

LÓGICAS CULTURALES EN EL TURISMO: MIEDOS E INSEGURIDADES EN EL VIAJE COMO VIA DE ANÁLISIS SOCIAL

TRABAJO FIN DE MASTER: “INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA Y
SUS APLICACIONES”

2020/2021

UNED: DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
FACULTAD DE FILOSOFÍA

ALUMNO: MARINA LEÓN CAZORLA

TUTOR: ALFREDO FRANSCSCH DIAZ

ÍNDICE

1. Introducción
 - 1.1 Elección del tema
 - 1.2 Objetivos
 - 1.3 Hipótesis
2. Metodología
 - 2.1 Acceso al campo
 - 2.2 Producción de datos
3. Marco Teórico
 - 3.1 Del tiempo ordinario al extraordinario
 - 3.1.2 Las vacaciones y el viaje como tiempo extraordinario.
 - 3.1.1 La conversión a turista
 - 3.2 Autenticidad vs. Seguridad
 - 3.2.1 Miedos en el viaje
4. Conclusiones
5. Bibliografía

1. INTRODUCCIÓN

Las lógicas culturales son las que componen la sociedad dándole un cierto orden y significado. Definen aspectos de la vida diaria que se dan por hecho, al igual que otras actividades dentro de las siguientes esferas: simbólica, económica, social y cultural.

En este trabajo, a través de sus tres apartados principales, se realiza una aproximación y correlación de los siguientes aspectos: tiempo, turismo, autenticidad y miedo. A simple vista son conceptos que no tienen una relación estrecha entre sí, pero a lo largo del trabajo se podrá ver como uno determina al otro.

El tiempo determina la forma de vivir de las sociedades mediante el reloj. Este va a determinar cuándo es hora de comer, de dormir o de trabajar y, en función de este, se organiza el período que queda para satisfacer otras necesidades. El hombre no satisface sus necesidades como un simple animal. Es a través de la cultura por donde lo hace y acumula experiencias. (Malinowski 1931)

El turismo nace en relación con la organización del tiempo con el trabajo. El tiempo libre y las vacaciones se vuelven tiempos extraordinarios, unos tiempos que dan lugar a que los individuos puedan cambiar no solo de espacio y tiempo, sino que también permiten la conversión del individuo en un nuevo “yo”: el turista.

Este individuo es construido culturalmente. Sus prácticas, por lo tanto, no solo ofrecen información de cómo ha viajado o que lugares ha visitado, sino que profundizan en las relaciones dentro de la actividad turística. Sus elecciones vienen determinadas por varios factores sociales y culturales, aunque sin olvidar la propia experiencia social.

Una de las cuestiones principales de este trabajo es conocer como a través de la elección del turista entre una experiencia más auténtica o una experiencia más segura, surgen ciertos miedos o inquietudes. Estos, mediante un análisis, pueden ser categorizados con el objetivo de ver qué procesos culturales subyacen a los mismos, y como se interpretan dentro de la sociedad. El miedo es importante para entender el turismo ya que da lugar a la seguridad y esta, a su vez, conlleva la autenticidad desembocando en el conocimiento. En nuestra cultura se cree que se puede llegar al conocimiento de uno mismo y el viaje sería una vía para ello. Según lo expuesto, de aquí deriva la idea del viaje como experiencia

transformadora. Pero esto no es *per se*, si no que se encuentra dentro de una lógica cultural profunda.

A lo largo del trabajo se va a contar con el análisis del relato de varios individuos que cuentan sus experiencias a la hora de la preparación del viaje o del viaje en sí. Junto a los mismos, se da voz a varios autores para así formar un corpus teórico a través de sus estudios y teorías, ofreciendo así su punto de vista en relación con los temas que competen al proyecto.

En concordancia al orden del trabajo se encuentra en primer lugar E. Durkheim y su obra "*Las formas elementales de la vida religiosa*", este aporta el conocimiento sobre la concepción del tiempo y la importancia que alberga en la sociedad. Así mismo, también dentro de este tipo de teorías acerca del tiempo se encuentra E. R. Leach con su texto "*Replanteamientos de la Antropología: Capítulo VI. Dos ensayos sobre la representación simbólica del tiempo*". En este caso ofrece las etapas del paso de un tiempo ordinario a otro extraordinario, una teoría esencial para comprender la teoría de la conversión a turista y la Metáfora del trampolín de Jaffar Jaffari.

A continuación, y en relación con el turismo, uno de los autores principales utilizados es E. Cohen "*Principales tendencias en el turismo Contemporáneo*", a través de esta obra y otras de él mismo, se va a presentar de qué manera al turista se le atribuyen comportamientos, formas de viajar o se le estereotipa con el objetivo de categorizarlo. Aquí también se contará con la teoría de S. C. Plog.

En correspondencia al comportamiento del turista y su lógica, uno de los autores empleados es N. Wang "*Repensando la autenticidad en la experiencia turística*", al igual que Maccannell. Ambos han proporcionado la base para analizar una de las hipótesis principales de este trabajo: "*a mayor autenticidad, menor seguridad y viceversa*". Además de mostrar la complejidad del concepto de autenticidad y como se relaciona con el turismo y el concepto de riesgo.

Junto a este tema de cómo se concibe autenticidad se puede ver a la autora Regina Bendix y su texto "*Turismo y exhibiciones culturales ¿Inventando tradiciones para quién?*". Este

caso de estudio servirá también para definir las diferentes autenticidades que se relacionan con el turismo.

1.1 Elección del tema

Tras cursar tanto en el Grado como en el Máster Antropología del turismo, hubo ciertos temas que me llamaron bastante la atención, entre ellos: la condición de la persona como turista, las fases por las que pasa y la manera en la que se crean y transforman los destinos turísticos. Así mismo, de cómo se han modificado las experiencias turísticas a través de las redes sociales e internet. De ahí que tuviera claro que mi TFM sería dirigido hacia este ámbito de la antropología.

Para mí, una de las cosas que hace la antropología es documentar complejidades de aquellos conceptos difusos que la gente utiliza todos los días. La antropología del turismo me ha dado las herramientas no solo para ver la actividad turística como algo más, sino que me ha proporcionado las “lentes antropológicas” para ver la complejidad de aquellas cosas que se dan por hecho. Así mismo, me ha dado reflexividad y capacidad para preguntármelo todo.

Por ello, a la hora de elegir un tema al principio no sabía muy bien en que centrarme, tenía la base pero la incursión al campo a causa de la crisis sanitaria del COVID- 19 se hacía complicada. Así pues decidí, hacer etnografía en red: mi campo sería un foro de internet junto a algunas redes sociales y mis informantes individuos tras un apodo.

Pero había que centrar el foco, y me llamó la atención como los individuos hablaban de sus viajes como experiencias reales, auténticas y todas ellas tenían algo en común: el riesgo. Observé que multitud de personas relacionaban la mayor o menor autenticidad con el mayor o menor riesgo. Por lo tanto, uno de mis objetivos será acercarme a las lógicas culturales mediante las inquietudes y miedos que se expresan.

1.2 Objetivos

Como ya he introducido anteriormente, el objetivo principal de este trabajo es analizar las lógicas culturales que hay detrás de la elección entre seguridad o autenticidad por parte del sujeto turista, dando lugar a los miedos e inquietudes expresados por los mismos, además

de analizar de qué forma esos miedos son capaces de describir la propia sociedad y de mostrar una imagen de esta.

Así mismo, sin los objetivos secundarios no se podrían lograr los principales. Estos serían:

- Explicar la correlación entre los conceptos de tiempo, turismo, autenticidad y riesgo.
- Analizar como los factores culturales creados, estereotipos, sociales o simbólicos interceden en la cosmovisión de los sujetos turistas a la hora de su elección.
- Afirmar como el turismo se convierte en un indicador del bienestar social.
- Mostrar como las nuevas tecnologías tienen un papel importante a la hora de crear las expectativas turísticas, tanto a través de internet como a través de la televisión.

1.3 Hipótesis

En relación a las hipótesis, estas son las primeras cuestiones que me llevaron a realizar este trabajo y que se corresponden con los objetivos principales:

- Los miedos asociados al viaje no se limitan a un individuo en concreto, sino que son formados en mayor medida por factores externos. Por lo tanto, existe una lógica cultural que afecta a la colectividad.
- Una vez analizados y categorizados, los miedos e inquietudes nos ofrecen información acerca de la sociedad: son una vía para el análisis social y cultural.

En correspondencia a mis objetivos secundarios, las hipótesis son las siguientes:

- La sociedad no se compone de esferas separadas, sino que se encuentra formada por varias esferas: simbólica, económica, social y cultural que están imbricadas entre sí, influyendo una en la otra.
- Los factores externos como la literatura, los estereotipos culturales, incluso los relatos experienciales de otros individuos afectan y modifican la manera en la que los individuos se relacionan con el mundo. Incluso a la hora de sus elecciones en ámbitos como el turismo.

- La actividad turística, el cómo viaja la gente, el por qué o la elección de la experiencia da información de cómo los individuos de una sociedad viven su cotidianeidad y de su satisfacción con la misma.
- Internet y la televisión se han convertido en una ventana que muestran el “aquí y ahora” jactándose de que lo que muestran con la cámara es la “realidad”. Esto hace que se creen expectativas y se formen estereotipos de forma continuada por el gran volumen de información e imágenes que manejan.

2. METODOLOGÍA

2.1 ACCESO AL CAMPO

El ámbito turístico refiere a un gran espacio de estudio y de continua transformación. La crisis sanitaria del COVID -19 ha hecho que el acceso al campo sea más difícil a causa de las limitaciones de movilidad. A pesar de ello y gracias a internet, se ha podido realizar un trabajo etnográfico fructífero, lo que podríamos denominar etnografía en red o virtual, entendiendo esta como un método de investigación de los espacios virtuales relacionada con las vivencias en Internet. En este caso, como espacio virtual se ha elegido el blog de viajes Los viajeros.com y las redes sociales como Tik Tok.

The screenshot shows the website 'Los Viajeros' with a search bar containing 'Russia Health Insurance' and an 'OPEN' button. The main content area displays a forum titled 'Foros de Viajes / Foros para Viajar' with a table of forum topics. The table has columns for 'Foro' and 'Último Mensaje'.

Foro	Último Mensaje
<p>Foro General de Viajes Información General para Viajar: Pasaportes, visados, vacunas, información legal y sanitaria, seguros de viaje, consejos... (Foro con 1441 temas y 202864 mensajes)</p>	<p>Tarjetas de crédito o débito para usar en el Extranjero pepelopez (Hace 6 horas)</p>
<p>Aviones, Aeropuertos y Líneas Aéreas Temas sobre vuelos: aviones, aeropuertos, líneas aéreas, vuelos baratos, facturación, reserva de asientos, equipajes y... (Foro con 2172 temas y 193088 mensajes)</p>	<p>Iberojet-Evelop: equipaje cabina, facturación, maletas Turinauta (Hace 5 horas)</p>
<p>El Viajero Independiente Contacto entre viajeros: solicitudes de información, búsqueda de compañeros de viaje, grupos, etc. Foro de Viajes de los que... (Foro con 4875 temas y 76263 mensajes)</p>	<p>Jubilados y Pensionistas con tiempo y ganas de viajar abita (Hace 18 horas)</p>

Fuente: Página web Losviajeros.com

Este tipo de etnografía en red conlleva no solo una observación de los discursos y *feedbacks* que hay en el ciberespacio, sino que hay que hacer uso de la aplicación interpretativa en relación con el mensaje, a las imágenes y al dialogo que muestran, es decir, un análisis del discurso.

Al igual que cuando se realiza un trabajo de campo “clásico” en un espacio determinado, esta manera de hacer etnografía también tiene sus pros y contras. Por un lado, uno de los beneficios ha sido la fácil accesibilidad al campo y a la información. Aunque ante esto también hay un inconveniente: no toda la información es válida y el gran volumen de esta hace que sea factible perderse entre miles de discursos. Es por ello que no solo se trata de hacer una observación sin más del espacio virtual, sino de interrelacionar aquellos aspectos que den lugar a un conocimiento empírico. Pues se entiende que las técnicas son teorías en acto (Bourdieu, Chamboredon, Passeron 1991)

Otro de los inconvenientes, no tanto en relación con el modo de hacer etnografía sino como investigadora, es estudiar un campo social y cultural al que perteneces. Esto hace que el ejercicio de reflexividad e intersubjetividad que se lleva a cabo en los trabajos de campo, en este caso sea mayor. Este ejercicio supone una ardua lucha que oscila entre el extrañamiento y el dar por sentado ciertas cuestiones. Así pues hay que ver los fenómenos sociales en sí mismos, hay que estudiarlos desde fuera, como cosas exteriores. (Durkheim 1994)

Uno de los beneficios, tal y como se ha hecho mención antes, ha sido la fácil accesibilidad al campo. Esto ha hecho que la durabilidad del análisis no este limitado en el tiempo, sino que han sido varias entradas y salidas de este. Se puede diferenciar dos fases:

- En la primera fase se ha realizado un acercamiento online general a varios blogs y perfiles en redes sociales. A medida que se iba delimitando el problema de investigación se iba encontrando aquello que se buscaba. El trabajo se ha centrado sobre todo en dos espacios virtuales, tik tok como red social, y por otro lado el foro de viajes, en el que la propia página web tiene realizada una categorización de los tipos de viajes o experiencias.
- En la segunda fase y una vez definidos aquellos aspectos que realmente darían significación al trabajo, se centró más la búsqueda en relación a ciertos temas como por ejemplo el miedo, las inquietudes, los problemas al viajar etc. Se ajustó el análisis en ese tipo de relatos, aunque he de decir que no se cerró el campo totalmente puesto que no se quería limitar la producción de información, y así se siguió analizando otros relatos que podrían ser de ayuda.

2.3 PRODUCCIÓN DE DATOS

La producción de datos, al igual que la accesibilidad al campo de estudio, se concibe como un continuum dentro del trabajo, por ello también consta de varias fases.

A la vez que se creó el marco teórico, y una vez que se delimitaron los espacios virtuales, se indagó de qué forma se producía el *feedback* y de qué manera se relacionaban la seguridad y la autenticidad en el discurso. Además, y para hacer más completo este trabajo de campo, también se realizó parte del trabajo de campo *offline*. Para ello se preguntó a varios amigos y familiares si había algo que les diera miedo a la hora de viajar.

Por lo tanto, la producción de datos tomó la siguiente forma:

- En una primera fase la producción de datos se basó en la creación de una lista de miedos e inseguridades, y aunque la lista está limitada a un número de miedos o problemáticas del viaje, recoge los más representativos y los que más se repetían a lo largo de los relatos de los sujetos.
- En la segunda fase, el objetivo era dar una forma estructurada a esas inseguridades, por lo que se creó una serie de categorías en base a las lógicas culturales que se evidenciaban, y aunque no son categorías totalmente estancas, ofrecen una gran información acerca de cómo se relaciona la seguridad con la autenticidad, el miedo con el turismo y el turismo con nuestra sociedad.

Con esto se quería llegar a analizar cómo la manera de viajar que tenemos da protagonismo al binomio seguridad y autenticidad, a esa elección. Esto es porque entendemos que a más auténtico más duro y peligroso es todo, mientras que sí es seguro todo está más amortiguado y, por lo tanto, no es tan auténtico y se aprende menos de esa experiencia. En este caso, los miedos e inquietudes en el viaje que se producen al elegir entre un tipo de experiencia u otra, han servido como vía para analizar diferentes lógicas culturales y sociales que forman parte de la sociedad actual.

3. MARCO TEORICO

3.1 DEL TIEMPO ORDINARIO AL EXTRAORDINARIO

“El tiempo no es otra cosa que la sucesión de épocas sin fin”.

(Whitehead).

Poniendo el punto de mira en la lógica cultural de la sociedad actual, puesto que las concepciones sobre el tiempo han variado en las diferentes etapas de la sociedad, el tiempo actual es un tiempo que se gasta, el tiempo es “oro”. En cambio, si se echa la vista atrás en sociedades campesinas, por ejemplo, el tiempo se regulaba en función de los astros y meteoros, tenían una noción de “tiempo natural”.

El tiempo es una invención moderna que tiene que ver con el desarrollo industrial y aparece como un tiempo que se separa de la naturaleza y deja de estar marcado por lo astronómico. Por ende, se crea un tiempo racional y artificial que se cuenta y se mide. Se empieza a regular el tiempo separado del tiempo meteorológico. Este tiempo es el cronométrico, es un tiempo que tiene que ver con el uso generalizado del reloj. Aparece un tiempo relacionado con la organización de la producción, el tiempo está subordinado a esta organización. Empiezan a parecer rituales en relación con este tiempo, la puntualidad, la hora del té...

Una de las primeras cuestiones a tratar antes de entrar a analizar la relación entre los miedos en el viaje y la sociedad, es ver cuál es el papel de la concepción del tiempo dentro del turismo y de qué forma surge la distinción entre el tiempo ordinario y extraordinario. Ambos conceptos se relacionan con el turismo de forma estrecha, puesto que el viaje se concibe como una ruptura de la rutina y de la cotidianidad diaria, pasando a ser en el calendario un momento excepcional. Por lo tanto, este tiempo libre, extraordinario, es un tiempo en función del trabajo. Este tiempo libre se puede ocupar en multitud de cosas, pero no tiene por qué ser libre de ocupaciones.

Hay varios autores clásicos como Durkheim (1968) que ya expresaron como el tiempo es concebible mediante la diferenciación de momentos. En toda sociedad hay un ritmo de vida social y otro individual, no es de extrañar que en la memoria colectiva los meses de verano

sean los que se relacionan con las vacaciones y, por ende, con los viajes y rupturas de rutina.

Aquí podemos ver varios ejemplos de ese ritmo social colectivo:

“@Rompe_kokos: *Yo te recomendaría Costa Rica, no es necesario ir a la playa, es un país con una biodiversidad increíble, todo en cuanto a naturaleza: volcanes, la zona de Tortuguero es impresionante, la zona de Limón... Además, si has estado en Vietnam y Camboya supongo que te gustará la naturaleza. Nosotros este año solo podemos viajar o bien una semana a principio de julio o más tiempo en agosto.*”

“@Luna: *Si os digo que he estado en Turquía, Hungría, República Checa, México y en junio voy a India y Nepal, que no me gusta el turismo de playa y que lo más seguro es que sólo pueda viajar en las vacaciones de verano, ¿Dónde me recomendaríais ir?*”

Tráfico pone en marcha la 'operación salida' del 15 de agosto, con 6,6 millones de desplazamientos

REPÚBLICA/AGENCIAS | 12/08/2021

La DGT espera que el pico de desplazamientos se alcance el viernes entre las 16.00 y las 23.00 horas, el cual provocará intensidades elevadas y problemas de circulación en las salidas de las grandes ciudades

Fuente: Periódico digital república

Las horas en las que no deberías circular durante Semana Santa

La DGT, dentro de su operativo especial para el periodo vacacional, identifica los horarios especialmente conflictivos en las carreteras.

Fuente: Periódico digital el país

Por lo tanto, las personas no solo desarrollan una representación de tiempo individual, sino que esa misma está sujeta a la propia diferenciación de la representación colectiva que se encuentra imbricada en la sociedad, el tiempo es algo social. Ante esto, y siguiendo con la obra Durkheim “*Las formas elementales de la vida religiosa*” (1968), una de las ideas que

es importante destacar es la concepción de que el individuo tiene, por lo tanto, una orientación temporal y la sensación de regularidad en el orden de sucesión de los fenómenos. Cabe puntualizar que esta sensación de regularidad, sobre todo, tiene relación con la concepción del tiempo cíclico y que es aquí donde interesa la cuestión del tiempo ordinario y extraordinario, puesto que el individuo vivirá constantemente el paso de uno a otro. De un tiempo de trabajo a un tiempo libre de ocupaciones.

Otro de los autores que es importante mencionar con relación a la concepción del tiempo es Leach, en su obra *“Replanteamiento de la Antropología”* (1972). Este autor, siguiendo la línea de Durkheim, habla del tiempo como un factor dado en la sociedad. Además de proponer, cómo dentro del tiempo los individuos tienen la sensación de repetición (tiempo cíclico al que se había hecho mención antes) y a la misma vez la noción de no repetición. Esta última concepción iría asociada con el tiempo lineal, al cambio que sucede en la vida y que es irreversible.

Al igual que Durkheim, concibe el tiempo como una oscilación entre dos opuestos, tiempo de trabajo y tiempo libre, y es el “yo” el que oscila entre ambos. Los individuos marcan su calendario y dividen su tiempo en relación con las festividades, las cuales son periodos alternativos que se van repitiendo junto a los tiempos muertos.

@Karol-n: *A mí también me apetece hacer algún viajecito en esta Semana Santa, quizás Praga y Viena serian buenas opciones. También me estoy planteando Malta o no sé si dejarlo para mis siguientes vacaciones de verano.*

@Nube: *Hola, tengo el puente de diciembre y no sé dónde ir, quisiera salir de España, pero no tengo claro el destino, en Londres, Bélgica, Alemania, Túnez, Portugal, Marruecos, ya he estado, quisiera un tiempo más cálido y París, Italia, etc., creo que va a hacer fresquito, me podrías ayudar.*

Esta oscilación que hay entre un tiempo y otro se puede representar mediante cuatro fases que Leach representa en su obra citada anteriormente y que se verá adaptada al turismo más adelante por la mano de Jaffar Jafari y su *“Metáfora del trampolín”*.

FASE A: El paso de un mundo a otro.

FASE B: El tiempo social ordinario se ha detenido.

FASE C: La persona vuelve.

FASE D: El tiempo social ordinario se retoma.

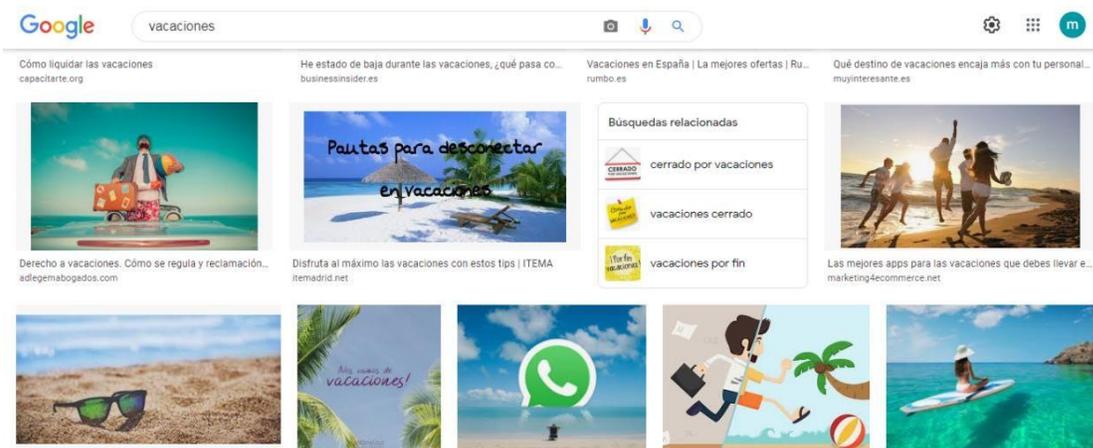
Ante esto se puede ver como antropólogos que lo que impera en la sociedad es un ocio, un tiempo social extraordinario, vinculado al trabajo, que está subordinado al mismo. Un ocio que actualmente se concibe en relación con el consumismo y que en este caso no refiere estrictamente al ámbito material, sino que también se pueden consumir experiencias.

Un ejemplo de esto se encuentra en foros como el de Los viajeros.com, en el cual hay una sección denominada “Experiencias viajeras”. A través de este apartado se puede ver como diferentes individuos hablan de vivir la experiencia de un spa, de viajar solo o salir de su zona de confort.

*“@Brigantina: Yo por suerte, no tengo mucha gente cerca que no entienda que quiera gastarme mi dinero en **experiencias** en vez de en cosas materiales. Yo he ido evolucionando con el tiempo, hace años para un cumpleaños o por reyes me gustaba hacer un regalo material, en plan “ algo que quede”, ahora pienso que **celebrar un aniversario simplemente yendo a cenar o recibir por reyes unas entradas para un concierto, un circuito de spa o una escapada, es lo mejor que me puede pasar”***

En cualquier caso, lo que hay es un individuo que se mueve en diferentes tiempos en los que poco a poco la cultura ha ido creando ciertas normas alrededor de ellos y ciertas expectativas. Un ejemplo de esto es cómo se relaciona el tiempo libre de las vacaciones con el hecho de viajar. Una de las características fundamentales de la modernidad es que es una sociedad en movimiento. Hay un deseo por el movimiento y el ir de un sitio a otro. Y, en muchos casos, se convierte en una huida de ese tiempo ordinario y cotidiano.

Un ejemplo gráfico de lo dicho anteriormente es ver qué sucede si buscamos en internet “vacaciones”. El resultado son playas paradisíacas, maletas, reuniones con amigos...



Fuente: Google imágenes

En el Foro Los viajeros.com, utilizado para el trabajo de campo, uno de los comentarios interesantes en relación a este tema es el siguiente:

“@Zaloo1: Muy buenas viajeros, me he registrado hoy y me gustaría aprovechar este gran foro que tenéis para exponeros lo que llevo pensando los últimos meses y que me dijerais vuestras opiniones. Este verano he estado “hosteando” con couchsurfing y he conocido varias personas que me han abierto la mente, os resumo mi situación pero algunos miedos me lo impiden: tengo 28 años, un buen trabajo estable de informático en una gran empresa, buen piso (alquiler, barato y grande) y en una zona céntrica de Barcelona. Pero me veo así toda mi vida y me agobio muchísimo. He estado pensando en pedirme una excedencia de un año, el año que bien y recorrer el mundo, por ejemplo 6 meses Sudamérica y 6 meses Asia... algo así, pero supondría perder mi trabajo seguramente (Porque cogerían a otro seguro y no tendría sitio al volver) perder el piso, los muebles que son todos míos (ya que los vendería supongo) pero me encantaría poder vivir esa oportunidad autentica.”

En este comentario se puede ver como este individuo quiere desprenderse de todo aquello que la sociedad dice que debes tener para ser un individuo “exitoso”, en cambio él no cree estar convencido de ese “yo” actual y es mediante el viaje por donde quiere buscar ese auténtico “yo”.

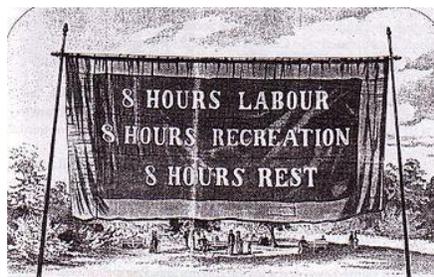
En este caso, tal y como se había introducido antes, el viaje sirve como huida de un tiempo ordinario a otro extraordinario. El viaje se ve como una forma de vida más simple, libre,

espontánea, auténtica y menos utilitaria. Se produce en el individuo una sensación de yo “auténtico”, esto lo que implica es un equilibrio entre dos partes de nuestro ser: la razón y la emoción. (Wang 1999).

Por lo tanto, lo que se produce es que ante la modernidad, tal y como hacía mención Maccannell (1976), el “yo” auténtico emerge como un ideal frente al orden racional de las instituciones dominantes. Por ello, solo podrá lograr la realización en un espacio fuera de esas instituciones y fronteras culturales (Wang 1999). Pero hay que tener en cuenta que las lógicas sociales y culturales no son algo que se puedan dejar atrás simplemente por pasar la frontera, puesto que el orden social y las responsabilidades sociales no se abandonan por completo.

3.1.2 LAS VACACIONES Y EL VIAJE COMO TIEMPO EXTRAORDINARIO

Hay que tener claro que el tiempo ordinario/extraordinario en la cultura actual se relaciona con la dicotomía trabajo/vacaciones, aunque no se ha dado desde siempre en la sociedad. A finales del siglo XIX e inicios del XX, se dan las condiciones para que el turismo afecte a más clases sociales, por consiguiente, poco a poco la situación va cambiando. Lo que ocurre es que hay un conflicto, el de clases, de capital/trabajo. No solamente la lucha de clases es por las mejoras laborales o por más dinero, sino que también es el tiempo, puesto que, los trabajadores reivindicaban menos horas de trabajo. Todo fue un proceso largo, empezando por la semana inglesa que era el sábado por la tarde libre, pasando por el “weekend”, hasta llegar al mes de vacaciones pagadas. Incluso en la actualidad se están generando debates acerca de las jornadas laborales de 35 horas de forma que se llegue a lograr un mayor bienestar de la población así como un aumento de la productividad.



Fuente: Wikipedia enciclopedia libre

Por lo tanto, el valor del tiempo se ha incrementado y, sobre todo, el tiempo libre. En la cultura actual imperan las locuciones latinas “carpe diem” y “tempus fugit”. Por un lado, una hace referencia a la necesidad de vivir el momento, al disfrute y por otro lado, la segunda locución, siguiendo la misma línea, hace referencia a cómo el tiempo se escapa rápidamente.

Pero el viaje no ha estado siempre relacionado con el tiempo libre o de ocio. Aunque siempre la humanidad se ha desplazado, el turismo, el viajar por placer es una forma de desplazamiento peculiar y característica de un momento histórico determinado. Los objetivos del viaje han sido distintos, incluso llegando a ser una parte muy importante dentro de culturas en las que el viaje no solo significaba un desplazamiento espacial, sino una metáfora de la vida, puesto que a través del mismo un individuo, por ejemplo, pasaba de niño a hombre. Sin embargo, no solo se ha viajado ritualmente, sino que, también en épocas pasadas encontramos viajes colectivos como las peregrinaciones, que tenían otros objetivos como el de encontrar la iluminación y la gracia.

En la Edad Media, por ejemplo, los desplazamientos eran algo natural, no se contemplaban como algo atractivo o estético. Para ellos era algo peligroso o amenazante, puesto que, imperaba la cosmovisión religiosa del mundo en el que la ciudad era lo bueno y lo seguro, y el bosque lo no seguro. Aquí se puede observar como se empieza a relacionar con el viaje el término seguridad. Autores como E. Chambers (2000), plantean que el turismo tiene sus raíces antes de los tiempos modernos, situándolo en esta época. Él pone como ejemplo a los *Oshi* en la Edad media, sacerdotes japoneses que conducían a los peregrinos a los santuarios, los cuales hace asemejar con los actuales guías turísticos.

Con los avances científicos, como la brújula y la mundialización, los desplazamientos comienzan a tener el objetivo de conocer y descubrir otras sociedades. Uno de los viajes que es imprescindible nombrar y que se inicia en el S.XVII, es el Grand Tour. Este viaje se pone de moda entre la aristocracia inglesa, los padres mandan a sus hijos a Italia para completar su formación. A estos viajeros se les comenzó a llamar turistas. Otros autores inscriben las raíces del fenómeno turístico en este momento.



Fuente: Google imágenes

Ante lo expuesto anteriormente, se encuentran variedad de opiniones respecto a este momento del nacimiento del turismo, puesto que según Turner y Ash (1991) el inicio del turismo se daría en Grecia y Roma. Para ellos la sociedad antigua alberga una serie de condiciones que propician tal surgimiento. Por un lado, las ciudades empiezan a ser densamente pobladas y la segunda es que en la antigüedad ya se contaba con medios de transportes. Esto da lugar a una serie de motivaciones, necesidad de huir y necesidad de encontrar el placer que, según su opinión, generaron movimientos de personas.

Aunque una de las ideas que hay que tener en cuenta es que el turismo tiene que ver, por lo tanto, con una determinada historia cultural, política y económica, incluyéndose en los procesos de mercantilización. Y lo que se compra actualmente, tal y como se ha hecho mención antes, es una experiencia. Hay que tener en cuenta que el turismo es retráctil y que la decisión de realizar o no un viaje a determinados sitios puede venir influenciada ante hechos objetivos como una guerra, estereotipos o incluso la cultura televisiva o literaria, incluyendo en la actualidad la influencia de internet.

*@Grigory: Acabo de regresar de un **viaje por Afganistán**. Si necesitan consejos o alguna información no duden en contactar conmigo. Acuerdan que no es tan fiero el león como lo pintan.*

@Carolco: *Ataque terrorista en la Universidad de Kabul: al menos 19 muertos y 22 heridos. Tres hombres armados ingresaron al campus en la hora de más asistencia. La operación duró casi cinco horas y terminó con los atacantes abatidos. La web del Ministerio de Asuntos Exteriores DESACONSEJA EL VIAJE BAJO CUALQUIER CIRCUNSTANCIA.*

Por lo tanto, el viaje, los destinos o la forma de viajar pueden ser concebidos de muchas formas ya que están en constante transformación a medida que la sociedad y la cultura evolucionan. La industria del turismo es un sector en continuo cambio y evolución.

La crisis del Covid-19, por ejemplo, ha hecho que ciertos países se vuelvan más o menos accesibles y deseables, al igual que el ejemplo anterior de Afganistán el cual se encuentra en conflicto armado:

@Lauramoon: *Hola de nuevo viajeros. Como sabéis Kenia ha estado abierto al turismo durante casi toda la pandemia. Allí el Covid-19 apenas ha tenido incidencia, comparando con otros países europeos o americanos. Así pues se presenta como una de las mejores opciones para viajar actualmente.*

Se está ante un consumidor, el turista, que con el paso del tiempo es mucho más exigente a causa de que cada vez está mucho más informado por el papel que tiene internet actualmente. El turismo es un mercado global en el que a golpe de *click* se puede obtener información de cualquier destino (Fraiz Brea, 2015).

Por otro lado, también encontramos la literatura y el cine, los cuales han tenido un papel importante a la hora de influir sobre el turismo. Aquí podemos ver unos ejemplos de cómo ciertos lugares a través de la fantasía o el relato han cobrado relevancia:

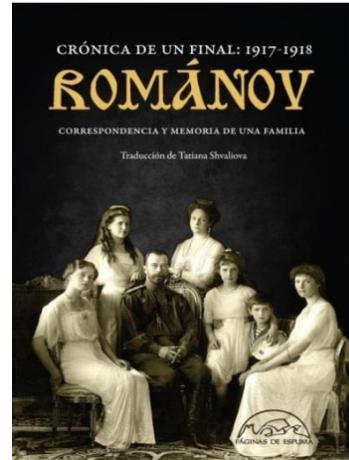
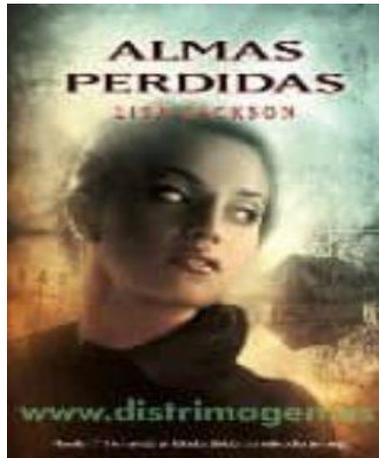
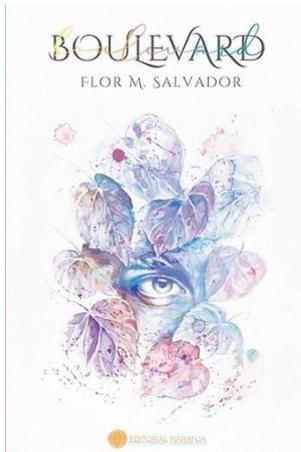
“Título del video: Sitios que quiero visitar por culpa de un libro (Parte 3)”

Comentarios:

@jade_ramirez3: *Ámsterdam para cumplir el sueño de Luke.*

@lunaaa0509: *Ámsterdam por Boulevard.*

@as_1102: *Italia por los Macherano, Rusia por los Romanov, Londres por los Morgan. Conocer el bosque de Redwood por Almas perdidas y mucho más.*



Fuente: *Página web Casa del Libro*

“Título del video: Lugares de películas en la realidad”

Comentarios:

@adri_melany: *Saben que una de las escenas de Stars Wars se grabó en el salar de Uyuni.*

@inessita08: *Vaya yo pensaba que el andén me iba a llevar a Hogwarts.*

@ainasalient: *Y el Señor de los anillos en Nueva Zelanda.*

@m3yrbx_: *Yo quiero ir a la estación de Harry Potter.*

@elooscaa07: *Itálica en Sevilla, se grabó Juego de Tronos, hay que ir.*

@Albertpm: *Hola a todos. **Amelie es una película** que me encantó cuando la vi, considerando lo que me gusta París y Montmartre. La verdad es **que me gustaría mucho saber dónde están algunos lugares que aparecen en la película para ir.***



Fuente: Google Imágenes

En cualquier caso, en la sociedad actual está la siguiente ecuación cultural imbricada en el pensamiento colectivo: Tiempo extraordinario = Tiempo de vacaciones = Viaje. Y si por el contrario no se sigue esta pauta y, por ejemplo en el tiempo de vacaciones, los individuos no realizan ningún desplazamiento fuera de su espacio y tiempo ordinario, en ocasiones sentirán que no han disfrutado al completo de ese tiempo fuera del trabajo.

Por lo tanto, el viaje puede ser promovido por la necesidad de huir, de evadirse y, por otro lado, también es promovido por la búsqueda del placer. Los individuos necesitan compensar las insatisfacciones y esa compensación es el viaje. Es por ello, que el turismo ayuda a comprender nuestra sociedad, ya que éste sería una manifestación de esa insatisfacción que impera en la misma.

No se puede obviar la etapa actual que nuestro mundo vive con la Globalización y con las Nuevas tecnologías, en las que los individuos a pesar de estar conectados a través de múltiples plataformas sienten inconexión. Es ante esto donde surge una huida por parte de los individuos de la modernidad, una búsqueda de autenticidad. En muchos casos esta búsqueda debe realizarse en soledad para vivir una experiencia real como la que aparece en el siguiente ejemplo:

@Mgotamendi: Hola compañeros, yo he estado en muchísimos países y en muchos viajes he ido solo. Hace poco he estado en Japón y este verano hice la ruta de la plata mochila al

*hombro, también solo. Viajar solo es maravilloso, tú decides, tu eliges, madrugar, si a última hora quieres cambiar de decisión no jorobas a nadie, diriges cada día como más te apetezca. Además viajando solo es cuando te pasan más cosas, conoces a más gente y vives una experiencia más abierta e intensa. Si vas acompañado al final creas un círculo cerrado. Si no sois muy viajeros yo no me iría a China solo, siempre hay destinos más fáciles con los que probar la independencia viajera. **Para mi viajar es vivir, compartir, aprender, crecer y cuando voy solo me siento inmensamente feliz y orgulloso de mi mismo, de haber podido vivir lo que he vivido yo solo, de una forma más “real”.***

A continuación, se puede ver otro ejemplo, en el que un individuo concibe el viaje como una manera de salir de su cotidianidad, su zona de confort y, sobre todo, de intentar conectar con ese “yo” oscilante del que se hablaba al principio del trabajo y que concibe el viaje ya no solo como una experiencia, sino como algo extraordinario, una búsqueda.

*@Asiria21: Bienvenido al club. En el fondo **todo viajero no deja de ser un buscador de sensaciones** y una especie de enfermo que no quiere curarse de su enfermedad. Qué sea el primero de muchos viajes.*

En conclusión, el viaje actualmente se relaciona con el tiempo extraordinario o de vacaciones de forma que supone para el individuo una salida del espacio geográfico. Además, en la mayoría de los casos supone también una salida del “yo” ordinario. No hay solo un paso del individuo de un tiempo a otro o de un espacio a otro, sino que, también el propio individuo cambia su condición de ser a turista.

3.1.1 LA CONVERSIÓN A TURISTA

“Los turistas no saben dónde han estado, los viajeros no saben a dónde van”.
(Paul Theroux).

Poco a poco se está llegando al análisis principal de este trabajo: la lógica cultural que hay detrás de los miedos y las experiencias auténticas en el viaje, la dicotomía Seguridad vs. Autenticidad. Tal y como se ha visto, el tiempo del viaje es algo que se sale del círculo de confort de los individuos, de la cotidianidad, un tiempo ordenado culturalmente y que al

igual que los lugares turísticos y el propio proceso del viaje, se ha visto influido por múltiples factores cambiantes.

Pero una de las cuestiones a las que primero hay que llegar es como un individuo se convierte en turista. Posiblemente uno de los conceptos más difíciles de definir sea este. ¿Qué es un turista? En primer lugar no se puede definir como una categoría estanca y limitada, sino que hay que hablar de sujetos heterogéneos y polimorfos. En este caso la aparición de la palabra turista se remonta, tal y como se había mencionado antes, al Grand Tour. Aunque a lo largo del tiempo se ha intentado crear una definición, éstas han sido demasiado generalistas metiendo en un mismo saco diferentes experiencias turísticas o motivaciones. Al igual que para comprender el concepto de turista, el concepto de turismo no puede ser basado en teorías universales, ya que complica más la comprensión de este (Meethan, 2001). Sin embargo, hay un factor que Nicolau (2009) analiza en relación con el origen de la experiencia turística y que generaliza: la necesidad de conocer aquello que está fuera del entorno cotidiano, más allá de su horizonte conocido y que se denomina efecto Ulises.

Ante esto, varios autores teorizaron acerca de la condición del individuo como turista realizando así diferentes categorizaciones en base a sus prácticas y motivaciones. Uno de los primeros autores es Cohen (1972). En este caso, realiza una diferenciación entre aquellos turistas organizados, que sería el Turista de masas, aquel individuo que lleva todo estipulado y en la mayoría de las veces viaja a lugares “oficialmente turísticos”. Este tipo de turista no quiere el riesgo, busca algo que se salga de su tiempo ordinario, pero no quiere arriesgarse.

@Jondaram: *Hola a todos. Me he acercado a mi **agencia de viajes** para preparar el viaje de este año. Yo llevo 10 años viajando con **Condor Vacaciones** y me ha ido fenomenal con ellos en cada uno de los viajes realizados.*

Por otro lado estarían, los no organizados, a los que este autor denomina Exploradores y “Drifters”, que serían aquellos que viajan sin una organización previa del viaje y que además, buscan lugares fuera del círculo turístico. Un ejemplo de esto serían los mochileros. Esta tipología demanda alojamientos menos sofisticados, van a pensiones más

económicas, van a estar más cercanos a la lógica local. En este caso, se puede ver como a estos exploradores les gusta buscar actividades de turismo de aventura, el riesgo o la emoción. Buscan llegar a sitios donde otro no llegan. Aquí podemos ver como este tipo de turistas eligen la autenticidad de las experiencias en post de la seguridad.

@Javineus: *Buenas noches a todos, Somos una pareja de 35 años de Pamplona que fuimos a Formentera en agosto **en plan mochilero y dormimos en la playa.***

Aunque años más tarde y cuanto más compleja se iba haciendo la categoría de turista, Cohen (1979) vuelve a realizar otra categorización. En este caso separó a los turistas entre Hedonistas y Peregrinos. En este caso podemos ver como el concepto de la autenticidad del binomio Autenticidad vs. Seguridad cobra importancia, puesto que Cohen los va a diferenciar en base a la búsqueda del placer y la autenticidad. Va a haber turistas que busquen solo la diversión, experiencias divertidas y aquellos que busquen un lugar distinto, de transformación.

@Angelmi: *Borobudur, **el monumento** a Buda más grande del mundo Es una magna creación del arte religioso y **un instrumento para lograr la transformación espiritual del visitante.** Fue toda una experiencia.*

@Almahippie: *Mi propuesta es un viaje de **pasarlo súper bien**, en plan conocer muchos sitios, **fiestas, risas, cachondeo...** Estaría bien que fuese un viaje de chicas, aunque podría considerar chicos si son los adecuados. Todo esto en plan muy económico, en bungalows con ventilador sencillitos y así poder aguantar más tiempo. Yo soy española así que viajaría desde aquí. Con que tengáis lo que vale el billete y unos 1500 euros más a la hora del viaje yo creo que tiraremos, aunque conseguir un poquito más estaría bien también. Lo importante es que quiero **viajar con gente de mi rollo, súper alegres, divertidos, extrovertidos, que les guste la fiesta, la gente y el cachondeo**, pero sobre todo muy buena gente, eso también es muy importante para mí y yo ofrezco lo mismo.*

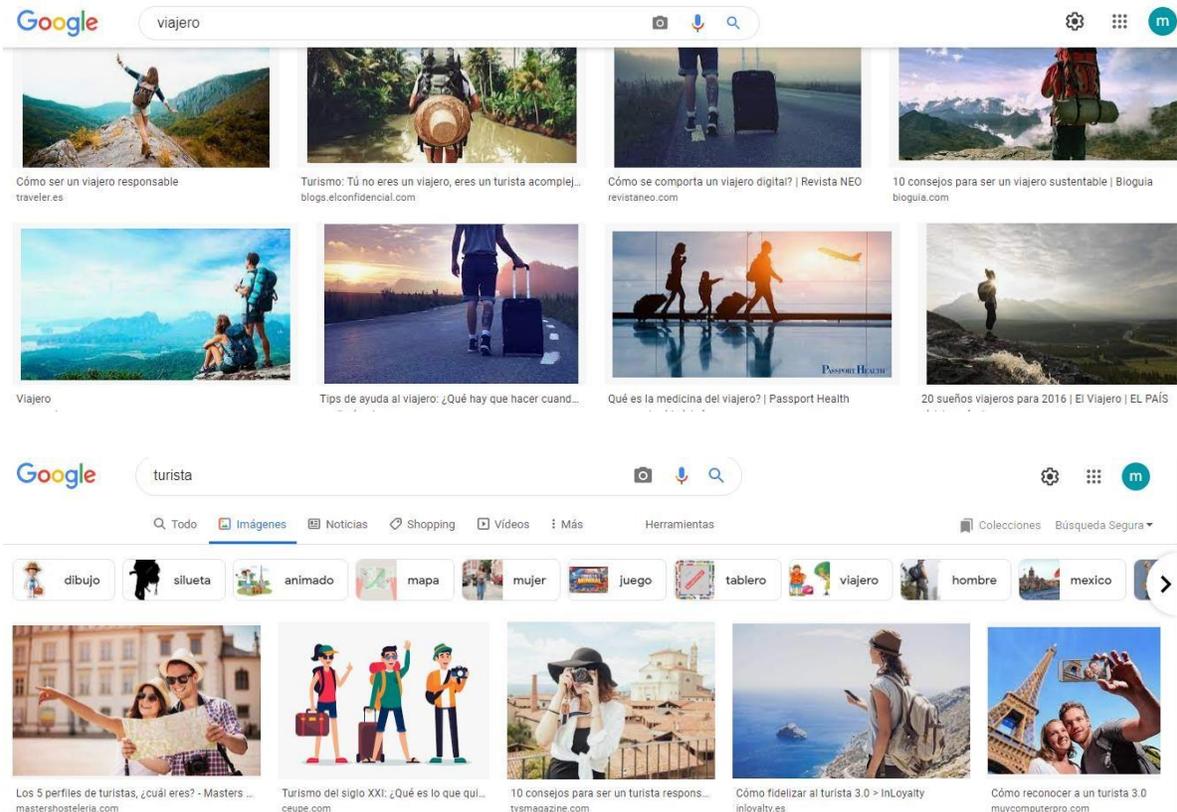
El autor que también participó en la categorización del turista fue Plog (1991), en este caso establece una categorización simplista. Para él hay dos tipos de turista, por un lado los Psicocéntricos y por otro lado los Alocéntricos. La diferenciación entre uno y otro es el riesgo, la seguridad. Esto es una prueba más de la vinculación que existe entre el turismo y

el binomio Seguridad vs. Autenticidad. En este caso, los primeros buscan comodidades y poca relación con el nativo, y los segundos serían aquellos que son atraídos por el paisaje, la comida, el riesgo y las experiencias. Aquí podríamos comparar con las categorías que realizó Cohen, Turista de masa y Drifter.

Igualmente otro autor, Boorstin escribe un libro *The Image* en 1961, y pone al turista en una mala posición. Define al turista como sujeto un poco tonto, que busca el placer. El turista como un hedonista superficial. Frente a esta tesis, Maccannell escribe en 1976 *The tourist: Una nueva teoría de la clase ociosa*. Este autor, en cambio, habla de que la principal motivación del turista es la búsqueda de la autenticidad. Él ve que las relaciones humanas han perdido el calor de la sociedad comunitaria. El hombre moderno vive en un mundo frío, individualista. Este autor plantea que busca la autenticidad y por eso viaja.

Incluso ya no solo se ha tratado categorizar al turista o definirlo, sino que, se ha creado una antítesis al mismo, el viajero. Este último sería un explorador, sin prejuicios y que se quiere acercar a la realidad de la gente a la que visita. El turista sería el consumidor de masas. En cambio, el viajero encarna la imagen del descubrimiento, de aventura, de respeto al otro, por el contrario el turista sería uno que no viaja y lo que hace es transitar por una ruta que ya ha sido escrita.

El viajero es aquella persona que quiere acercarse a la “verdad”, visto como un héroe cultural. Aunque en la actualidad sigue habiendo un gran debate. Autores como Canalsi (2012), hablan de como lo que representa al viajero son las metas que tiene marcadas, siendo estas claves para su desarrollo como individuo, incluso no teniendo que ser lejanas en el espacio. Por el contrario, el turista sería aquel que se desplaza a destinos turísticos impuestos por modas que obedecen a ritos sociales o económicos.



Fuente: Google imágenes

Estas imágenes muestran de qué forma los estereotipos culturales actúan cargando de simbolismo a ciertas acciones, destinos, formas de viajar para así categorizarlos y definirlos.

Por lo tanto, el problema de estas categorizaciones es que son esquemáticas y en muchos casos inflexibles siendo la realidad mucho más compleja. Aun así, considero que ofrecen una idea de la importancia cultural que hay en la experiencia turística al elegir entre seguridad o autenticidad, puesto que es algo que se viene debatiendo en el turista/viajero a lo largo del tiempo tal y como se ha podido observar.

Una de las pruebas de que el turismo es una actividad en permanente movimiento y evolución a la para que la sociedad, es que incluso Cohen en su obra *“Principales tendencias en el turismo Contemporáneo”* (2005) vuelve a realizar una nueva categorización en la que establece tres grandes tendencias:

- Los que buscan la distinción, ya no buscan tanto lo auténtico.

- Los que buscan la fantasía, huyen de lo natural, de lo auténtico y le gusta divertirse a través del juego y la tecnología.
- Los que buscan la autenticidad en los márgenes, buscar en sitios remotos, y diferentes. Busca en los sitios que ya no son turísticos.

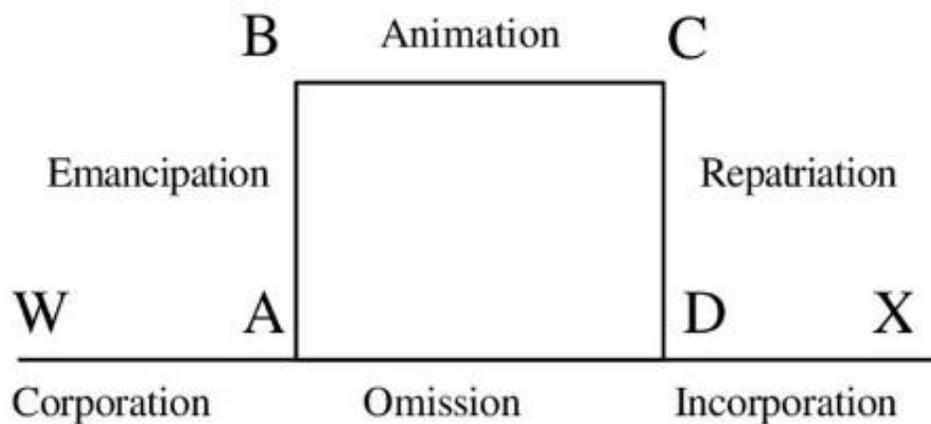
De cualquier modo, si dentro de diez años se vuelven a categorizar los turistas, estos habrán cambiado y evolucionado, aunque sean categorizados de una forma u otra en base a sus experiencias, formas de viajar u motivaciones, van a tener algo en común: el proceso por el que un individuo transita de la cotidianeidad a otro estado, el turístico. El paso del tiempo ordinario al extraordinario.

Anteriormente se ha visto cómo se produce el paso de un tiempo a otro a través de las fases Leach; en este caso, y tal como se había introducido anteriormente, será Jafar Jaffari (1988) quien adapta al turismo ese proceso para poder ver el paso del “yo” cotidiano, ordinario al “yo” turístico o extraordinario.

Las mismas fases que encontramos en la teoría de los ritos de pasos las encontramos de la siguiente forma para explicar este proceso:

Separación	1. Proceso de decisión 2. Preparación del viaje 3. Desarrollo del viaje
Transición	4. Proceso de cambio 5. Interiorización del rol e identidad turística
Retorno	6. Regreso a la sociedad y a lo ordinario

Además, este mismo autor utilizará la “Metáfora del trampolín”, la cual se basa en imaginar que el sujeto se encuentra encima de un trampolín que permite al turista dar un salto temporal desde el mundo cotidiano al mundo turístico, para luego caer de nuevo en el cotidiano. Él nombra las siguientes fases: Corporación, Emancipación, Animación/Omisión, Repatriación e Incorporación.



Fuente: Elaboración propia en base a Apuntes Antropología del turismo

Este autor describe cada una de las seis etapas, el proceso de separación que sería la Corporación, el turista está motivado y se podría decir que es potencialmente un turista. Luego, la Emancipación va preparando las maletas ya se va transformando. Sería aún proceso de cambio porque el individuo se está convirtiendo en turista. Esto hace que cambie mentalmente. En la Animación/Omisión, se produce una desconexión de la cotidianidad, de alguna manera el turista empieza a experimentar la diferencia, hay una desinhibición. El regreso a la sociedad, la Repatriación e Incorporación, el turista se empieza a preparar para la cotidianidad, al mismo tiempo las personas adoptan los valores que tienen que representar y esto genera profundas crisis psicológicas, el llamado síndrome postvacacional, que sería una patología social muy normalizada dentro de la sociedad actual.



Fuente: Google imágenes

En conclusión, tenemos un sujeto heterogéneo y polimorfo, el cual se encuentra oscilante entre el mundo cotidiano y el turístico. Y como se podrá ver a continuación, también a la hora de tomar la decisión de viajar se encontrará oscilante entre la opción más segura o auténtica. Para ello se debe de tener en cuenta que se habla de un sujeto cultural y que su decisión estará mediada por múltiples factores tanto psicológicos, experienciales, económicos, sociales, etc. Hay que tener en cuenta que todos estos individuos responden a una lógica cultural que les categoriza en un lugar dentro de un sistema social mayor que el ámbito turístico, compuesto por las demás esferas económicas, culturales, simbólicas, etc....

3.2 AUTENTICIDAD VS. SEGURIDAD

A partir de ahora no se hablará de individuo en general, sino que el trabajo se centrará en el análisis de los sujetos como turistas. Hay que verlo como un sujeto que no elige viajar por que sí, sino que detrás siempre alguna razón: ruptura de rutina, encontrarse con el “yo”, descubrir nuevas sensaciones, etc., todo ello dentro de las normas culturales que rigen en la sociedad. A lo largo del trabajo de campo se ha podido analizar cómo no solo se produce una diferenciación de objetivos de viaje, sino que también la elección de los destinos es muy dispar, aunque una cosa si hay en común entre todos, y es que hay dos cuestiones que se presentan como imprescindibles a la hora de elegir cómo y dónde viajar: qué tan seguro es y cómo de auténtica será la experiencia. La autenticidad se convierte en un valor que tiene fuerza para impulsar la motivación de los turistas para viajar a diferentes destinos. (Kolar y Zabkar 2010: 652)

Ante esto poner un ejemplo que se pudo ver hace poco a través de la red social Tik Tok. El vídeo se basaba en mostrar una ruta alternativa al Machu Picchu. A través del Salkantay Trek, es un recorrido de cuatro días y tres noches. En este recorrido pasas por varios ecosistemas, aprendes sobre la producción del café y puedes hacerlo andando o en caballo. Entre los comentarios al video había muchos extrañándose de que no se hiciera en llamas, se podría decir que esta una idea cultural bastante arraigada, incluso encontramos cinematografía como “*El emperador y sus locuras*”, pero tal y como muchos habitantes locales decían en el vídeo, las llamas no aguantan más de cuarenta y cinco kilos y se sientan. Había otra gente que se quejaba de que la ruta durara cuatro días caminando y en ocasiones levantarse de madrugada. Esto sirve de ejemplo para mostrar como la cultura cambia nuestra percepción de los lugares o de la experiencia que queremos vivir, muchos individuos veían que la experiencia para ser auténtica tendría estar asociada a las llamas. Por otro lado, otros individuos a través de los comentarios preguntaban la agencia en la que contratar, a lo que otros decían que era mucho mejor hacerlo por cuenta propia sin seguir el ritmo de nadie. Aquí se puede ver como de nuevo la elección se basa entre vivir una experiencia más auténtica sin ningún tipo de mediación o más segura en grupo y con un guía.

Con relación al concepto de autenticidad hay bastante literatura, pero en primer lugar hay que tener en cuenta al autor Ning Wang (1999), que concibe la autenticidad de distintas formas: Objetual, Constructivista, Postmoderna, Existencial, Emergente y Negociada. Aunque una de las cosas que hay que tener en cuenta es que la autenticidad no tiene que ser vista en una escala de opuestos, si no es auténtico es falso, no. No es blanco o negro, sino que hay que tener en cuenta muchos más factores. Muchos autores coinciden en que la autenticidad no es inherente al objeto sino que es resultado de cómo uno ve las cosas y de cómo las interpreta, es una construcción cultural que se rige por una serie de códigos simbólicos, culturales y sociales (Bruner 1994). De forma similar Gallarza et al. (2002) consideran que la imagen del destino turístico es algo subjetivo, “una interiorización de percepciones”.

@Luna- llena: *Angelito, elijas el país que elijas, si vas con ilusión, hasta Lloret tiene su encanto, todo dependerá de los ojos con que lo mires y la predisposición que tengas. La belleza está en quien mira.*

Por lo tanto, la autenticidad puede definirse como una proyección por parte de los turistas que incluyen: propias creencias, expectativas, imágenes estereotipadas, etc. (Wang 1999). Esto se ha podido ver a través del ejemplo anterior del Machu Picchu en el que la autenticidad del lugar va asociada a la llama o de como este usuario hace mención a como los lugares dependen de los ojos que los ven y la propia predisposición. Hay que destacar cómo Gartner (1993) menciona cómo la imagen se basa en las percepciones del turista más que en la propia realidad objetiva del destino.

Así mismo, a medida que se avanza en la etnografía en la red, hay más ejemplos de cómo los turistas corroboraban con sus testimonios no solo lo anterior, sino también una de las afirmaciones que realiza Maccannell (1976) acerca del turismo y la búsqueda de la autenticidad:

“El turismo es un mecanismo compensatorio, dirigido por una búsqueda de la “autenticidad”, que una vez desaparecida en la sociedad del turista, éste la persigue en otros lugares más allá de la modernidad.”

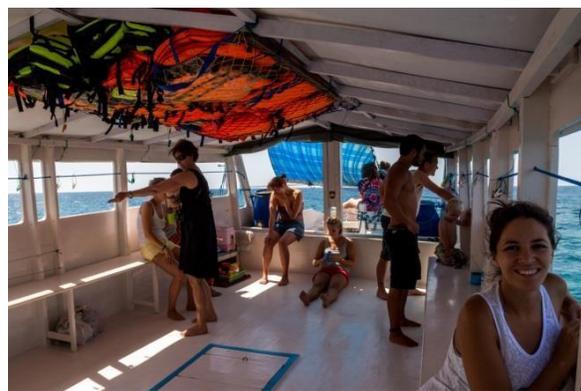
Esta búsqueda de autenticidad en ocasiones puede llevar a situaciones de peligro, visto tanto de una forma objetiva como subjetiva. Esto hace referencia a situaciones donde hay un peligro obvio como pueda ser un desastre natural, un animal salvaje, etc., o un peligro subjetivo que dependerá de las propias vivencias de la persona, su bagaje cultural y otros factores.

Para mostrar un ejemplo de esto he querido recoger en el texto el siguiente hilo de comentarios:

@Pichi- Puchi: *Nosotros teníamos en mente viajar de Lombok a Komodo en Barco, y en Bali alojarnos en Kuta (que es lo que nos ofrecía una agencia en España), ellos nos desaconsejaron por completo las dos cosas. **El viaje en barco de Lombok a Komodo fue una pesadilla para unas chicas que conocimos durante el viaje, nos contaron las malas***

condiciones del barco, 20 personas durmiendo en la cubierta del barco como animales, la tripulación muy desagradable y la mala experiencia que fue para ellas, no lo hagáis! Vale la pena volar directamente a Komodo como hicimos nosotros y hacer allí el tour en barco por las islas, totalmente recomendable. En cuanto a Bali vimos la gran diferencia que puede ser elegir mal lo zona donde os alojáis, nosotros estuvimos en Ubud y Seminyak, y nos encantó, pero conocimos a una pareja que nos contaban que Kuta es un pueblo que se ha convertido en lugar de fiesta y borrachera para los jóvenes australianos, no vayáis a Kuta!

*@Ranel: Yo no estoy de acuerdo., creo que es demasiado drástico tu mensaje y más cuando te basas en experiencias no propias. **Mi experiencia con el barco de Flores a Lombok fue, como poco, genial, única e inolvidable!** Tanto para lo bueno como para los no tan bueno (que lo hubo). Siendo cierto que las condiciones son las que son (no sé qué esperaban esas chicas), **si la conoces y sabes a lo que te expones no resultan desagradables.** Y si buscas un poco encuentras cosas mejores. **Nosotros solo éramos 10 en el barco. Otra cosa es el peligro que conlleva salir a mar abierto y lo cansado que puede hacerse si no estás acostumbrado al barco. Pero más de lo mismo, tienes que conocer a lo que te expones.** Sobre Kuta, pues igual, yo no fui porque tenía muy claro lo que era. Pero imagino que habrá gente a la que le guste eso. No quiero crear polémica, solo manifiesto mi opinión. Saludos.*



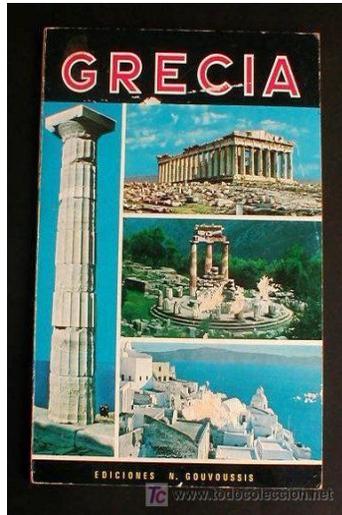
Fuente: Blog Mi casa es redonda

En estos comentarios hay una experiencia que puede ser definida como auténtica si vas a Bali, pero a la misma vez puede ser tachada de desagradable o incomoda, o incluso peligrosa dependiendo de lo que cómo turista estés dispuesto a vivir.

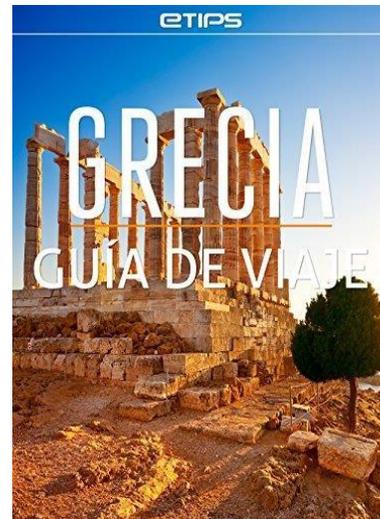
En el primer comentario entre elegir el barco o el avión, se puede ver como la decisión está entre un acercamiento al “auténtico” Bali a pesar de las posibles situaciones desagradables o elegir la seguridad del avión. Y aquí, no se puede olvidar un factor importante, la información, el relato. Esto es una prueba más de que los lugares, la experiencia del viaje, está influida por el relato de otros individuos, las propias lógicas culturales y experiencias personales. Por lo tanto, se podría decir que la autenticidad de los lugares y experiencias, al igual que el riesgo, hay que verlos de forma relativizada. El turista tendrá que decidir entre ambos con la información que tiene de manera consciente (guías de viajes, foros, experiencias de otras personas) o inconsciente (cultura, estereotipos, experiencias personales).

Esta forma de concebir la autenticidad sería una de las diferentes que hay. Continuando con la teoría de N. Wang (1999), él concibe, tal y como se ha mencionado antes, diferentes maneras. En primer lugar y siguiendo la Tesis Objetual, algo es auténtico cuando es objetivable, original. En este caso intervendría la figura de un experto para decir si algo es auténtico o no. Por consiguiente, la autenticidad reside en las cosas, un ejemplo de esto es el arte. En relación con el turismo, sería aquello que es imprescindible ver cuándo se va a un sitio, ya sea a un museo o el visitar un monumento, parque o plaza. Estos son muy fáciles de ver puesto que aparecen como los elementos que representan un todo, en este caso un lugar. Un ejemplo fácil es ver las guías turísticas (el sistema experto). Esto lo podemos ver también a través del relato de los propios turistas:

*@Menda: A mí el Acrópolis me decepcionó, aunque recomendaría a todo el mundo que lo viese. Pero me esperaba algo más grandioso y bonito. La sensación con la que me quedé fue la de haber ido a una obra, ya que todo estaba cubierto con andamios. **Aun así no me arrepiento de haber ido, pues es un lugar histórico y famoso en el mundo entero.***



Fuente: Todo colección.com



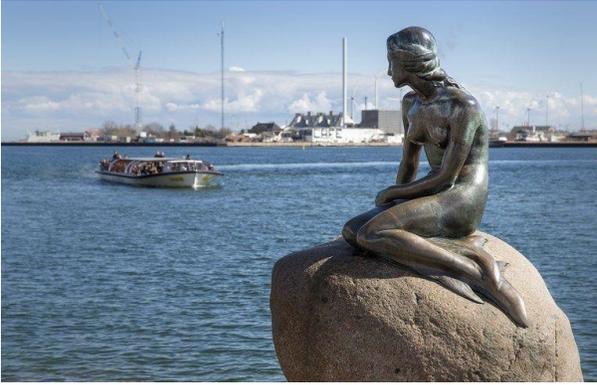
Fuente: Amazon Ebooks

Por otro lado, la Tesis Constructivista, que es a la que se ha hecho mención antes con los ejemplos expuestos como el del Machu Picchu, refiere a la autenticidad no como un hecho tangible, el valor de las cosas no reside en el objeto, sino que reside dependiendo de la sociedad, dependiendo de la simbología que se le atribuya. No existe algo auténtico independiente de las personas, sino que es algo auténtico porque le damos un valor las personas. Las cosas no tienen un valor en sí mismo. Es un valor construido. El contenido que se le da a las cosas tiene que ver con el presente, de cómo se mira a esa cosa. La teoría acerca de este tipo de autenticidad recalca que las cosas no se valoran por unas propiedades inherentes, sino por el significado social. Es aquí, dónde la labor del antropólogo social se hace imprescindible, puesto que determinar por qué se le da un valor y no otro, es una tarea que ofrece información acerca de esa cultura y sociedad.

A continuación se muestra un ejemplo de esto, de cómo el turista cuando viaja lo que quiere ver es aquello que tiene construido en su cabeza como auténtico. Aquí la realidad es concebida como una construcción social. La realidad es lo que se almacena, el saber es cultural y por lo tanto, a lo que se le llama realidad es lo que se tiene en la cabeza.

*@Yiyuja: A mí, Copenhague me decepcionó un montón... No es una ciudad fea, pero yo me esperaba otra cosa... Tal vez fue por la fecha en la que fui (octubre), pero las calles estaban vacías, no había gente paseando, **tengo fotos de lugares turísticos en los que no aparece ni una sola persona!!!** No es que me guste la masificación, pero daba aspecto de*

desolación...:(Luego la Sirenita, que más bien parece una Sardinita... Es enana y el enclave que tiene decepciona muchísimo... En general, ha sido la ciudad que más me ha decepcionado; reconozco que tenía unas expectativas que no se cumplieron, y crearse expectativas es lo peor...



Fuente: Página web de una agencia turística y página web del blog "La vida son dos viajes"

La siguiente Tesis sobre la autenticidad de N. Wang es la Postmoderna. Muchos turistas buscan esa construcción de la realidad ya facilitada. Este autor hace mención a que los turistas buscan genuinas falsificaciones. A veces el original es difícilmente interpretable, pero que gracias a la tecnología podemos ayudar a buscarle ese sentido. Por ejemplo, ver una reconstrucción de unas ruinas en vez de ver las ruinas. Esto explica por qué en la museografía tiende a imponerse los centros de interpretación sobre los museos. Los centros de interpretación no tienen piezas originales, tienen maquetas que posiblemente se pueden tocar. En cambio en el museo se va a adorar esas obras originales.

@Mayteviajando: En Cartagena. Teatro Romano. Se hace desde fuera con la visita guiada. Si se entra en el espacio museístico se explica a través de paneles, el origen y descubrimiento del teatro. Además tiene algunas piezas de las encontradas en el yacimiento. Foro Romano. Es posible la visita individual y guiada. Los paneles explicativos facilitan mucho el entendimiento del lugar. Merece la pena entrar, aunque desde fuera parece que son pocos los restos.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Cartagena

Otra de las tesis es la Existencial, sería aquella que sostiene que la autenticidad no reside en las cosas, sino que tiene que ver con las formas de experimentar, la vivencia en sí. Uno de los comentarios que más se repiten en el foro Losviajeros.com es que el viajar se compone principalmente de la actitud con la que realices el viaje. A continuación un ejemplo de esta tesis.

@Ivi90: Ahora lo necesito en mi vida. Viajando encuentro la desconexión total, aprendo, crezco como persona y me hago más fuerte.

Ya llegando al final de las tesis se encuentra la Tesis de la Autenticidad Emergente, donde se introduce como ejemplo el texto de Regina Bendix “*Turismo y Exhibiciones culturales ¿Inventando tradiciones para quién? (1989)*. En este texto se habla del folklore de Suiza haciendo referencia a como es el propio territorio quien crea ciertas tradiciones o festividades que terminan arraigándose en la propia identidad local. En este caso los artesanos producían para el turista y poco a poco se apoderaron de una noción de autenticidad que había sido puesta desde el exterior. La autora pone de ejemplo el caso del pueblo de Interlaken, en los Alpes suizos, y el evento se llamó Unspunnenfest. En este caso en lo que más pone énfasis la autora es en el proceso de “invención de la tradición”, de cómo en un principio la puesta en escena se basó principalmente en los deseos románticos de los visitantes extranjeros de tradiciones campesinas, “auténticas”. Más tarde, las invenciones posteriores tienen que ver con la búsqueda por parte de los nativos de lo que ellos mismos perciben como manifestaciones auténticas de su propia cultura.

Aunque esto no solo es característico de un país, sino que en la mayoría de los casos se produce un *feedback* entre los lugares y los turistas, una negociación. En relación a esto, Wang plantea su última Tesis sobre la autenticidad, la Negociada. Esto sobre todo puede verse en restaurantes o en relación a los objetos comprados en el viaje. Una de las ideas que concibe Maccannell en relación con esto es la Autenticidad Escenificada y de cómo poco a poco los turistas lo que quieren es salirse de los límites que han sido creados para ellos por los lugares.

Consecuentemente, lo que se ve es a un sujeto que de una forma u otra querrá vivir una experiencia y en muchas ocasiones esta experiencia tiene que ver también con vivir el “yo” auténtico. Tal y como se había mencionado anteriormente, el turista es un individuo que se encuentra entre dos tiempos, ordinario y extraordinario, y que esto a su vez conlleva la transformación del “yo” de un estado a otro dependiendo del tiempo en el que se encuentre.

Esta búsqueda de autenticidad a través del viaje lleva irremediablemente a pensar en lo que conlleva la misma. Culturalmente lo auténtico siempre ha sido lo más arduo, peligroso, algo que como personas ponga a prueba. Esto dentro del turismo se ha traducido en viajar en soledad, preparar viajes sin contar con agencias o con agentes expertos, vivir experiencias que se salen de lo que normalmente se suele hacer en un tiempo ordinario. Por consiguiente, el opuesto a la búsqueda de la autenticidad es la búsqueda de seguridad, la cual se produce por el sentimiento de miedo. El ser humano ha sobrevivido gracias a esa sensación de alerta, en el que el individuo emprende un “ataque” hacia algo que considera un riesgo o peligro.

El turista en la mayoría de los casos intentará equilibrar la balanza entre vivir una experiencia auténtica pero no pasar ningún peligro. A continuación se menciona algunos de los temas que hay en el foro abierto en relación con cómo se concibe el peligro en ciertos lugares y algunas opiniones:

París ¿Zonas Peligrosas?

@Virus: *Los **problemas** que ha habido en París últimamente, quema de coches, etc., se han producido en las **afueras de París**, en los suburbios que están fuera de la ciudad. París es una **ciudad segura**, pero como en todos los sitios hay que estar atentos a los carteristas.*

*Incluso la zona próxima al Moulin Rouge, la Pingalle **me pareció segura aunque estuviera llena de "clubs", "saunas" y similares. En la ciudad hay bastante vigilancia, incluido los transportes públicos.***

*@Charliede: **Muy buenas tardes. Espero que me puedan Ayudar un poco hablándome de esta zona ya que voy a finales de este mes y he leído que puede ser una zona algo peligrosa, sobre todo por la noche. Nos moveremos en metro así que me gustaría saber cuáles son las horas y las zonas menos indicadas dentro de este barrio. Un saludo y muchas gracias!!!***

México D.F ¿Es peligroso?

*@Agni_ Mani: **En Latinoamérica lo primero es "relativizar" los conceptos. DF es una ciudad tan peligrosa como todas las ciudades de Latinoamérica. También he de decir que la seguridad ha mejorado mucho (en términos relativos) en los últimos 3 años (yo he estado dos veces y se nota). Hay puntos negros de robos en la ciudad a evitar (como la famosa Plaza Garibaldi), pero tomando tus precauciones te puedes mover por DF sin bajar nunca la guardia. Yo he pateado sola DF y viajado en transportes públicos y no he tenido ningún problema.***

*@Chispa: **Miles de gracias a todos por contestar! La cosa es que es la primera vez que me voy al extranjero, y sola con una amiga, y bueno México DF y en general el país de México siempre nos ha llamado muchísimo la atención!! Además que nos encantan las costumbres que allí tienen. Y bueno, me gustaría ver también a los mariachis!! Por eso queremos ir bien informadas, y reconozco que sí que tenemos un poco de miedo, como sabréis hay opiniones para todo, hasta las mismas agencias de viajes nos han dicho que desistamos de la idea de ir a México DF. Además que creo que es donde más vamos a vivir "la vida mexicana". Muy feliz.***

*@Agni_ Mani: **Y las agencias, pues, bueno... Como casi todo el mundo, hablan de lo que no conocen. Ni caso.***

Con esto lo que se quiere mostrar es que da igual al sitio al que ir, siempre habrá potenciales peligros. Aunque al igual que la autenticidad, en el miedo intervienen varios

factores, muchos de ellos creados con el tiempo y arraigados culturalmente. La percepción del riesgo por lo tanto puede producirse a través de una evaluación racional por parte del sujeto, en este caso podemos ver como a través de los comentarios se preguntan barrios potencialmente peligrosos, horarios no aconsejados; pero también puede ser construida de forma subjetiva. En el penúltimo comentario podemos ver como la turista recalca que van ella y su amiga solas, a priori podría decirse que lo muestra como un factor de riesgo, ya que en la sociedad actual el hecho de viajar siendo mujer y sola entraña un peligro en sí mismo, es una valoración subjetiva imbuida de una carga cultural.

En cualquier caso, todo turista en un viaje tendrá miedo de poner en riesgo su seguridad y su integridad. Para explicar cómo se diferencian ambas utilizare a los autores Peattie, Clarke y Peattie (2005), estos hacen referencia a que la seguridad estaría relacionada con el daño físico (accidentes, hechos imprevistos) y la integridad, estaría relacionada con los potenciales peligros. Por lo tanto, el turista aunque este informado o preparado siempre podrá temer por su seguridad y será la integridad la que el mismo ponga en juego a la hora de viajar, puesto que la potencialidad del peligro se medirá en su elección de vivir una experiencia más “real” o más íntegra y segura.

3.2.1 I MIEDOS EN EL VIAJE

Tras lo analizado anteriormente se puede ver como la cultura actúa en los diferentes ámbitos de la sociedad, como al aprehender una cultura no solo se obtienen normas sociales o conocimientos, sino que también se adquieren ciertos estereotipos, ideas, que con el paso del tiempo van modificando nuestra manera de ver y vivir el mundo, esto es una prueba más de que somos seres culturales movidos por ciertas lógicas.

En el ámbito del turismo hay ciertas ideas arraigadas al viaje, a los destinos, a la forma de viajar, aunque en la mayoría de los casos éstas han evolucionado puesto que ahora se viaja más en avión o cada vez hay más destinos internacionales deseables por los turistas o, por ejemplo, ahora en un *click* de ratón puedes comprar billetes de avión. Pero hay una cuestión que ha permanecido invariable en el imaginario turista, aparte de la búsqueda de la experiencia auténtica examinada con anterioridad: la relación del viaje con ciertos miedos y el riesgo.

El riesgo en el turismo no solo se basa en las propias experiencias o en los relatos que se puedan encontrar acerca de los sucesos en los destinos, sino que obviamente la cultura tiene un gran papel; ya no solo por los estereotipos arraigados o creados a lo largo del tiempo, sino que hay que tener en cuenta en el momento en el que se encuentra la sociedad, la era de la información impetuosa mediante los medios de comunicación. Esto conlleva a un incesante proceso de formación de estereotipos, ideas acerca de los “otros” que en muchos casos, son estos mismos medios quienes ponen el cariz positivo o negativo.

Esto último deja entre ver la importancia del turismo dentro de una sociedad, no solo porque muestra lógicas culturales de la misma, sino que el viajar y la forma en la que se establece la relación con el viaje no solo habla de un grupo en concreto, sino que habla de qué forma en una sociedad se vincula con la idea de la otredad, de cómo se relaciona con el binomio hogar/territorio extranjero. (Korstanje, M., 2010).

A lo largo del trabajo de campo realizado en la red, a través del foro que se ha analizado, Losviajeros.com, se han podido percibir ciertos miedos que se han repetido continuamente por parte de los turistas a la hora de preparar y realizar su viaje. Esto llevó a realizar una categorización de estos en base a las lógicas culturales que se podían apreciar detrás, aunque como dentro de toda categorización los límites se desdibujan siendo permeables.

El proceso se ha basado en analizar una larga lista de miedos que aparecían en los relatos de los individuos que escribían en el foro citado anteriormente y en otras redes sociales comentadas precedentemente como Tik Tok. Así mismo, se preguntó también a un círculo cercano de personas cuáles eran sus inquietudes, preocupaciones o miedos a la hora de preparar o realizar un viaje, siempre intentando llevar a cabo un ejercicio de reflexividad de manera que pudiera realizar un análisis intersubjetivo válido.

A continuación, se exponen algunos ejemplos de los relatos a partir de los cuales se ha obtenido la lista de miedos que se examinará más adelante:

@Ruby: Os cuento un poco...deciros que no tengo miedo a los aviones ni a pasar horas en ellos aunque sé que es una paliza. Y que con los destinos europeos no tengo ningún problema. Me gusta informarme sobre el destino, me hago un planning de ruta y disfruto mucho de todo el previo. Mi primer viaje lejano fue a Isla Mauricio. Me hacía mucha

*ilusión conocer otra cultura, otro paisaje... pero al llegar allí me entraron unos agobios monumentales, no comía, sólo pensaba en dormir, hasta el punto de un día tener que tomarme un tranquilizante y desear irme ya a casa. Avergonzado Imaginaros lo mal que me sentía por mi marido que le arruiné el viaje. Aun así conseguí distraerme y medio pasar el tiempo. No sé si fue por no tener nada que hacer o por encontrarme con un **cambio tan drástico**. Un par de años después nos fuimos con otra pareja a **Riviera Maya** y días antes **lloraba que no quería ir, pero fui y al llegar el mismo agobio**. Solo cuando **organizamos las excursiones se me pasó todo** y la estancia se me hizo de maravilla. Al poco nos fuimos los dos a Nueva York y a pesar de los miedos previos, sí miedos! conseguí hacerlo, pero **lo pasé mal en la puerta de embarque, sudores fríos, dolor de estómago, ganas de irme a casa... pero una vez allí todo fue fenomenal**. Ahora viene el problema, hace unos meses nos íbamos los dos otra vez a NY y sin haber pasado nervios previos, **el día de la marcha estaba fatal y en la puerta de embarque me dolía tooooooo** y nos dimos media vuelta **Llorando o muy triste tenía miedo a encontrarme mal en el avión o peor, que allí no pudiera pasarlo bien. Desde entonces no quiero viajes que sean muy lejos de casa, o que tengan una cultura diferente, etc...Me agobia sólo pensarlo**. No sé por qué me pasa?! Es pensar en pasar muchos días tan lejos y me da un soponcio!*

@Andypigna: *Hola, veo que has hecho el Camino con Bono Iacobus, nosotros queremos hacer el mismo pero **tenemos miedo con la primer etapa de 30km que nos parece muy larga, y si este camino es muy solitario, porque iremos solo mi marido y yo***.

@Maria0765: *Mi miedo es no saber qué hacer una vez bajarme del tren, como encontrare la forma de llegar al hotel, y luego el regreso (que quería hacerlo de Paris/Barcelona por avión), pero el hotel lo busque que me quede cerca de la estación de tren, para la llegada, y no cerca del aeropuerto para la partida..... En fin, me gustaría algunos consejos, para perder el miedo, y si alguien va a visitar Barcelona/Paris en esas fechas, seria genial para coordinarnos*.

@Casab: *Nos da un poco de miedo el monzón. No es plan de ir todo el día con el chubasquero puesto. ¿Cómo lo veis? ¿Se puede visitar? Si no fuera recomendable, que países recomendáis para esas fechas... No podemos modificarlas por temas de trabajo*.

@JuanjoMel: *Me da la impresión de que no es el país "más querido" o del que la gente se enamora más. De ahí mi pregunta, me da miedo que "me decepcione" o no llene tanto como otros países asiáticos.*

@Chekita7: *Probablemente vaya sola y **no quiero ir sufriendo**, por lo tanto me gustaría que fueran **países seguros para que pueda viajar una chica sola sin peligros**, y que sean más o menos limpios (**el tema de los alojamientos me da un poco de miedo, no quiero lujos pero quiero algo decente y limpio**, aunque en según qué sitios he leído que el tema limpieza es un poco justo, de ahí uno de los motivos que haya descartado la india).*

@Gallegaviajera: *Somos muy de montarlo por nuestra cuenta pero **nos da algo de miedo el hecho del idioma (que no se hable inglés) y el tema de la seguridad**, traslados, quedarte tirado, etc... Y estuve mirando en agencias y me dan unos presupuestos que deben pensar que somos ricos.*

@Davidrp89: *No suelo tener miedo a nada, he viajado ya a otros países pero siempre viajes cortos, **estoy planteándome en hacer un viaje de unas 19 horas en avión y no sé por qué pero me ha entrado miedo el tema de las tormentas eléctricas**. He leído que un avión puede incluso ser impactado por un relámpago y no pasa nada... ¿Pero qué pasa en el tema de tifones o tormentas eléctricas fuertes que muevan mucho el avión?*

@IratxeEowyn: ***Marta no tengas miedo a no viajar por el idioma**. Donde más problemas pueden haber es en aeropuertos o sitios así pero en la mayoría de los casos son trámites automáticos y **es más el miedo a lo desconocido que lo que luego realmente es**. Te lo dice alguien que se fue a China sola y allí sí que te sientes analfabeta total al ser incapaz de leer un letrero, y al final todo fue más fácil de lo imaginado.*

@Irene: *Me pongo muy nerviosa al llegar a las **aduanas**, a pesar de no llevar nada sospechoso, **pero nunca sabes que puede pasar y más estando en la otra punta del mundo**. Cuando fui a Punta Cana hasta que no llegué al hotel no me tranquilice.*

Estos son solo algunos de los relatos utilizados para formar la siguiente lista en la que aparecen miedos de diversa índole y que a priori se pueden ver como inconexos. Pero una vez analizados y categorizados se logra ver de qué manera dan información, no solo sobre

las lógicas turísticas, las formas de viajar, los objetivos o deseos, sino que muestran aspectos más allá, dotando de información acerca de las lógicas culturales que rigen en la sociedad actual.

Lista de miedos

- Miedo a llegar a las aduanas de un país distinto.
- Hacer un viaje a Marruecos con una amiga sola.
- No comprender el idioma del país al que voy.
- Miedo al viaje, no a la estancia.
- Miedo a ir al baño en transportes públicos.
- Decepción al llegar al lugar de destino.
- Viajar con niños.
- Perder el teléfono móvil y quedar incomunicado.
- Turbulencias en el avión.
- No tengo miedo a viajar sola y no conocer a nadie, sino a que me hagan algo por ser mujer.
- Que una agencia de viajes me estafe.
- Pedir que alguien me haga una foto y que me roben.
- No saber que me espera en el destino.
- Secuestro en determinados países.
- Abusos y tocamientos físicos.
- Ciertos paisajes montañosos o acuáticos.
- No poder volver a casa al perder el pasaporte.
- Ponerme enfermo.

Se podrían llegar a analizar muchos más miedos pero tras varias lecturas analizando relatos se ha considerado utilizar los más representativos y los más repetitivos, para poder mostrar una mayor cantidad de ejemplos dentro de cada categoría y así definir un patrón.

Por consiguiente, una vez que se tienen los miedos, el proceso se basa en analizar que elemento cultural hay detrás de ellos, es decir, de qué forma se relaciona ese miedo con las normas, símbolos o estereotipos sociales. Aunque tal y como se viene haciendo hincapié,

los miedos no solo vienen influidos por factores culturales o sociales, sino que hay que tener en cuenta también la experiencia del individuo y hechos objetivables como puedan ser una guerra, un desastre natural, el clima, o por ejemplo, la pandemia actual del Covid-19. Por ello, algunos miedos podrán rebasar la categorización ya que al igual que el turismo o los turistas, las categorías en relación con los viajes resultan polimorfos encontrándose en una evolución continua, pudiéndose añadir nuevas categorías o secciones dentro de las mismas.

Seguidamente y a forma de introducción, las categorías de miedos creadas son la asociada a las agresiones físicas, es decir, que alguien en concreto te haga daño (un robo o abuso...) o también y en relación con la condición física, encontramos la asociada a enfermedades y los accidentes (caídas, virus, picaduras de insectos...), con la particularidad y diferencia de que en este caso no hay nadie en concreto que quiera hacerte daño.

Por otro lado, está la categoría institucional o miedo a la “incompetencia” de las instituciones en comparación con la sociedad de origen, en la que el miedo va asociado a las figuras de autoridad (policía, embajada, aduanas...).

Otra de las categorías en las que los turistas profesan más su miedo es la económica (pérdida de dinero, estafa...), y la categoría del intercambio cultural e idiomático (no saber el idioma o normas sociales, como por ejemplo, en las iglesias de Roma se debe entrar con los hombros cubiertos, sino no puedes pasar en muchas de ellas)

En penúltimo lugar, está la categoría de las expectativas, asociada al concepto de autenticidad de los lugares y a las imágenes mentales creadas por parte del turista. Un ejemplo de esto lo podemos ver con imágenes en las guías turísticas o en las películas en las que encontramos lugares desiertos y luego llegamos y están abarrotados de gente, o un ejemplo famoso es la Gioconda en el Louvre, en la que muchas personas se agolpan delante suya por su pequeño tamaño, algo que en films o series no se aprecia.

Y por último aquellas que han rebasado la categorización y que no establecen un patrón cultural o social como los otros miedos.

Todas estas categorías no solo brindan información acerca de las inquietudes del turista, sino que hablan de la relación que hay entre los individuos de una sociedad y los lugares y sociedades a las que viajan, la otredad. Para poder ver de forma más clara como se relacionan los miedos mencionados antes y las categorías, a continuación se muestra un cuadro relacionándolos.

CATEGORIAS	MIEDOS
Agresiones físicas	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer un viaje a Marruecos con una amiga sola. - No tengo miedo a viajar sola, sino a que me hagan algo por ser mujer. - Pedir que alguien me haga una foto y que me roben. - Secuestro en determinados países. - Abusos y tocamientos físicos.
Enfermedad y accidentes	<ul style="list-style-type: none"> - Viajar con niños. - Turbulencias en el avión. - Ponerme enfermo.
Institucional	<ul style="list-style-type: none"> - Miedo a llegar a las aduanas de un país distinto. - No poder volver a casa al perder el pasaporte.
Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Perder el teléfono móvil y quedar incomunicado. - Que una agencia de viajes me estafe.

Intercambio cultural e idiomático	<ul style="list-style-type: none"> - No comprender el idioma del país al que voy. - Que me miren mal en un sitio sin saber por qué.
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> - Decepción al llegar al lugar de destino. - No saber que me espera en el destino.
Fuera de Categoría	<ul style="list-style-type: none"> - Miedo al viaje, no a la estancia. - Miedo a ir al baño en transportes públicos. - Ciertos paisajes montañosos o acuáticos.

Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo

Como se puede observar, algunas son situaciones que son potenciales de pasar te vayas de viaje o no, entonces una de las cuestiones es: ¿Por qué al viajar surgen estos miedos?, ya que puedes ponerte enfermo en tu casa, pueden robarte o perder tus pertenencias en el autobús. Esto tiene que ver con la seguridad que cada sociedad ha creado en su entorno y en sus instituciones. En cambio lo “otro” que se encuentra a fuera supone un riesgo. En este caso y retomando la cuestión del “yo” ordinario y extraordinario, en este ejemplo se puede ver como el “yo” que permanece dentro de su sociedad, de su cultura y de su entorno seguro es menos probable que logre ese “yo extraordinario”, dando lugar a esa necesidad de viajar.

Retomando uno de los ejemplos de relatos iniciales, el del chico que quería dejar todo durante un tiempo para viajar, para encontrar ese algo “más”, ese “yo” o experiencia auténtica. En este caso, se renuncia a la seguridad que tiene en su trabajo o en su ciudad para buscar algo más auténtico, el viaje, el vivir fuera de todo lo conocido. Siendo aquí donde se puede ver de qué forma la seguridad y la autenticidad vuelven a formar un binomio en el que se oponen la una a la otra, debiéndose tomar una decisión entre ambas.

@Zaloo1: *Muy buenas viajeros, me he registrado hoy y me gustaría aprovechar este gran foro que tenéis para exponeros lo que llevo pensando los últimos meses y que me dijerais vuestras opiniones. Este verano he estado “hosteando” con couchsurfing y he conocido varias personas que me han abierto la mente, os resumo mi situación pero algunos miedos me lo impiden: **Tengo 28 años, un buen trabajo estable de informático en una gran empresa, buen piso (alquiler, barato y grande) y en una zona céntrica de Barcelona. Pero me veo así toda mi vida y me agobio muchísimo. He estado pensando en pedirme una excedencia de un año, el año que bien y recorrer el mundo, por ejemplo 6 meses Sudamérica y 6 meses Asia...algo así, pero supondría perder mi trabajo seguramente (Porque cogerían a otro seguro y no tendría sitio al volver) perder el piso, los muebles que son todos míos (ya que los vendería supongo), pero me encantaría poder vivir esa oportunidad autentica.***

Por lo tanto, el turismo o el viaje son una de las vías por las que acercarnos a una sociedad. Componen una parte fundamental de la cultura de esta, ayudando a entender de qué forma funciona y cuál es el principio rector de ella. El viaje se convierte en la metáfora dominante para caracterizar la situación posmoderna debido a la naturaleza móvil e inestable de la misma. (Rojek y Urry 1997)

Actualmente, se ve como la economía, el trabajo, es uno de los principios que sustentan las sociedades, el deseo por las vacaciones, por salir de lo ordinario tanto física como mentalmente; a pesar de los riesgos que eso pueda ocasionar. Esto habla de la insatisfacción del hombre moderno, definido por Maccannell (1976) como un ser alienado de la sociedad y del entorno, el cual busca una autenticidad perdida en su sociedad y así se pone en marcha hacia otros lugares y otros momentos para encontrarla más allá de su modernidad. El viaje como esa experiencia transformadora en la que el turista necesita una comunicación intensa consigo mismo o simplemente una búsqueda de placer.

En conclusión, los miedos a la hora de viajar son una forma o vía de expresar las inquietudes de una sociedad, la cual nos da pista de su funcionamiento. Los individuos a través del viaje definen sus formas de vivir y se definen a ellos mismos, además de mostrar cómo se relacionan con lo “otro” que se encuentra más allá de su zona de confort.

4. CONCLUSIONES

Tiempo, turismo y miedo a priori son cuestiones que no entrañan conexión ninguna y este ha sido uno de mis cometidos como antropóloga, ver qué hay más allá, ver cómo hay un elemento que lo une todo y que hace que las sociedades tengan que ser vistas bajo una mirada de relativización, las lógicas culturales que las integran.

A lo largo del trabajo se ha querido enfatizar la idea de cómo la realidad no puede ser vista desde un solo ángulo, sino que la conforman muchos factores, muchas esferas que se relacionan entre sí, siendo el turismo una de ellas. El turismo, el viajar, el movimiento, son actividades análogas a cualquier sociedad, a cualquier grupo a cualquier cultura, que evolucionan y se transforman y se adaptan. Dotan de información sobre cómo vive la gente, como se relacionan con los “otros”, cómo utilizan el tiempo, de ahí la importancia de este concepto en el trabajo. Una de las ideas que se puede subrayar de este punto es cómo hay un orden cultural de las cosas a la vez que un ciclo natural y el cómo nos relacionemos con los mismos es lo que va a determinar nuestra forma de vivir en sociedad.

El simple hecho de encontrar una sociedad donde hay una patologización de la vuelta al tiempo ordinario desde el extraordinario de las vacaciones, la depresión postvacacional, da pistas de la insatisfacción que encuentran los sujetos con su “yo” actual dentro de la sociedad moderna. Por lo tanto, hay una relación entre la búsqueda de un nuevo “yo” y el tiempo extraordinario, puesto que en su día a día no son capaces de encontrarlo. Hay muchas personas que utilizan ese periodo de vacaciones para alcanzar la transformación, el cambio a turista, e imbuirse de todo lo que conlleva serlo culturalmente. Esto se puede ver a través de las prácticas, objetivos o formas de concebir el viaje. Un ejemplo, las múltiples categorizaciones que se han realizado, incluso para aquellos individuos que no se consideran dentro de un grupo.

Y a pesar de que la figura del turista representa una gran heterogeneidad, todos tienen en común la búsqueda de una experiencia auténtica. El individuo puede buscar su auténtico “yo”, un auténtico monumento o el auténtico santuario, pero todos realizan la búsqueda de algo que en su tiempo ordinario y su espacio cotidiano no pueden encontrar. La autenticidad se vuelve un concepto difuso, puesto que depende de cómo sea concebida y los

factores que intercedan en su concepción por parte de los individuos, pero sí hay una idea cultural arraigada, y es que solo se llega a ella de una manera ardua. Es por ello por lo que este concepto se relaciona estrechamente con la seguridad y una de las hipótesis principales de este trabajo: *“a mayor seguridad, menos autenticidad y viceversa”*.

Posiblemente el trabajo hubiera sido otro sin la vertiente tecnológica de la etnografía en red, puesto que ésta ha facilitado una pequeña ventana a miles y miles de informantes, de situaciones, experiencias y, aunque a veces ha sido difícil procesar toda la información, ha proporcionado una visión holística y multisituada de cómo el turismo no es una actividad más, sino que pertenece e identifica a la sociedad en sí misma.

Por lo tanto, una de las conclusiones relativas a la investigación es que los miedos en relación al viaje no pueden verse solo como algo intrínseco del individuo, sino que deben verse en relación a todo un grupo. Un grupo que está compuesto por lógicas culturales que se transforman y evolucionan al mismo tiempo que lo hace la sociedad, haciendo así que estos miedos también cambien con la misma.

Por consiguiente, este trabajo no solo ha tratado de analizar a que tiene la gente miedo a la hora de viajar, sino que se ha basado en analizar aspectos de la sociedad a través de ellos. Hoy por hoy, en nuestra sociedad tenemos estos miedos que nos muestran como las personas se relacionan con los “otros” o qué confianza tienen en las instituciones de su país o como la condición de género sigue siendo un problema social, o el cambio climático y los conflictos armados. Todo esto se puede ver al miedo de viajar y no entender la lengua del país al que se viaja, miedo en las aduanas de un país extranjero, querer viajar a Marruecos y no atreverse por ser mujer, miedo a ir a Tailandia y que te pille un monzón o evitar ir a los países árabes. Así mismo, en la era de la información en la que en un *click* te puedes acercar a cualquier lugar del mundo, el miedo a que ese lugar no cumpla las expectativas viene sobre todo relacionado al fenómeno de las redes sociales y a la no realidad creada por parte de estas. Por ende, estos miedos en su mayoría se han visto influidos por factores culturales arraigándolos al imaginario colectivo.

En conclusión, lo que obtenemos con esta investigación es una fotografía de la sociedad actual, la cual nos puede servir como punto de partida para más investigaciones, ya sean en

una muestra más delimitada, en ciertos grupos de la sociedad o de la misma forma, pero pasado un tiempo para ver de qué forma han decrecido o acrecentado ciertos miedos, y como se relacionan con los cambios que puedan producirse en la sociedad.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ~ BENDIX, R (1989) "Tourism and Cultural Displays: Inventing Traditions for Whom?", en *Journal of American Folklore*, vol.102, núm. 404, 131-146.
- ~ BOORSTIN, D (1961) *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. New York, Vintage
- ~ BOURDIEU P, CHAMBOREDON J, PASSERON J (1991) *El oficio del sociólogo*. México: Siglo XXI (Pág. 51 – 61)
- ~ BRUNER, E (1994) "Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A critique of postmodernism", en *American Anthropologist*, vol. 96, núm. 2, Estados Unidos: American Anthropological Association.
- ~ CANALSI, J. (2012). La dicotomía turista / viajero en De Madrid a Nápoles (1861) de Pedro Antonio de Alarcón. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 10(4), 39-48. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.051>
- ~ CHAMBERS, E (2000) *Native Tours. The Anthropology of travel and tourism*. Illinois, Waveland.
- ~ COHEN, E (1972) Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 164-182.
- ~ COHEN, E (1979) "Rethinking the Sociology of Tourism", *Annals of Tourism Research* 6(1): 18-35.
- ~ COHEN, E (2005) "Principales tendencias en el turismo contemporáneo." *Política y Sociedad* 42 (1): 11-24.

- ~ DURKHEIM, E (1968) *Las formas elementales de la vida religiosa*, Buenos aires, Schapire

- ~ DURKHEIM, E (1994) *Las reglas del método sociológico y otros escritos sobre filosofía de las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza Editorial. Págs. 82- 85

- ~ FRAIZ BREA, J. A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 13(4), 739-740. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.051>

- ~ GALLARZA, M. G., Gil, I. y CALDERÓN, H. (2002) “Imagen de un destino: Hacia un marco conceptual”. *Annals of Tourism Research en Español*, 4 (1): 37-62.

- ~ GARTNER, W. C. (1993) “Image formation process”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2 (2-3): 191-215

- ~ JAFFAR JAFFARI (1988) Estructuras y función del turismo en *Anthropologica: Revista de etnopsicología y etnopsiquiatría*, ISSN 0301-6587, Nº. 4, págs. 29-50

- ~ KOLAR, T. y ZABKAR, V. 2010. “A consumer-based model of authenticity: an oximoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31: 652-664.

- ~ KORSTANJE, M. (2010). El 11 de septiembre y la teoría de la percepción del riesgo. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 8(2), 389-402

- ~ LEACH, E (1972) “Dos ensayos sobre la representación simbólica del tiempo», en *Replanteamiento de la antropología*, Barcelona: Seix Barral, pp. 192-211.

- ~ MACCANNELL, D. (1976): *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Nueva York, Schocken.

- ~ MALINOWSKI, B (1931): “La Cultura”. En: J.S KAHN (Comp.) (1975). El concepto de cultura: Textos Fundamentales (pág. 115- 127) Barcelona: Anagrama

- ~ MEETHAN, KEVIN (2001) *Tourism in global society. Place, culture and consumption*. New York: Palgrave

- ~ NICOLAU GONZÁLBEZ, J. L. 2009. “Determinantes de la motivación cultural en la elección de destinatarios: el caso español”, *Revista de Patrimonio Histórico*, 5: 317-326. Universidad de Granada.

- ~ PEATTIE, S. CLARKE, P. y PEATTIE, K. (2005) “Risk and Responsibility in Tourism: promoting sun-safety”. *Tourism Management*. Vol. 26: 399-408.

- ~ PLOG S.C. (1991). A Carpenter's Tools Re-visited: Measuring Allocentrism and Psychocentrism Properly. *The First Time. Journal of Travel Research*, 29 (4), 51-52.

- ~ ROJEK, Ch. y J. URRY, (1997): «Transformations of Travel and Theory», in Rojek, Ch. and Urry, J. (eds.) *Touring Cultures*. Londres y Nueva York, Routledge, pp. 1-19.

- ~ TURNER, L y ASH, J (1991) *La horda dorada: el turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid, Endymion

- ~ WANG, N (1999) “Rethinking authenticity in tourism experience”, en *Annals of Tourism Research*, vol. 26, núm. 2, Holanda: Elsevier