

EL VIAJE TURÍSTICO COMO VIAJE SAGRADO: ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DESDE LA MITOLOGÍA Y FUNCIÓN PSICOLÓGICA DEL MITO

Aluminé Gorgone Pampín¹

Resumen:

En el trabajo realizado se ha abordado el viaje turístico contemporáneo a través de una interpretación mítica. Para ello, se ha tomado de marco teórico básico, "El viaje del héroe", propuesto por Joseph Campbell (1959) como arquetipo universal. Lo que se ha perseguido fue demostrar empíricamente la función psicológica del mito para los seres humanos, es decir, su potencial para el advenimiento de un cambio, de un crecimiento personal y/o espiritual, y su relación con las vivencias involucradas en el turismo. Entonces, la pregunta central fue ¿Será posible que a través del viaje turístico se esté asistiendo un rito posmoderno de preparación e iniciación del individuo para una suerte de crecimiento personal? Para ello se ha llevado a cabo una investigación cualitativa, dirigida a una muestra de turistas europeos que visitaron la Patagonia durante la época estival en el año 2013, escogiendo aquellos con un perfil de viajero independiente: o sea, con características que fortalecieran el carácter de desconocimiento, novedad, de extrañamiento y desafío en su viaje turístico.

Palabras clave: Viaje espiritual. Mito. Turistas europeos. Patagonia. Crecimiento personal.

TOURISM AS A SACRED JOURNEY: ANALYSIS OF TOURISTIC EXPERIENCES BASED ON MYTHOLOGY AND PSYCHOLOGICAL FUNCTION OF MYTH

Abstract:

In this work, the contemporary tourist journey has been addressed through a mythical interpretation. In order to do this, "The Hero's Journey", proposed by Joseph Campbell (1959), as a universal archetype, has been taken as a basic theoretical framework. The intention has been to demonstrate empirically the psychological function of myth to humans and its potential for the emergence of a personal shift and / or a spiritual growth, and its relation to the experiences involved in tourism. So the central question stated here: is it possible for a person to attend a postmodern ritual of preparation and initiation to a kind of personal growth through the touristic trip? To this aim, it has been elaborated a qualitative study conducted on a sample of European tourists who visited Patagonia during the summer in 2013. This has been done by choosing those with an independent traveler profile, which means: those who presented certain features that strengthen the character of unfamiliar, unknown, novelty, and challenge in their travel.

Keywords: Spiritual journey. Myth. European tourists. Patagonia. Personal growth.

A VIAGEM TURÍSTICA ENTENDIDA COMO JORNADA SAGRADA: ANÁLISE DE EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS DESDE A MITOLOGIA E FUNÇÃO PSICOLÓGICA DO MITO

Resumo:

O trabalho aborda a viagem turística contemporânea através de uma interpretação mítica. Para isso, tomamos como marco teórico básico, "A viagem do Herói" proposto por Joseph Campbell (1959) como um arquetipo universal. Tenta demonstrar a função psicológica do mito para os seres humanos, ou seja, seu potencial para o surgimento de uma mudança pessoal e/ou um crescimento espiritual, e sua relação com as experiências envolvidas no turismo. Portanto, a questão central colocada aqui é: É possível que através da viagem um turista esteja participando de um ritual pós-moderno de preparação e iniciação para atingir uma espécie de crescimento pessoal? Desta forma, foi realizada uma pesquisa qualitativa com uma amostra de turistas europeus que visitaram a Patagônia durante o verão, em 2013, escolhendo aqueles com um perfil de viajero independente, isto é: com características que reforçassem o caráter de desconhecimento, novidade, estranhamento e desafio em sua viagem turística.

Palavras-chave: Viagem espiritual. Mito. Europeus. Patagônia. Crescimento pessoal.

¹ Licenciada en Turismo en la Universidad Nacional de La Plata. Becaria en el Instituto de Investigaciones en Turismo, UNLP. E-mail: alumine.gorgone@gmail.com

1 INTRODUCCIÓN

El fenómeno turístico como performance social puede ser abordado desde múltiples interpretaciones. En esta oportunidad, se quiso ahondar en un entendimiento desde una perspectiva antro-psicológica, para poder develar algunas cuestiones de trasfondo, pocas veces conscientes, que hacen a la esencia del viaje.

El ser humano siempre tuvo el impulso hacia el movimiento. “Parece haber una necesidad de emigración, una vital necesidad de sentirse en otra parte”, diría Yourcenar (2005, p.186). Día a día vemos como miles de personas sienten una especial atracción, hasta una imperiosa necesidad de partir hacia un lugar desconocido, de explorar otros ámbitos de experiencia. Podemos ser testigos de tal fenómeno a diario en frases como “quiero vivir nuevas sensaciones, nuevas aventuras” o “necesito desconectarme”; tal vez “voy a perderme” o “necesito un cambio”; “me escapo”, o muy sinceramente con un “no sé porqué viajo realmente”.

Estas frases son las que despiertan nuestro interés: ¿qué hay detrás de todo esto, de este afán de curiosidad, de emigración, de salida? Aquí es donde el presente trabajo toma una dirección en concreto: una lectura del viaje turístico desde un lado mítico, tomando como marco teórico básico “el viaje del héroe” propuesto por Josep Campbell (1959), pretendiendo evidenciar en parte cómo ciertos remanentes colectivos en cada ser humano operan de manera inconsciente, propiciando así un modelo, una estructura a seguir para un crecimiento personal. ¿Será posible que a través del viaje turístico se esté asistiendo un rito posmoderno de preparación e iniciación del individuo para una suerte de crecimiento personal?

2 MARCO TEÓRICO

“El mito ha sido comprendido como un relato que estructura la realidad a partir de un lenguaje simbólico, que permite guiar a los hombres en sus acciones y le otorga un sentido al mundo que habitan” (RUIZ NOÉ, 2012, p.186).

Se establece entonces una lectura del viaje posmoderno desde una estructura mítica llamada “El viaje del héroe” (CAMPBELL, 1959), tratando de precisar si éste ejerce como motivo de trasfondo inconsciente, más allá de los sentidos vacacionales básicos como el descanso, el relax, el salir de la rutina, etc. Este modelo mítico es un arquetipo² universal, ubicuo, existente en diversas mitologías, religiones, cultos paganos, subyacente así en muchas culturas a lo largo y ancho del mundo y de la historia.

² “Los arquetipos son formas o imágenes de naturaleza colectiva que se dan casi universalmente como constituyentes de los mitos y, al propio tiempo, como productos individuales autóctonos de origen inconsciente” (JUNG, C. G., Psicología y religión, 1938, apud RUIZ NOÉ, J. p. 2012)

La importancia fundamental radica en su forma: una estructura de rito, de pasaje, compuesta por tres estadios: salida, iniciación y retorno. Nótese aquí la similitud con las condiciones de base que debe cumplir una persona para ser considerado turista. Por esta razón, fue posible abordar el viaje desde una construcción de sentido, donde en muchos casos no hace más que proporcionar un contenido, un simbolismo que viste a esa estructura mítica, dando lugar a la función psicológica del mito que podría resumirse en un crecimiento personal.

Lo que se ha perseguido aquí entonces es evidenciar si “el viaje del héroe” opera como motivo inconsciente, no explícito, a través de ciertas vivencias turísticas, propiciando el advenimiento de un cambio, de un crecimiento personal y/o espiritual, en ciertos turistas europeos denominados “exploradores”³ que visitaron la Patagonia.

Por último, cabe a agregar que desde esta óptica se ha encauzado este ensayo dentro de una corriente incipiente del estudio del turismo como un “viaje espiritual”, una forma análoga, nueva, equivalente al peregrinaje religioso tradicional⁴.

3 DEFINICIONES FUNDAMENTALES

Comenzaremos en principio a dejar en claro ciertas premisas que justifican el marco teórico propuesto. La definición de turismo mundialmente legitimada por la OMT⁵ es:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (OMT, 1994 apud OMT, 1998, p.11).

De esto se desprenden tres cuestiones fundamentales:

3.1 ESPACIO TURÍSTICO NO FAMILIAR

Según la teoría de la OMT el espacio turístico se define como: “Destino turístico” para Bull (1994, en OMT, 1998, p.55) es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”.

³ De aquí en adelante, utilizaremos para describir al grupo de turistas bajo estudio como exploradores, por poseer una actitud activa orientada a conocer, a internarse en la naturaleza. De todos modos, en todo el trabajo, serán utilizados los términos: europeos, exploradores, turistas y viajeros para referirnos al mismo sector de la demanda. Y por ello mismo, de ahora en adelante por una cuestión de comodidad será utilizado el término viajero como sinónimo de turista, dotando al primero de las atribuciones del segundo, según la definición oficial (OMT, 1998, p48).

⁴ (MCCANNELL, 1973, p. 589; GRABURN 1977 apud COHEN, 1984, p.375 y GRABURN 1983, 1989, 2001 apud SHARPLEY 2005; SHARPLEY 2005).

⁵ Organización Mundial del Turismo.

Además que para el sujeto en cuestión este espacio es geográficamente diferente a su "entorno habitual": "El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente" (OMT, 1995 apud OMT, 1998, p.46).

Por lo tanto, además de considerar la delimitación del espacio donde se lleva a cabo la práctica del turismo como una zona exógena, donde el sujeto no vive o visita habitualmente, se considerará pertinente a la investigación sólo aquellos casos donde además no exista familiaridad. Por lo tanto, no gozan de importancia en este estudio, ni las personas que concurren a ciertos "no lugares"⁶ (AUGÉ, 1998) o viajan en un plan de "todo organizado", preparados especialmente para que se sientan cómodas, para que no alteren su patrón de comportamiento; ni tampoco aquellas otras que concurren siempre al mismo lugar vacacional en condiciones similares, repitiendo la elección de servicios y productos para su satisfacción. Entendemos que en estos últimos casos existe ya un acostumbamiento, por lo tanto, conocimiento y cierta comodidad.

La diferencia esencial que seguimos y establecemos para el estudio radica básicamente, en que debe ocurrir cierto grado de desconocimiento, de extranjería con el lugar, o/y por la dinámica emprendida por el turista.

3.2 REALIDAD APARTADA, EXTRAÑA ZONA DE EXPERIENCIA

Todo lo descripto anteriormente, conlleva a que se transforme de alguna manera la realidad del viajero, al menos temporalmente, y que ésta lo ponga a prueba. Es decir: que exista un desafío, un enfrentamiento con una dimensión que puede diferir en costumbres, modos, creencias, entre otras cosas. No sólo se está viajando a una esfera diferente territorialmente sino también donde hay que considerar que las fuerzas intervinientes dentro de este contexto son otras, creando una dinámica de funcionamiento nueva ya sea desde la conducta por parte del turista, que se ve obviamente, modificado y condicionado por otra lógica, como por el lugar mismo (entorno, comportamiento de la comunidad receptora, recursos humanos que brindan servicios, etc.)

3.3 DELIMITACIÓN DEL TIEMPO

La otra cuestión importante que surge de esta definición de turismo es el establecimiento de una dimensión temporal acotada para el desarrollo de la

⁶ De los no lugares habla Augé: "Entonces había yo sugerido que el no lugar es lo contrario del lugar, un espacio en el que quien lo atraviesa no puede interpretar nada ni sobre su propia identidad (sobre su relación consigo mismo), ni sobre sus relaciones con los demás o, más generalmente, sobre las relaciones entre unos y otros, ni a fortiori, sobre su historia común." (AUGÉ, 1998, p.89)

actividad. Es preciso que exista un principio y un fin, (que puede repetirse obviamente), que junto con la delimitación antes nombrada, enmarca la actividad turística a una esfera apartada. Esto se debe a que la experiencia psicológica que se produce en un viaje y que se quiere demostrar, precisa de un horizonte temporal, que tenga origen, nudo y desenlace. Por lo menos, hasta aquí llega este estudio.

Resumiendo así, el turismo comprende una serie de actividades que se realizan en una realidad apartada del espacio vital habitual de una persona. Así corta con cierta familiaridad, y se traslada a una extraña zona de experiencia que contiene mayor o menor grado de contraste con lo conocido. En el medio, el desarrollo del turismo en sí, involucra una serie de acciones que mucho va a depender de las motivaciones, intereses y finalidades del viaje. Por último, se venía diciendo, se produce el regreso al mundo conocido y habitual.

Entonces, ahora sí se puede apreciar claramente la comparación de los estadios de un rito, con el movimiento necesario para llegar a ser un turista. Volvemos al marco teórico, y vemos como claramente el viaje turístico puede en algunos casos considerarse como "viaje sagrado": Turner and Turner (1978) citado por Sharpley (2005, p.163), habla así primero de una fase donde el ser humano se libera, se distancia de lo ordinario, la rutina y lo "profano"⁷. Luego, atraviesa una fase de "liminalidad" o de entrada a un estado "sagrado" donde la estructura del orden y de la vida normal se disuelven, las obligaciones desaparecen y nuevas formas de relacionarse emergen, la conducta habitual y estructurada es reemplazada por actividades espontáneas y liberales. Finalmente, el individuo debe atravesar una reinserción en su estructurada y común existencia en su sociedad, y si algunos han experimentado cierta forma de transición ritual, lo harán muy posiblemente en un estado alterado, modificado de sí mismos. Este traspaso del tiempo y espacio profano/ordinario al sagrado/no ordinario, junto con las exigencias de tiempo libre, aprobación social, y disponibilidad monetaria, serían las características comunes al turismo y al peregrinaje (SMITH, 1992A apud SHARPLEY, 2005, p.162-163).

4 LA DEMANDA Y SU ACTOR PRINCIPAL, EL TURISTA COMO AGENTE INDIVIDUAL

4.1 EL TURISTA

La OMT establece categorías diferentes para "visitante", "viajero", y "turista":

"Viajero", la más amplia: "cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual" y la de "visitante": "todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo" (OMT 1995, apud OMT, 1998, p.48).

⁷ Término utilizado por (GRABURN 1989 apud SHARPLEY 2005, p.163)

Por lo tanto, el turista, es un viajero visitante que pernocta por lo menos una noche en el lugar que visita y viaja por un tiempo consecutivo menor de un año movido por el ocio, recreo y vacaciones; por visita a parientes y amigos; por negocios y motivos profesionales; por tratamientos de salud; por religión y peregrinaciones; entre otros.⁸

Turista que viaja en pos de una experiencia espiritual: Advertimos entonces un turista que viaja en pos de una experiencia espiritual. Es entonces, dentro de ese "otros" donde tendría lugar este estudio, proponiendo así, la existencia de una búsqueda espiritual por parte de ciertos turistas, aún sin ser conscientes de ello, sólo abordable desde una lectura mítica.

En función del origen y destino elegido, el turismo se divide en: emisor, receptor o doméstico. A fin del análisis, nos centraremos en el turismo receptor europeo.

4.2 TIPOLOGÍA DE LA DEMANDA: FACTORES SUBJETIVOS

Por otro lado, sabemos que un turista ante todo, es un ser humano que se rige por ciertos motivos, deseos e intereses. Si seguimos la propuesta teórica de la OMT, ésta denomina "factores subjetivos" a aquellas características intrínsecas a los que la demanda se auto condiciona (OMT, 1998, p.64).

De acuerdo a lo último expresado, dirigiremos especial atención hacia cuestiones motivacionales:

Así, un autor afirma que si existe acto voluntario para viajar, este se desenlaza por una motivación y se encamina hacia un fin (CASTRO, 1977 apud OMT, 1998, p.71). Esa decisión tomada está a su vez condicionada por la personalidad del individuo, por sus experiencias anteriores, por sus actitudes y sus percepciones (OMT, 1998, p.71). Ni mencionar que todo lo anterior se nutre en base a estructuras sociales, psicológicas, culturales, dando lugar a formas individuales de motivación (COOPER et al, 1993, p.23, en OMT, 1998, p. 75).

Ya dejamos expresado anteriormente cómo la OMT agrupa las motivaciones, y existen muchos otros tipos de clasificaciones para diferenciar las finalidades del viaje. Sin embargo, existen cuestiones de fondo más complejas, por ejemplo, si se habla de "necesidades", Maslow afirma que existe una jerarquía de las mismas y que según en qué estadio de satisfacción se halle cada uno, de eso dependerá la motivación personal que manifieste el individuo. Maslow habla de necesidades de "estima" y "autorrealización" en los niveles más altos de esa pirámide (1970 apud OMT, 1998, p.73)⁹. Así, si esta teoría sitúa como superiores

algunas necesidades que más que nada son abstractas, no tangibles, complejas y encierran procesos psicológicos complejos (amar, quererse y superarse a uno mismo por ejemplo), se puede comenzar a hablar de un sujeto, de un ser humano supeditado a su propia subjetividad, intrincado.

Por lo tanto, no obstante toda esta cuestión de razones, motivaciones, finalidades, no es tan sencilla como puede parecer, porque detrás de un motivo aparente, que se manifiesta conscientemente, y muchas veces hasta se asemeja a un cliché, existen otros componentes inconscientes que inducen a la persona a hacer tal o cual cosa o a no hacerla.

4.3 INSTANCIA DEL INCONSCIENTE

Prosiguiendo así, el ser humano posee un comportamiento dado que no se puede explicar únicamente por lo que manifiesta de manera consciente. Así habla Freud de un sujeto escindido, dividido:

"Los procesos anímicos son, en sí y por sí, inconscientes, y los procesos conscientes son apenas actos singulares y partes de la vida anímica total. Su definición de lo anímico dice que consiste en procesos del tipo del sentir, el pensar, el querer; y se ve obligado a sostener que hay un pensar inconsciente, hay un querer inconsciente"¹⁰

Si guiendo con el análisis, se estableció que para pasar de un estado de individuo común y corriente al de "turista" existe un individuo que toma una decisión, a través de variados análisis y pensamientos conscientes o no. Ahora, un punto interesante, que después será tratado en los resultados de la investigación, el turista elige un destino determinado, pero... ¿Cuál es esa imagen que se tiene? Acá realmente no importa lo que sea el espacio turístico, en términos fácticos, sino aquello que se imagina el turista, que espera, que pone expectativas, que fantasea, sea ésta una imagen previa, durante o después de la estancia en el lugar. Se intuye que seguramente aquella, estaría plasmando, visibilizando, vehiculizando ciertos intereses particulares, deseos, anhelos, necesidades, y hasta requerimientos cuasi instintivos del ser humano (diversión, escape, evasión, autodescubrimiento etc.). Sin embargo, no se deja de aclarar que la imagen de destino no es la única variable a tener en cuenta.¹¹

en este artículo, si le damos el sentido de que las necesidades de estima, autorrealización, son más complejas y muchas veces se ven restringidas en su concreción por la insatisfacción de las primeras; pero sin establecer ese orden de estanco y unidireccional.

¹⁰ FREUD, 1915-1916 apud J. STRACHEY (Ed.) y J.L. ETCHEVERRY Y L. WOLFSON (Trads.), v. XV, p.19, 1991.

¹¹ Es más, se ha podido comprobar que existen turistas que viajan independientemente a dónde vayan (tal vez se trate de destinos que comparten ciertas similitudes) debido a que tienen el poder económico para

⁸ "Clasificación de los visitantes internacionales" (OMT, 1998, p.50).

⁹ Si bien se le puede cuestionar el autor porque únicamente esta jerarquía se mueve en orden ascendente, es decir, que una vez satisfechas las necesidades que se ubican al pie de la pirámide (fisiológicas, seguridad), recién se pasa a querer satisfacer las siguientes; me parece de utilidad

Con la introducción del inconsciente como otra esfera que puede explicar gran parte de los comportamientos humanos individuales, se ha posibilitado ahora sí, derivar más adelante el análisis conductual de cierto *target* de turistas, hacia este aspecto tan interesante y desafiante. En las páginas que siguen, se involucrará de lleno con esta cuestión, partiendo así de la noción de viaje turístico como sagrado, como rito de iniciación, como pasaje (COHEN: 1984, ORTIZ: 2002; KORSTANJE: 2011; GRABURN 1983, 1989, 2001 apud SHARPLEY 2005; SHARPLEY 2005). Y, ya dentro de esta concepción teórica, se intentará demostrar bajo evidencia empírica, la eventual vivencia interna, psicológica, de la estructura mítica llamada “la jornada del héroe” en el mismo momento del viaje turístico.

Dicho proceso es de naturaleza inconsciente y colectiva a la vez, porque a pesar de transitarse de manera puramente individual, personal; es un esquema, un paradigma ya existente, arquetípico. Así es como el individuo común y corriente se hace protagonista (y responsable) de su propia historia, atraviesa pruebas físicas y mentales, se expone a situaciones novedosas, mágicas¹², fuera de su lugar conocido, adentrándose en la aventura, con el propósito (lo sepa o no) de salir novedoso, renacido, hacia el inminente retorno a su espacio habitual, normal.

“Conviene precisar que todos estos rituales y simbolismos del «tránsito» expresan una concepción específica de la existencia humana: cuando nace, el hombre todavía no está acabado; tiene que nacer una segunda vez, espiritualmente; se hace hombre completo pasando de un estado imperfecto, embrionario, al estado perfecto de adulto. En una palabra: puede decirse que la existencia humana llega a la plenitud por una serie de ritos de tránsito, de iniciaciones sucesivas” (ELIADE, 1981, p.111)

4.4 TIPOS DE TURISTAS: LOS EXPLORADORES

Hemos decidido denominar de manera general al segmento bajo estudio bajo el nombre de “exploradores” por poseer una actitud activa orientada a conocer, a internarse en la naturaleza. Se apunta entonces, a ciertos europeos que visitan la Patagonia en la temporada estival y que tienen como objetivo principal hacer actividades al aire libre. La elección es tal por intuirse en ellos la estructura del periplo, al verse una expresión exterior del mismo por la forma en que practican el turismo. Posiblemente, lo segundo sea el reflejo de lo primero y su vez, el disparador... Sin embargo, lo importante de la segmentación de la demanda realizada es el fortalecer

ciertas características de desconocimiento, contraste con el destino escogido, y fundamentalmente por su *modus operandi*: búsqueda de la novedad, la sorpresa, la aventura.

5 EL VIAJE DEL HÉROE

Introducimos entonces anteriormente el tema del viaje, como una práctica social humana. Hablamos también del viaje turístico, del turista, desde varios ángulos, pero por sobre todo el trabajo apunta a entenderlo como un viaje sagrado, que estaría posiblemente valiéndose de ciertos paradigmas, modelos de comportamiento ya existentes, ya transitados, invisibles, que le dan sentido, legitimación y orden a la vida del ser humano, como muchas otras prácticas fuertemente arraigadas en la cultura.

“El héroe es el símbolo de esa imagen divina creadora y redentora que está escondida dentro de todos nosotros y sólo espera ser reconocida y restituida a la vida” (CAMPBELL, 1959, p.43).

Hablamos de el héroe porque es la figura modelo, patrón, adaptable a muchas situaciones, ficticias o no, para enseñar, para guiar, para divertirse, para entretenerse... pero siempre reflexiva, siempre delatora: del curso de la vida de aquellos que se han animado a desafiar sus propias limitaciones. Por eso mismo es que Campbell habla del “héroe de las mil caras”; Yourcenar utilizó justamente este recurso: a través de diversos, héroes, personajes de la historia expone así cómo el viaje puede configurar una herramienta para el enriquecimiento personal, describiendo a un “viaje inteligentemente realizado” como “una escuela de resistencia, de asombro, casi de ascesis, un medio de perder los propios prejuicios” (YOURCENAR, 2005, p.174).

Mircea Eliade, esgrime que el ser humano quiera o no, es un ser religioso... Habitualmente, el hombre lo que hace es alternar su vida entre dos tiempos: el profano y el sagrado (ELIADE: 1981). Y no importa cuán arreligiosa sea una persona, o cuanto grado de separación hay el seno de su cultura entre ambas dimensiones, la sacralidad irrumpe por todos lados: en costumbres, formas de entretenimiento, prácticas culturales, ceremonias, todas embebidas con la misma idea de renovación. En todo caso lo que puede hacer el hombre es elegir cómo vivir esa religiosidad (RUIZ, 2012, p.188). Entonces, el viaje turístico que estamos analizando, podría llegar a ser una de esas opciones, dentro de lo profano, donde el individuo adopte de manera inconsciente, el “viaje del héroe” como horma propicia para un crecimiento interior.

hacerlo por donde les plazca, o porque lo hacen a bajo costo, o porque hacen del viaje su estilo de vida.

¹² Aquí se habla en el lenguaje propio de Campbell, al describir su teoría.

5.1 LA AVENTURA DEL HÉROE: INSTANCIAS

A continuación, se distinguirán ordenadamente cada uno de los pasos más relevantes¹³ que conforman la totalidad de esta aventura, porque uno es imprescindible del otro, un todo que al final marca una diferencia. Si lo pensamos en el resultado final: ya que no se es lo que se era, hubo un cambio, una reconfiguración de nosotros mismos.

De modo general, la fórmula se resume en la tríada: separación – iniciación – retorno, que viene a ser la base misma de cualquier rito, ceremonia, o estructura iniciática, dividida así por fronteras, por umbrales.

5.2 SEPARACIÓN O PARTIDA

5.2.1 LLAMADO A LA AVENTURA

En primer lugar, nuestro héroe es “llamado a la aventura”: a través de una necesidad latente; o por “accidente” (que también sería por sí mismo, pero inconscientemente) o por una fuerza exterior que lo “arrastra”. Ha llegado el momento de esta persona para trascender, para dejar ciertos esquemas, ciertos ideales atrás. Entonces, aparece un guía que lo llama, un lugar que lo atrae, que lo descoloca con su misterio. Muchas veces la angustia, la ansiedad, acompaña esta decisión: el alejamiento del lugar de seguridad, de familiaridad hacia un mundo desconocido, que, metafóricamente, representa su propio inframundo. Y entonces, allí se dirige el héroe, a atravesar el umbral, su umbral, repleto de temores, desafíos y peligros, pero, a su vez, fuente de la riqueza que lo hará libre.

5.2.2 NEGACIÓN

Existen casos en que el héroe rechaza la “llamada”. Vencer nuestras propias resistencias, hete aquí el quid de la cuestión, aquellas barreras que nos mantenían a salvo... de nosotros mismos.

Sin embargo, en este caso investigaremos a aquellos héroes que sospechamos se han atrevido a interrogarse a sí mismos, a través de un acto de volición que implica el viajar turístico.

5.2.3 AYUDA SOBRENATURAL

Y así nuestro héroe ha tomado una decisión, de seguir esa anunciación que le ha llegado. Como se dijo anteriormente, este ritual tiene toda una serie

de artilugios preparados, y el primero de estos es la aparición de una ayuda iniciatoria. En términos estrictamente psicológicos, sería una fuerza consiente que da confianza en sí mismo, protección, promesa de que algo bueno saldrá de este duro proceso al final de todo. En términos metafóricos, el héroe se topa con un guía, un maestro, un ser sobrenatural, que lo provee de amuletos mágicos, de sabiduría, de armas, que lo aprovisionará para la lucha contra sus demonios. Es una especie de compañía que induce el paso hacia el otro lado, avalado muchas veces por la “madre naturaleza” y por su sociedad en determinado contexto histórico.

5.2.4 PASO DEL PRIMER UMBRAL

Límites. Atravesarlos, esa es la cuestión. Más allá del mismo está lo desconocido, el peligro, por eso nos cuesta tanto salir de nuestro confort, de nuestra esfera conocida. Allá afuera, distante físicamente o simbólicamente, inexplorado, embebido en un especie de misterio sugestivo pero también vedado por advertencias sociales, o personales. Otra vez estamos expresándonos simbólicamente, porque lo extraño, lo ajeno puede ser una tierra lejana, un bosque oscuro, pero no deja de ser el contexto pródigo para la libre expresión de nuestros secretos inconscientes.

En resumidas cuentas, este gran pasaje, sólo está a la altura de aquellos que a través de una preparación psicológica, de una fortaleza espiritual, son capaces de renunciar a su ego. Sólo muy profundo de uno, y tras un gran trabajo de voluntad, confianza podemos aproximarnos a lo que está dentro de nosotros y desconocemos.

5.2.5 VIENTRE DE LA BALLENA

Este es el ícono utilizado universalmente para la descripción de esta parte del pasaje. Es cuando finalmente el héroe ha sido engullido por su gran vacío interior, aquel que espera una reivindicación, que demanda atención. En consecuencia, está dispuesto a su propia aniquilación. Una verdadera renovación no se produce a base de una acumulación de experiencias, sino, a una nueva forma de mirar, a una re-acomodación de los esquemas interpretativos que tiene cada uno para construirse su propia versión de la “realidad”. Así el camino hacia una metamorfosis es, empujarnos con firmeza hacia lo que sabemos que, para desafiarnos a nosotros mismos, a través de un camino de pruebas, que no sabemos cómo, pero que las vamos a superar.

¹³ Por una cuestión de espacio, se tomarán en consideración las fases más importantes y de manera resumida de “la Aventura del héroe”, que además se justifican luego con los discursos de los turistas.

5.3 INICIACIÓN

5.3.1 CAMINO DE LAS PRUEBAS

En este momento del rito, el héroe debe atravesar toda una serie de pruebas, ya dentro de un paisaje ambiguo, confuso. Es por ejemplo el caso de los viajes chamánicos, donde el espíritu del chamán viaja por paisajes sagrados, bosques oscuros, montañas al encuentro con el alma perdida, el alma de un enfermo, para volver con un remedio, un conocimiento, o sea, con una iluminación.

Pero entonces, ¿en qué consisten estas pruebas en el hombre real, de hoy en día? Una forma más o menos sencilla de explicarlo sería: una purificación del “yo” por parte del sujeto. Si en medio de ese laberinto interior que va recorriendo, se le presentan figuras, imágenes, simbolismos infantiles, que si bien su madurez como adulto las ha hecho retroceder, esas fantasías no se rinden fácilmente, insisten y en sí, siguen siendo la base de un grupo humano. Él debe desnudarse ante ellas, debe darse, permitiendo una transformación, una trasmutación de sus viejos esquemas de pensamiento a unos nuevos. Este estadio representa una profundización de lo iniciado en el traspaso del umbral, es la continuación de un camino arduo y difícil, donde la renuncia, la purgación son las palabras que valen. Someter al ego, dejando de lado el orgullo, la vida “normal” para posibilitar la entrada de algo nuevo, aceptando lo terrible que puede surgir de nosotros mismos.

5.3.2 APOTEOSIS

Según la Real Academia Española, su cuarta definición indica: “ En el mundo clásico, concesión de la dignidad de dioses a los héroes.”¹⁴

Simplemente, esta etapa es la conclusión y reafirmación de lo que se acaba de exponer arriba. Es la demostración de que a través del heroísmo, una persona común y corriente puede llegar a un estado divino, en un sentido de reconciliación, aceptación, descubrimiento de uno mismo.

5.3.3. LA GRACIA ÚLTIMA:

Entonces, se deduce aquí, que el héroe idóneo logra finalmente, obtener un premio, su recompensa. “La agonía de romper las limitaciones personales es la agonía del crecimiento espiritual.” (CAMPBELL, 1959, p.175). En otros términos, el/las dios/deidades son sólo un medio para el fin, son sólo enseñanzas para que el ser humano busque dentro de sí mismo las llaves para su realización. Hablamos de deidades por el mismo hecho de que la religión, como el culto, el mito, el arte, la filosofía son instrumentos que ayudan al individuo a pasar de sus

horizontes limitados a esferas de realización crecientes. Obviamente, este estado superior alcanza las magnitudes proporcionales en función de cada individuo ejecutante, según su contexto, capacidad, necesidad, etc.; hasta sus máximas expresiones, encarnadas Jesús, o Buddha, quienes se convierten en salvadores del mundo.

5.4 REGRESO

Y ha llegado el momento de volver, de retornar al mundo real, al lugar conocido desde donde se apartó por un tiempo, para llevar en la práctica y /o enseñar a los aún ciegos por las formas aparentes del mundo, lo que se ha descubierto. Algunos aventureros no querrán hacerlo, se resistirán a abandonar la panacea donde un sueño constante los envuelve, apartados de las miserias del mundo, en un estado de felicidad constante.¹⁵

Otra de las posibilidades es que el héroe regrese con la misión encomendada por los propios dioses para hacer un bien a su sociedad.

La tercera alternativa se trata de “la huida mágica”. Un rescate repentino es el cuarto final esperado: aunque el héroe esté en pleno éxtasis, algo de afuera le va estar “haciendo ruido”. Algo estará reclamándole, y, por fin, lo auxiliará en medio de esa obnubilación que lo retrasa. Por lo tanto, si lo rescatan de afuera, lo obligan o lo acompañan, de igual modo, debe enfrentarse con la realidad. Y en este momento la diferencia radica en que el héroe ya no es el mismo, y no será lo mismo en sus relaciones con los demás y con su entorno.

5.4.1 CRUCE DEL UMBRAL DE REGRESO

La cuestión fundamental aquí es que los dos mundos: el mágico o sagrado es el mismo que el humano o secular. Por ello la tremenda labor que se le avecina al héroe es tratar de comprender esa cuestión, sobrevivir al choque y entretejer esas dos dimensiones lo mejor posible. Esa asimilación de yo, de esa parte no conocida que se exploró alejándose de su entorno conocido hacia la oscuridad, debe hacerse con precaución. Y aun así siempre habrá una diferencia entre ambas dimensiones, que es totalmente lógica para la salud mental de una persona que vive en sociedad.

5.4.2 LA POSESIÓN DE LOS DOS MUNDOS Y LA LIBERTAD PARA VIVIR

La libertad y el privilegio de transitar por los dos mundos y conocerlos, no está hecha para cualquier

¹⁴ Extraído de :< <http://lema.rae.es/drae/?val=apoteosis> >

¹⁵ Esta podría ser una analogía con los viajeros que lo son por un tiempo prolongado y no quieren volver, no les importa no tener un hogar fijo. O han cambiado tanto, que ya no tienen mundo al que volver...que es lo mismo.

persona. Aniquilado de sí mismo, exento de ambiciones personales, el héroe se entrega a lo que haya de pasarle, se convierte en un ser anónimo: un sabio conocedor de la dicha suprema, probablemente ermitaño, solitario, errante o vagabundo...

Por eso, el sacrificio, la preparación, la incomodidad, el miedo, que representan recorrer nuestro propio laberinto interior, valen la pena. Habrá muerte, habrá sometimiento del propio ego; pero sólo así, habrá despertar. Y así se fue gestando la metamorfosis, en el campo de batalla que es la vida misma.

6 LA INVESTIGACIÓN

Explicamos entonces el marco físico, el destino, uno de los componentes mismos, indispensables para el desarrollo del turismo (OMT, 1998). Así, la Patagonia Argentina Chilena es el espacio turístico escogido, tomando a este significante más allá de su significado geográfico. Esto se debe a que dicho lugar no sólo sobrepasa fronteras, sino también encierra dimensiones semánticas variadas y muchas de orden mítico, que se verán plasmadas en el lenguaje, en las descripciones de los turistas.

Los pasos a seguir a continuación son, en principio explicar todo el proceso de investigación, su metodología y cómo fue procesada. Como resultado tenemos una gran cuantía de datos que serán expuestos de dos maneras. Desde un lugar más empírico estableceremos las relaciones pertinentes que testifiquen una analogía en principio tangible, visible, como podría ser equiparar la aventura del héroe, con los desafíos reales que se le presentan a un turista explorador en la Patagonia "salvaje"¹⁶. Se pretenderá una comparación que no dé lugar a dudas que la Patagonia configura un lugar en términos físicos para la consumación de un viaje de iniciación.

Por último, se irá tras esas pistas, esas pequeñas correspondencias, entre sus imaginarios patagónicos, sus sensaciones, sus pensamientos, porque es allí donde está presente el sentido del viaje. Para ser más claros, la intención es evidenciar la existencia de este arquetipo colectivo inconsciente, del "viaje del héroe" que reside y actúa silenciosamente en algunas mentes en el transcurso de un acto tan humano como lo es viajar.

6.1 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Antes que nada, vale la pena aclarar que este trabajo es parte de una investigación mucho más amplia, por lo cual es imposible debido a la longitud limitada, dar a conocer todos los casos muestrales analizados. Nos remitiremos entonces a los casos más significativos, dos de ellos se los contactó por internet y el resto mediante

¹⁶ Utilizando una de las descripciones más utilizadas por los Europeos sobre el destino.

entrevistas. Por lo tanto, la investigación llevada a cabo fue de tipo cualitativa. Y como señala Denzin y Lincoln (1994A, p.2, apud VALLES, 1999, p.99) la misma es "inherentemente multimétodo". Prosiguiendo, las estrategias de metodología a su vez se denominan así por utilizar diferentes técnicas (VALLES, 1999, p.99) entre las que se empleó, dependiendo del contexto de la elección muestral, las detalladas a continuación:

- 1- Encuestas a través de internet.
- 2- Entrevistas, en lo posible en profundidad, en el ámbito mismo del viaje a la Patagonia.

Tanto las encuestas, como las entrevistas, se basaron en un cuestionario (detallado más abajo), elaborado en español y en inglés. La diferencia radica en que en las primeras, esas preguntas conformaron toda la técnica de investigación, mientras que para las segundas, configuraron una orientación.

6.1.1 ENCUESTAS

Las decisiones muestrales, de contexto, casos y fechas (VALLES, 1999, p.89) para los dos casos seleccionados fueron: Julián a través de Trip-Advisor¹⁷ (escogiendo entre diversos comentaristas de destinos de la Patagonia); y el otro (Eddy) luego de leer su diario de viaje: "De wereld rond" (En holandés, "la vuelta al mundo"). El criterio de elección fue total decisión personal de la autora en un principio, por escoger turistas europeos "sospechados de poder brindar información personal, con cierta profundidad en cuanto a sentimientos íntimos y subjetivos acerca de su viaje a la Patagonia"¹⁸. A pesar que lo citado anteriormente puede generar desconfianza de la fiabilidad de la investigación, se debe aclarar que la heterogeneidad se aseguró, no sólo por no hacer diferencia de nacionalidad, edad, profesión, etc., sino, fundamentalmente, porque las fuentes son diferentes entre sí, y tienen diferentes fines y objetivos.¹⁹

6.1.2 ENTREVISTA

En el caso de esta técnica, de la muestra total se escogieron 11 individuos de los cuales 10 fueron hechas

¹⁷ "Trip-Advisor® es la mayor web de viajes del mundo, que permite a los viajeros planificar y llevar a cabo el viaje perfecto. Trip-Advisor proporciona consejos fiables de viajeros reales y una amplia variedad de opciones y funciones de planificación con enlaces directos a las herramientas de reserva" Página web: http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c6-About_Us.html

¹⁸ Definido así en palabras propias de la autora.

¹⁹ Se sospecha que no es lo mismo una persona que escribe su propio blog de viajes a otra que opina en Trip-Advisor, especialmente diseñado para recomendar lugares, atractivos y otros componentes de la oferta turística.

visitando 7 hostels (oferta de alojamiento) de la ciudad de San Carlos de Bariloche, y 1 en el Aeropuerto Internacional de la misma ciudad "Teniente Luis Candelaria". Se visitó los hostels en dos horarios: a la mañana y a la tarde-noche, alrededor de las 20 y 21 horas.

En referencia a los períodos de la misma, se desarrollaron durante los meses de verano del 2013, (enero y febrero) por ser el más apto para la realización de actividades de montaña, atractivo intrínseco del perfil estudiado. Se consideró que ya el hecho de la estadía misma del turista europeo en la ciudad representa formar parte de la experiencia de estar "inmerso" en la Patagonia. De esto se deduce entonces, el interés por indagar "in situ", o sea, observar y entrevistar a los sujetos participantes de la experiencia de "estar" en el lugar. Asumimos así que los turistas estaban en una situación concreta, participando de una experiencia psicosocial no controlada (ANDER, 1999, p.93).

La selección fue de manera aleatoria, quiere decir que sólo se escogió según su accesibilidad a cualquier turista europeo, sin distinguir edad, nacionalidad o sexo. Si fue fundamental, sin embargo, individualizar aquellos con el perfil explorador buscado y la afirmación por parte de los mismos de ser europeos. Tal distinción no resultó muy ardua, ya que es posible diferenciarlos fácilmente, ya sea, por sus rasgos físicos; por el idioma; y también, indefectiblemente, por su forma de vestir, mayoritariamente consistente en ropas sencillas, no muy llamativas, de colores básicos, de marcas asociadas a prácticas de montaña, acompañado de elementos fundamentales para la excursión. Cabe destacar además que en los hostels siquiera fue necesario mucho esfuerzo en la búsqueda del perfil adecuado, ya que todos parecían pertenecer a éste. Lo relevante es que la resolución de ir directamente a hostels, fue por su accesibilidad, por encontrarse "disponibilidad" y "abundancia" de recursos (VALLES, 1999, p.91) y por la comodidad que representó poder sentarse a conversar con los turistas.

Las entrevistas se llevaron a cabo en situaciones que no provocaron incomodidad, creando una atmósfera relajada y de confianza (ANDER, 1995, p.99). Se tuvo en consideración "los principios directivos de una entrevista" (ANDER, 1995, p.100-102), tratando de ser lo más objetiva posible, sin teñir de algún tipo de ideología la entrevista, ni de sugerir u orientar respuestas. De todos modos, la autora se reservó el hecho de combinar diferentes modalidades de entrevista (DENZIN, 1970, p.127-128; SCHWASTZ & JACOBS, 1984, p.70-71 apud VALLES 1999, p.190) y de realizar las acciones necesarias para: "el objetivo es crear una relación dinámica en que, por su propia lógica comunicativa, se vayan generando los temas de acuerdo con el tipo de sujeto que entrevistamos" (ALONSO, 1994, p. 233-234, apud VALLES, 1999, p.204)

De los encuentros posibles que se habían pronosticado, algunos se dieron siguiendo el modelo de entrevistas "basadas en un guión" que se caracterizan por contener diferentes temas a tratar, dispuestos en forma de preguntas en este caso, donde el entrevistador pudo

ordenarlas y formularlas como le pareció más conveniente a lo largo de la misma (PATTON, 1980, p. 288 apud VALLES, 1999, p.180). Por otro lado, en otras situaciones al final resultó en entrevistados con un grado de disposición muy alto, lo cual propició no sólo utilizar el cuestionario a modo de guión, sino que ellos se explayaban cómo les parecía conveniente.

Exponiendo lo que dice Weiss (1994, p.208 apud VALLES, 1999, p.184,185) define como entrevista focalizada "Merton, Fiske, y Kendall, han descrito una forma particular de entrevista cualitativa como entrevista focalizada. Éste es un estilo de entrevista cualitativa dirigido a la obtención de las fuentes cognitivas y emocionales de las reacciones de los entrevistados ante algún suceso. Trata a los entrevistados como sujetos cuya respuesta es el material de estudio". Podríamos decir que se alcanzó y hasta superó estas expectativas. Lo cual, a veces derivó en un diálogo "de par a par" más que en una entrevista, porque muchos estaban también interesados en saber algo de la autora, y de oír sus recomendaciones sobre qué actividades se podían realizar etc.

Así esta técnica de entrevistas en profundidad tanto en los hostels como en el aeropuerto reportó muchas ventajas (VALLES, 1999, p.196-197), como: propiciar un entorno de "intimidad" proclive a respuestas más genuinas. Además, el "estilo abierto" permitió recabar información más intensiva, más rica. Permitió al entrevistador poder repreguntar, profundizar, clarificar, en el mismo momento, porque la técnica es flexible, diligente, "no hay una estructura predeterminada completa, ni un orden de preguntas especificadas" (MOYSER, 1987, p.126, apud VALLES, 1999, p.204): todo esto fue beneficioso, porque se pudo mejorar continuamente las posteriores entrevistas.

Como corolario, la muestra se la considera representativa pero no en el sentido de una "representación estadística", una generalización, ya que el objetivo del estudio es la contrastación de una teoría (VALLES, 1999, p.92). De todos modos, como ya anticipamos, en este caso sólo tomamos algunos casos para ejemplificar, lo cual no invalida las conclusiones de la investigación.

7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

De manera general se exponen a continuación los puntos importantes referentes a la modalidad de viaje, confirmando el perfil "explorador" supuesto:

- Independencia-autonomía. (Condicionamientos por otros o por la misma industria turística les resta libertad de acción o decisión).
- Suposición de un desafío. Imprevisibilidad: Sorpresa.
- Flexibilidad: tiempos, itinerario, actividades a realizar van cambiando en función de sus gustos, experiencias y de lo pueda ir aconteciendo en el viaje.
- Viaje en solitario en la mayoría de los casos.
- Prolongada duración del viaje (mayor a 3 semanas)

- Abundante nivel de información: se informan mucho, de forma personal, a través de guías como la “Lonely Planet”, la “Footprint”, o consultan también en el hostel o en Club Andino Bariloche19 (en el caso de los entrevistados en Bariloche).
- Pocas comodidades.
- Gasto turístico moderado, no excesivo, eligen en qué hacerlo, y muchos se ajustan a un presupuesto elaborado de antemano.
- Alojamiento como parte importante de la oferta: hostels y los campings: servicio básico, barato e informal.
- Sin expectativas: manifiestan que es mejor no tenerlas, para sorprenderse y evitar decepcionarse.
- Preocupación por sustentabilidad ambiental.
- Poco interés o reticencia al sector turístico.
- Alto nivel de actividad personal: todos los entrevistados manifestaron haber hecho o tener interés en hacer actividades al aire de libre (mayormente trekking). En general aprovechan bien el tiempo, prefieren maximizar su experiencia.
- Recomendación: muchos se guían también por la modalidad “boca-oreja” tradicional o digital, de amigos, u otros viajeros como ellos que ya han viajado.

Julián, ante la pregunta, “Si tuviera que definirse a usted mismo, ¿qué palabras serían más acertadas para describirse?: viajero/turista/visitante/ excursionista/ aventurero/ trotamundos/ vagabundo/peregrino/ (o la/s que usted desee utilizar)” responde:

“Peregrino es perfecto. Con “peregrino” me refiero a ser un viajero, caminante, forastero y/o explorador (de lugares desconocidos). El fin de estos viajes es muy amplio. En mi caso tal vez quiero encontrar distintas formas de libertad que se manifiestan en muchos frentes de la vida: ser libre de temores, de complejos, taras, odios, rencores, prejuicios, etc [...] Y cosas así que te atan a un pensamiento y que simbólicamente no te permiten despegar y volar lejos. [...] Sin embargo, obviamente, más allá de buscar un encuentro pleno y espiritual, también me interesa peregrinar para conocer personas, sitios, comidas, culturas y, así sobre la marcha, sentirme diferente y lograr despertar la facultad de maravillarse todos los días con algo nuevo. Peregrinar para mí implica un sacrificio, un esfuerzo de abandono de la región de confort y la rutina [...] Al viajar busco: plenitud, felicidad, adrenalina, sorpresa, revelaciones, probar buena comida y tener buenas conversaciones. “

7.1 EL VIAJE DE LOS EXPLORADORES EUROPEOS COMO VERSIÓN MODERNA DEL “VIAJE DEL HÉROE”

En función de lo expuesto anteriormente se puede finalmente arribar hacia una confirmación de la hipótesis planteada. De esta forma, se compararán a continuación los resultados obtenidos mediante la investigación con el marco teórico propuesto.

Se entiende que además de la dificultad ya prevista que encierra la investigación de cuestiones psicológicas tan complejas, también se constató a través de los relatos que muchas veces los indicios probatorios conscientes de tal proceso son escasos, pero suficientes. He aquí algunas respuestas interesantes:

“Cada experiencia te cambia, más que en una sola manera. Pero que no siempre es inmediatamente perceptible, si se viaja por un largo tiempo se convertirá en un tipo diferente de persona que si te quedas en casa todo el tiempo.” (Paul, SIC)

“Es una pregunta difícil, no puedo respondérmelo a mí mismo, ¡me hago esa pregunta todo el tiempo! .Mmm [...]” (Tom, SIC).

Véase en el último caso que el indicador de que hay una razón más profunda se resume en un simple desconocimiento del porqué se hace lo que se hace, porqué se viaja. Multiplicidad de cuestiones pueden analizarse a través de simples respuestas, lo arduo es llegar a ellas.

A continuación, uno de los mejores ejemplos que se han obtenido, que ilustra maravillosamente el “viaje del héroe”.

7.1.1 SEPARACIÓN O PARTIDA

7.1.1.1 LLAMADA A LA AVENTURA

Todo comienza. En esta primera sección del ritual, nuestro europeo decide viajar, impulsado por una motivación, deseo, necesidad, una falta, responde (en estos casos analizados donde efectivamente viaja), abandona su lugar, su Europa habitual, viaja y así atraviesa el umbral hacia un destino desconocido: la Patagonia. La pregunta es: “¿Por qué viajás, para qué, que buscás cuando viajás?”.

“Es una pregunta difícil, no puedo respondérmelo a mí mismo, ¡me hago esa pregunta todo el tiempo! Mmm [...] Yo sé que soy una persona muy diferente desde que empecé a viajar, pero creo que lo que busco es “a hard crush” Realmente no sé, creo que se trata de experimentar, de las experiencias.” (Tom, SIC).

7.1.1.2 PASO DEL PRIMER UMBRAL

Por lo tanto, paso segundo, la acción toma cuerpo. El viaje tiene un inicio, y como esfera de realidad de experimentación diferente, reviste de una puerta de entrada y de salida. Paralelamente, este umbral también se cruza a nivel mental: se abre paso hacia sus adentros.

"Descubrir, es saber que tiene que ser "cool" allá afuera. Tenés que ver: tantas cosas bellas, experiencias, culturas "geniales", los pueblos. Nunca podés saber lo que te gusta o no, si no lo ves. Si sólo te quedas dónde estás, donde naciste, sólo sabes eso. Puede haber una ciudad que es mejor para vos, o un país [...]" (Kiara).
"[...] Es importante como de salir de estructuras de trabajo de la vida cotidiana" (Emilia, SIC).

7.1.1.3 ENTORNO DESCONOCIDO: PELIGRO-IMPRESIBILIDAD- ANSIEDADES

"A veces la mejor experiencia de un viajero es cuando las cosas no van bien, cuando las cosas se ponen difíciles o desafiantes, se hace agradable [...]" (Tom)

"[...] Creo que es tu actitud, y no he sentido miedo, por supuesto que fue muy emocionante, el momento en que estaba en el aeropuerto, -oh, Dios mío, ¿qué voy a hacer?- , -¿Me gusta esto ?- Pero ahora estoy aquí! [...] Todos los días, no me planteo mis viajes, es como que sé por dónde voy a ir, pero no sé cuánto tiempo voy a estar en cada lugar [...]" (Inga)

7.1.1.4 VIENTRE DE LA BALLENA

Esta instancia se la describe cuando el héroe/turista se encuentra ya enfrentándose consigo mismo, en medio de unas circunstancias nuevas, otras cosas de sí empiezan a aparecer, puede que no se cuestione, pero si es verdad que estando "desubicado", preguntas, miedos, ansiedades hagan eco en su mente.

Definición de Patagonia para Stephan:

"Gewalt" (en alemán significa: poder, vehemencia, ímpetu, poderío) relacionadas con la naturaleza [...] te sientes muy pequeño, como ser humano, se siente realmente extraño entre la naturaleza aquí. Y eso es lo me gustó, ¡viajás por horas y horas y no hay nada!" (Stephan SIC).

7.1.2 INICIACIÓN

7.1.2.1 CAMINO DE LAS PRUEBAS: DESAFÍOS Y AYUDAS

Ese entorno esconde así un camino, plagado de pruebas: llámese otro idioma, coche de culturas, esfuerzo físico del trekking o montañismo, etc. nótese también que tiene mucha importancia aquí el modo de viaje de estos exploradores, como ya hemos adelantado: si bien tienen un rumbo, van planificando y decidiendo sobre la marcha. Acatan así la imprevisibilidad, hay un desafío constante:

"Se siente bien, duro al principio, es un reto, es un país extraño, un lenguaje diferente [...]" (Alex).

"A veces la mejor experiencia de un viajero es cuando las cosas no van bien, cuando las cosas se ponen difíciles, o, desafiantes, se hace agradable [...] Esta pequeña cosa sobre el uso de un nuevo lenguaje , fue muy aterrador para mí, pero ahora estoy muy cómodo haciendo esto ... es una nueva experiencia, un nuevo aprendizaje para mí [...]" (Tom).

7.1.2.2 SOLEDAD Y AUTONOMÍA

A excepción de algunas parejas, o de viajes de amigos, muchos viajan en solitario. Y esto no es un detalle menor, indica cierto grado de valentía, de lanzarse a un "algo" que suceda, y quieren que eso acontezca. La costumbre de ellos también es ir haciendo amigos en el camino, pero no se supeditan a otros si no quieren. De todos modos, se ha podido advertir que ese estado de soledad buscado se exterioriza también en otros frentes, ya sea, en el exterior, buscando tal vez en el paisaje de la inmensa estepa por ejemplo.

"Es un paisaje sorprendente. Y tan increíblemente remoto, porque estás en el medio de la nada, no hay nadie en kilómetros. Y esa es una sensación hermosa" (Kiara).

7.1.2.3 ESFUERZO FÍSICO Y ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE

En entorno del héroe pocas veces es amigable, lo cual lo obliga a ponerle cuerpo al paisaje, a la naturaleza, a través de proezas físicas. Acá es donde también hallamos una similitud, en donde nuestro europeo persigue realizar excursiones a la montaña, sea un trekking, sea escalada, entre lo más escogido, como también puede ser otro tipo de actividades encasilladas en "ecoturismo" o "turismo de aventura"²⁰. El llegar a la cumbre de una montaña, el caminar horas y horas, el experimentar la naturaleza, es también un acto de buscar los propios límites de uno mismo, pudiendo esto extrapolarse a otras cuestiones interiores.

"Yo no soy un 'hombre duro', me gusta visitar, me gusta experimentar cosas nuevas, pero siempre me mantengo al margen [...] yo conocí algunos chicos que "really go crazy", pero yo no soy así. Explorar sí, pero amo mi cuerpo, amo mi salud, pero no voy hacia extremos [...] especialmente ahora que tengo una familia. Pero, me gusta mi moto, es peligroso, pero por ejemplo tengo un amigo que le gusta escalar montañas, cascadas y eso

²⁰ Como dice Boullón (1993, p.90) "consiste en vivir la emoción de internarse en la naturaleza", imponiendo un grado de dificultad mayor en el esfuerzo y de comprometimiento con el entorno. Una de las actividades que los caracteriza es la realización de *trekking*.

es una locura. Me gusta hacer senderismo, escalada, que no es tan peligroso, pero sí es desafiante [...] cuando subís una montaña, y llegás allí, es realmente fantástico: porque te “vencés a vos mismo”, le ganas al medio ambiente. [...] (Giampiero, SIC).

“Cuando subís una montaña, y llegás allí, es realmente fantástico: porque te vencés a vos mismo, le ganas al medio ambiente [...]” (Giampiero, SIC).

7.1.3 REGRESO

7.1.2.4 APOTEOSIS Y LA GRACIA ÚLTIMA

Estos últimos estadios, se suceden las últimas pruebas que, finalmente el héroe supera. Y habiendo atravesado el camino, va obteniendo triunfos parciales y/o un triunfo final, aparecen entonces las últimas cuestiones configurando el nadir de la aventura, o sea las pruebas más difíciles: es un abandono de ciertos esquemas que le han servido (o no) en el pasado. Como resultado, existe una recompensa por lo afrontado.

En varios ejemplos que se siguen a continuación veremos cómo nuestros europeos han ganado en tantas cuestiones personales, que no queda lugar a duda que han transitado este proceso ritual.

Y finalmente, la apoteosis, es la formalización, es el otorgamiento de una nueva condición para ese hombre: es la reafirmación de alguien que ha logrado sondear en su interior, y así modificar su mirada hacia el mundo, hacia su propia existencia. Entonces, se sucede así su propia gratificación, obtiene la “gracia última”, la recompensa.

Bajando lo anterior a un plano más palpable, más realista, podemos establecer que el héroe mundano, corriente, (así todo, no todos pueden ser héroes) también salta barreras: murallas interiores, limitaciones personales, enfrenta miedos y por eso, los enfrenta, en este caso valiéndose de un viaje turístico como disparador de su propia búsqueda interior. Y con esto último hay que aclarar el hecho de muchos turistas utilizan para describirse el concepto de “viajeros” en vez de turistas, porque resaltan una libertad para moverse, para decidir, para escoger dónde y cuánto tiempo quedarse en un lugar. Con lo cual, en esta actitud original, activa, independiente, asumiendo su propia responsabilidad en las elecciones, se podría confirmar de manera más explícita toda la cuestión.

Luego de unas semanas o meses en plena aventura, descanso, o vacaciones, el turista tiene que emprender su regreso a Europa. En nuestra contemporaneidad funciona a través de una exigencia: este turista debe reintegrarse a su sociedad: básicamente por cuestiones laborales, familiares, de estudio etc. Excluimos del análisis a ese grupo minoritario, aquellos viajeros cuasi nómades. Entonces, al salir el turista tiene que, por última vez, cruzar al umbral para dar nuevamente con su realidad en Europa.

“Y puede que haya aventura en el viaje; que te abra la mente también porque conocés nueva gente; libre no sé, porque hay que volver a trabajar [...]” (Yves).

7.1.3.1 LA POSESIÓN DE LOS DOS MUNDOS Y LIBERTAD PARA VIVIR

Y para ese cruce, debe haber también una fuerza de valentía, nuestro viajero ya no es el mismo, por lo cual su vida ya no lo será tampoco. Tendrá que analizar y superar ese *shock*, y aprovechar el cambio que hizo para adaptarse a su nueva realidad, y vivirla con mayor plenitud para sí mismo.

“Nos creemos realmente afortunados con la vida que tenemos [...]” (Eddy)

“La escuela de la vida es el viaje’ y resulta que fuimos responsables, que fuimos capaces de vivir cinco meses solas sin casa [...]” (Francesas)

“¡La Patagonia me voló la cabeza! (No me lo esperaba [...]” (Alex)

“Para mí la Patagonia es un lugar para sentirse en casa, sí, yo me podría imaginar viviendo acá [...]” (Emilia)

“[...] la gente busca encontrarse viajando. Exorcizar sus demonios, fortalecer su alma, depurar pensamientos, y simplemente conocer” (Julián).

“En primer lugar, debido a la naturaleza y todo, pero aprendés de vos mismo, porque tenés que hacerlo. (Giampiero-SIC)

“Viajo porque tenés que hacer frente a situaciones difíciles: los entornos, otras personas. Una vez que empezaste tenés siempre que hacerlo de nuevo, como: - uhhhh ¡quiero ver lo que hay allá!- Me gusta hacer cosas más aventuradas. Cuando subís una montaña, y lo lográs, es como que ganás una recompensa” (Sonya).

8 CONCLUSIONES

El fin de este trabajo nunca fue la elaboración de una deducción generalista, sino, simplemente, aportar al conocimiento científico del turismo que el fenómeno del “viaje del héroe” se da, acontece, en ciertos casos, donde puede verse que el turista es en mayor o menor grado consciente de ello, obviamente, no en términos literales, sino en términos de percibir las consecuencias del mismo.

Se evidenciaron entonces rastros del “pasaje del héroe” en los discursos esta estructura dotadas de significación turística, comprobando así la función psicológica del mito en el viaje moderno. Por otro

lado, de manera general, podemos arribar a confirmar que en el viaje turístico siempre hay algún grado de espiritualidad, donde se busca satisfacer algunas necesidades espirituales o personales, que el viaje, por su efectividad y popularidad, sería un vehículo propicio para ello (SHARPLEY: 2005)

Desde una perspectiva teórica, creemos que se ha hecho un intento valioso hacia la construcción de la teoría general del turismo: resaltamos la importancia de hacer un abordaje como el que se ha hecho aquí, de un modo tras-disciplinario, encauzándolo desde el turismo, utilizado perspectivas antropológicas y psicológicas como herramientas. Como dice Korstanje: "Pocos han sido los abordajes que han tomado como principal paradigma la mitología y la exégesis, este último comprendido como instrumento metodológico de análisis y comprensión de complejos fenómenos sociales "y se justifica"... es por demás importante dilucidar no sólo la función ejemplificadora y legitimante del mito, sino también sus potencialidades en futuros abordajes para crear una nueva corriente que se abra paso a la ya existente en estudios antropológicos del turismo" (2011a).

REFERENCIAS

- ANDER-EGG, E. *Métodos y Técnicas de Investigación Social IV, Técnica para la Recogida de Datos e Información*, c. 2, 4. España: Lumen, 1995.
- AUGÉ, M. *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- BOULLÓN, R. *Ecoturismo: sistemas naturales y urbanos*. Argentina: Ediciones Turísticas Ladevi Proturismo, 1993.
- CAMPBELL, J. *El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*. México: Fondo de la Cultura Económica, 1959.
- COHEN, E. The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual review of sociology*, v. 10, p. 373-392., 1984. Acceso el 20 de mayo de 2013 desde j-stor.org en Biblioteca de Ciências Económicas de la UNLP.
- Diccionario de la Lengua Española. Madrid: Real Academia Española, 2013. Disponible on line: <<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>>
- ELIADE, M. *Lo sagrado y lo profano*. España: Guadarrama / Punto Omega, 1981.
- FRANZ, C. La antiutopía. *Revista Letras Libres*, n° 29, 2001. Edición México. México: Editorial Vuelta, S.A. Acceso el día 20 de mayo de 2012, de <http://www.letraslibres.com/sites/default/files/pdfs_articulos/pdf_art_6813_6184.pdf>
- FREUD, S. Conferencias de introducción al psicoanálisis. Tomo XV. En J. Strachey (Ed.) y J.L. Etcheverry y L. Wolfson (Trads.) *Sigmund Freud Obras completas*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu, 1991.
- JAFARI, J. El Turismo como Disciplina Científica. *Política y Sociedad*. v. 42, n°1, Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout, 2005.
- JANI, J. Y COUSINS L. *Patagonia Handbook*. (3a Ed.). UK: Footprint Handbooks, 2009.
- KORSTANJE, M. Mitología y turismo: La exégesis como interpretación hermenéutica. *Estudios y perspectivas en turismo*, v. 20, n°6, 1258-1280, 2011a. Acceso el día 15 de mayo de 2013, de <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000600002&script=sci_arttext>
- KORSTANJE, M. Turismo. Ciencia de la hospitalidad. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, v. 4, n° 11, 2011b. Recuperado el 15 de mayo de 2013 de <http://www.eumed.net/rev/tsydes/11/mk.pdf>
- MCCANNELL, D. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of sociology*, v. 79, n° 3, 589-603, 1973. Acceso el día 25 de agosto de 2013, de <<http://www.travel-studies.com/sites/default/files/Staged%20Authenticity.pdf>>
- ORTIZ, R.. *El Viaje, lo Popular y el Otro. Otro Territorio*. Ensayos sobre el Mundo Contemporáneo. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes, 2002.
- RUIZ NOÉ, J. El camino del héroe: Entre lo sagrado y lo profano. *Acta Sociológica*. Universidad Nacional Autónoma de México, n° 57, 185-196, 2012. Acceso el día 20 de junio de 2013, de <<http://journals.unam.mx/index.php/ras/article/view/29769>>
- SANCHO, A. *Introducción al Turismo*. Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998. Disponible en <<http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT.pdf>>
- SHARPLEY, R. Y SUNDARAM, P. Tourism: A sacred journey?. The case of ashram tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, v. 7, n°3, 161-171, 2005. Acceso el día 15 de junio de 2013, de http://www.depts.ttu.edu/museuMTTU/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Religious%20Tourism_Ashram_Sharpoley%202005.pdf
- VALLES, M. *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis S.A, 1999. VAN HEMELRIJCK, E. *The wereld rond: diario de viaje*. Argentina y Patagonia,

2007. Acceso el 5 de febrero de 2013 de <<http://www.dewereldrond.org/>>

YOURCENAR, M. *Viajes en el espacio y en el tiempo: una vuelta por mi cárcel*. Argentina: Suma de letras. p. 173-187, 2005.

RECURSOS ELECTRÓNICOS:

Club Andino Bariloche. Refugios y campings. Disponible en <<http://www.clubandino.org/refugios-y-campings/>>

Trip-Advisor. Disponible en <<http://www.tripadvisor.com.ar/>>

ANEXOS

A) GUÍA DE ENTREVISTAS

ANTES de viajar:

1. ¿Qué lo motivó a viajar a la Patagonia? ¿Qué le atrajo?
2. ¿Qué esperaba encontrar? ¿Qué expectativas tenía, respecto al lugar, el ambiente, al paisaje, a la gente etc.?
3. ¿Qué IMÁGENES (Y/O) IDEAS, CONCEPCIONES, PENSAMIENTOS, CREENCIAS, IMAGINACIONES, ILUSIONES, FANTASÍAS, tenía sobre la región?
4. ¿Qué sabía de la Patagonia?

DESPUÉS de viajar:

1. ¿Qué lugares recorrió en la Argentina?
¿Qué le gustó más?
2. ¿Viajó/viaja de manera más o menos independiente o contrató paquetes en una agencia de viajes?
3. Si tuviera que hacer un RESUMEN, una DESCRIPCIÓN GENERAL:
 - a) Si le digo la palabra "Patagonia", ¿cuál es la PRIMERA imagen/pensamiento que le viene a la mente?
 - b) ¿Cómo definiría a la Patagonia, en pocas y resumidas palabras?
 - c) ¿Coincide más o menos con los preconceptos (ideas previas) que tenía de ella?
4. ¿Conoce los límites de la Patagonia?
5. ¿Cómo fue toda la experiencia en la Patagonia? : ¿Qué le dejó?
6. ¿Se cumplieron sus expectativas?
7. ¿Algo que no le haya gustado, que le haya molestado, o que le haya llamado la atención?

8. ¿Volvería? ¿Por qué?

PERFIL DE VIAJERO:

1. Si tuviera que definirse a USTED MISMO, que palabras serían más acertadas para describirse: VIAJERO/ TURISTA/VISITANTE/EXCURSIONISTA/ AVENTURERO/ TROTAMUNDOS/ VAGABUNDO/PEREGRINO/ (o la/s que usted desee utilizar)

2. ¿Cuán habitualmente compra paquetes armados en una agencia de viaje? ¿O suele viajar de manera independiente?

3. ¿Viaja solo/a o acompañado/a?

4. ¿Qué edad tiene? ¿Es hombre o mujer?

5. ¿Le gusta relacionarse con nueva gente, ya sea los locales u otros viajeros?

6. ¿Dónde ha viajado (en el mundo) y /o cuáles son los lugares que le gustaría visitar?

7. CUANDO USTED VIAJA:

a) ¿POR QUÉ/ PARA QUÉ viaja? ¿Cuál es el PROPÓSITO de viajar?

b) ¿Qué es lo que está buscando cuando viaja? hablo de sentimientos, sensaciones, experiencias...

B) ANEXOS

Nombre	Procedencia	Fuente
Paul	Rumania	Hostel Inn
Tom	Inglaterra	Hostel Inn
Alex	Bélgica	Hostel Gente del Sur
Eddy y Familia	Bélgica	E-mail
Julian Eduardo	Bélgica	Tripadvisor
Inga	Países Bajos	Hostel Punto Sur
Kiara	Italia	Hostel Achalay
Giampiero Trenti	Italia	Hostel Achalay
Sonya y Pareja	Alemania e Inglaterra	Hostel Achalay
Stephan	Austria	Hostel Ruca Hueney
Emilia	Alemania	Aeropuerto
Yves	Francia	Hostel Estación Sur
Francesas	Francia	Hostel Rodinia

Fuente: Elaboración propia.

*Recebido em 16 de novembro de 2014
Aprovado, em sua versão final, em 31 de março de 2015
Artigo avaliado anonimamente por pares.*