que se li dona a alguna cosa o persona. L'assetjament és un comportament que pot arribar a ser agressiu i no desitjant entre persones, verbal o físic.



- 10. L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el MWC, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, només llegint les ofertes ja veus lo sexistes que són i aquestes ofertes normalment es dirigeixen cap a noies fent referència al físic, la bellesa i els uniformes que donen.
- 11. Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, comentat a la pregunta anterior.
- 12. Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** Soc noia, físic i imatge, alçada.
- 13. Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
- 14. Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** Sí, em van preguntar si em tenyiria de rossa... surrealista total.
- 15. Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
- 16. Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Totalment, personalment la faldilla era massa curta i provocava moltes mirades per part dels assistents.
- 17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí, em van arribar a dir lo bé que em quedava l'uniforme, si després de l'esdeveniment tenia alguna cosa a fer, si volia anar a sopar amb un grup "d'homes poderosos" (paraules literals d'un assistent)...
- 18. En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, en aquell moment no ho vaig pensar.
- 19. Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** Una experiència nefasta i fastigosa.

- 20. T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Dóna la sensació que allà a ningú els hi importa com tracten a les hostesses, mentre aquestes facin la seva "feina".

#### 6.2.7. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 7

1. **Estàs activament treballant?** En cas afirmatiu especificar sector/s. No.
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Postgrau.
3. **Quin és el teu color de cabell?** Ros-Castany.
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Verds.
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2017
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?**  
Diners ràpids i fàcils.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** de 9 a 19.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 7 euros per hora i descans per dinar.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització és la cosificació sexual cap a una persona i l'assetjament és l'acció ja sigui verbal o física, passiva o agressiva cap a una altre persona de manera persistent.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Totalment d'acord, amb alguns dels uniformes que fan anar a les hostesses ja ho diu tot. Les persones que contracten ja busquen un perfil atractiu simpàtic i que agradi al públic de l'esdeveniment.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.**  
Sí, perquè demanen bàsicament que es sigui guapa, amb bon cos, alta, i si ets rossa i amb ulls clars et paguen un petit plus respecte a les demés.
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el *MWC*.** Imatge, físic gènere...
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu.**

**Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners... Sí.**

14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes? No me'n recordo.**
15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació. No.**
16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què. Sí, em sentia molt observada, ja que era un vestit de tirants i curt.**
17. **Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació. Sí, els assistents no es tallaven ni un pel en dir-nos coses a mi i a les meves companyes.**
18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què? No, no volia cap mal de cap més.**
19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*. Una vergonya d'experiència**
20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació? Un dia finalitzat l'esdeveniment esperant a una amiga fora del recinte un dels assistents, que havia passat diverses vegades per el meu "stand" i que havia intentat donar-me conversa personal, va apropar-se per oferir-me anar al seu hotel.**

#### 6.2.8. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 8

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s. Sí, sector financer.**
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat? Màster.**
3. **Quin és el teu color de cabell? Castany clar.**
4. **Quin és el teu color d'ulls? Verd/Gris.**
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*? 2016.**
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*? Fàcil remuneració en un període de temps curt, no necessites experiència laboral.**

7. **Quina era la teva jornada laboral?** 8:30 a 18.
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** Cobràvem 7€ aproximadament per hora (bruts) i ens donaven temps per dinar entre 15 i 20 minuts.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** Sexualització consisteix en la percepció de la persona com a objecte sexual i l'assetjament són comportaments i actituds nocives cap a una persona o persones de manera repetida.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el MWC, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, per el tipus d'uniforme que s'ha de portar ("provocatiu") perquè el que busquen els que contracten a noies per aquesta posició es basen més en lo superficial que el seu currículum. El públic majoritari d'aquest esdeveniment és masculí i no es tallen gens en comentar o en tenir comportaments masculistes cap a les hostesses.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, les ofertes demanen noies altes, com models, guapes, que es cuidin... tot molt sexista.
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** Perquè soc una noia, per l'alçada i per el físic.
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí.
14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** Em sembla que no.
15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, era un vestit vermell de tirants curt per sobre els genolls i això provoca en molts

dels assistents comentaris cap a la nostra vestimenta i que s'apropessin a parlar amb nosaltres de tems personal i no professionals oferint-nos anar a prendre alguna cosa després de l'esdeveniment, etc.

17. **Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí, com he dit a la pregunta anterior els assistents es sobrepassaven intentant apropar-se a tu com poguessin tocar-te de manera "involuntària".
18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, ja que fins i tot els propis companys del "stand" també feien comentaris inapropiats i pensava que si em queixava a l'empresa que m'havia contractat em diria que no tornés al dia següent i no cobrar res del sou.
19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** Una posició de treball que no em va valer gens la pena.
20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** No.

#### 6.2.9. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 9

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** No
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Grau universitari
3. **Quin és el teu color de cabell?** Ros
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Marró clar
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2018
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?** Remuneració ràpida
7. **Quina era la teva jornada laboral?** 9 a 19
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 7 o 7,5 € la hora més o menys amb un petit descans per dinar.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització és el caràcter sexual que se li dona a una persona i l'assetjament les accions repetides tant verbals com físiques que poden molestar o incomodar a una persona.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí ja que sembla que

- la seva contractació sigui per cridar a un públic masculí i estiguin allà només com a maniquins exposats per rebre comentaris per part dels assistents.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, ja que busquen noies altes i guapes com models principalment i no es fixen en si saben parlar anglès, nivell acadèmic o experiència laboral.
  12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** Físic, per ser dona
  13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí
  14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** No
  15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No
  16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí, perquè la gent de l'esdeveniment s'apropava a tu per adular-te o similar i no per demanar informació sobre l'empresa.
  17. **Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí pel comentat a la pregunta anterior.
  18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, perquè en el moment no hi vaig pensar.
  19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** Una experiència lamentable.
  20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Que molts assistents sembla que vagin allà més per a veure si poden tenir alguna cosa amb les hostesses que per conèixer els nous productes tecnològics.

#### 6.2.10. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 10

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, en el sector de la restauració
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Grau universitari
3. **Quin és el teu color de cabell?** Castany-rós
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Verds
5. **En quin any/anys vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2015
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com hostessa del *MWC*?**  
Pels diners
7. **Quina era la teva jornada laboral?** De 8 a 18
8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** Uns 7 euros per hora més o menys i 15 minuts de descans per dinar, que et pagaven ells el dinar però era entre poc i res.
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** La sexualització la considero com a veure una persona de forma sexual i l'assetjament la insistència cap a alguna persona de manera passiva o agressiva que la incomodi o li generi un malestar.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el *MWC*, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Sí, bàsicament la posició sembla que serveixi per estar allà posant bona cara i vestida de manera provocativa per atraure més gent, principalment homes.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del *MWC*, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí perquè demanen que tinguis una altura de 1,70 mínim, que sigui maca, si ets rossa i amb ulls clars millors i amb bon físic.
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el *MWC*.** Perquè soc noia, amb bona imatge i mínimament alta (1,73).
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Sí

14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** No ho sé
15. **Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No
16. **Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí perquè miraven més lo llargues que teníem les cames que una altre cosa.
17. **Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí perquè no m'imaginava que alguns del assistents ens proposarien anar a sopar després de la feina o no pararien de dir-nos coses sobre el nostre físic o imatge.
18. **En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No perquè vaig preferir deixar-ho estar.
19. **Describeix amb una frase l'experiència viscuda com ha hostessa del *Mobile World Congress*.** Ser hostessa al Mobile potser no és el que sembla
20. **T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** A varies companyes de diferents estands els hi van oferir diners per anar als hotels de diversos assistents. Denigrant.

#### 6.2.11. ENTREVISTA NOIA ANÒNIMA 11

1. **Estàs activament treballant? En cas afirmatiu especificar sector/s.** Sí, porto el departament de compres d'una empresa de decoració.
2. **Quin és el teu nivell màxim d'estudis realitzat?** Màster.
3. **Quin és el teu color de cabell?** Castany.
4. **Quin és el teu color d'ulls?** Marró.
5. **En quin any vas treballar com a hostessa al *Mobile World Congress (MWC)*?** 2014, 2015, 2016
6. **Quins han estat els principals motius per treballar com a hostessa del *MWC*?** El primer any, perquè era una manera de guanyar diners en poc temps. I després vaig fer d'hostessa perquè no em van deixar ser "xofer" perquè era una noia i els clients (Àrabs i asiàtics majoritàriament) no volien dones com a conductores.
7. **Quina era la teva jornada laboral?** 10/11h seguides amb 30min per dinar. De vegades alguna hora extra.



8. **Quines eren les teves condicions salarials i beneficis? (€/hora o €/dia, assegurances, plus, variables, tiquets restaurants, etc.)** 7 – 7,5€/h (+ dietes)
9. **Què és per tu la sexualització i l'assetjament, tant laboral com sexual?** És la (mala) utilització de la imatge de la dona com a eina: ja sigui publicitària, com a reclam de diferents tipus o fins i tot com a producte, normalment amb un fi comercial o beneficis pels homes.
10. **L'estudi es basa en la sexualització i assetjament de les hostesses dins el turisme MICE. Consideres que a Catalunya, en aquest cas en el MWC, les hostesses són sexualitzades i/o assetjades? Per què?** Considero que la figura de la dona dins el món de la promoció té un sentit bastant sexualitat en sí només pel fet que siguin feines pensades per a dones i no per a homes (generalment parlant). També crec que la societat està canviant molt i de manera molt necessària i que tot i que la cultura occidental és més afortunada que d'altres en aquest sentit, la cosificació, la sexualització i els nivells d'exposició en congressos com aquest són molt evidents i vigents. Respecte l'assetjament penso que cadascú posa els seus límits i que val la pena plantejar-se valors i prioritats.
11. **Consideres que en les ofertes de feina, per ser hostessa del MWC, els requisits demanats són sexistes? En cas afirmatiu especificar el per què.** Considero que sí, totalment. A la majoria de feines d'hostessa els requisits són sexistes: començant pel perfil demandat, seguint pels estàndards de bellesa de la societat que influeixen directament en la indumentària (uniforme, maquillatge...etc) i, finalment, per les ofertes en sí i les condicions reals dels llocs de treball que s'ofereixen en congressos com el MWC. El típic tòpic: "mujer-florero" ve d'algun lloc, no?
12. **Digues per ordre de més a menys importància, els motius pels quals consideres que t'han contractat per ser hostessa en el MWC.** + Imatge, actitud, presència, experiència, estudis -
13. **Creus que has estat víctima de l'efecte halo durant l'entrevista del procés de selecció a causa de la teva imatge? L'efecte halo és un biaix cognitiu. Consisteix en la realització d'un judici previ, cap a una persona, a partir d'una sola característica o qualitat, el qual fa que es generalitzi la resta de característiques. Ex: Persona atractiva = segurament és intel·ligent, exitosa, molt feliç, amb diners...** Per suposat. Com deia prèviament, la criba de selecció per imatge ja ho és en sí.
14. **Durant el procés de selecció t'has sentit incòmoda a causa d'alguna pregunta? En cas afirmatiu, quina era aquesta pregunta o preguntes?** No

en aquest congrés concretament, podria dir que sí en altres feines d'hostessa tot i que no acostuma a fer-me sentir incòmode perquè ja sé a què m'exposo amb aquest tipus de feines.

Ex. "Per què portes talons tan baixets?" O ve, "Vas poc maquillada".

- 15. Has rebut formació prèvia a l'esdeveniment per part de l'empresa? En cas afirmatiu fes una breu descripció de com ha estat aquesta formació.** No.
- 16. Durant l'esdeveniment t'has sentit incòmoda a causa de l'uniforme establert, per part de l'empresa? En cas afirmatiu especificar el per què.** Sí varies vegades i sempre per les sabates, moltes hores dreta amb talons sense moure's no fa bé a ningú i també et sents observada pels assistents.
- 17. Consideres haver estat víctima d'assetjament, ja sigui verbal o físic, per part dels assistents de l'esdeveniment? En cas afirmatiu, fes una breu explicació.** Sí que m'han donat algun telèfon apuntat en un paper o històries així sense cap tipus de desencadenant ni d'interès per part meua, però realment mai res ofensiu.
- 18. En algun cas has denunciat aquest assetjament? Per què?** No, he tingut la sort de no haver-ho hagut de fer.
- 19. Descric amb una frase l'experiència viscuda com a hostessa del *Mobile World Congress*.** Quan no pagues pel producte, el producte ets tu.
- 20. T'agradaria aportar un altre fet o més informació?** Res més. Gràcies!

