

RAZONES PARA VIAJAR

Christian O. Wenge

Traducido del alemán por:
Julio Ostalé García

Introducción

Para el sociólogo alemán Max Weber la motivación es uno de los componentes más importantes que explican el comportamiento humano. En la economía del turismo, sin embargo, apenas existe acuerdo sobre las verdaderas motivaciones por las cuales el hombre se decide a viajar. Antes bien, lo que predomina en las grandes encuestas relativas al turismo (como por ejemplo las de *Frontur* en España o *Reiseanalyse* en Alemania) son preguntas de tipo práctico motivadas por intereses económicos, preguntas como las siguientes.

- ¿Adónde viaja la persona X?
- ¿Organiza X su viaje mediante un Tour-operador?
- ¿Con quién viaja la persona X?
- ¿Con qué medio de transporte viaja X?
- ¿Qué tipo de alojamiento escoge X?
- ¿Cuánto tiempo se queda la persona X?
- ¿Cuánto dinero gasta X al día?
- ¿Se trata de un viaje que se hace por segunda vez?
- ¿Quiere X repetir el mismo destino en el futuro?

En cuanto a los motivos, solamente aquellos de índole muy general como “tiempo libre”, “descanso”, “visita a amigos y familiares”, “viaje de negocios”, “congreso” o “visita de una feria” son recogidos por las encuestas turísticas. En algunas de ellas se pregunta también por las actividades a realizar en el lugar de destino. Tales aspectos, como “nadar”, “tomar el sol”, “leer”, “actividades culturales”, “fiestas”, “salir a comer”, “ir de com-

pras”, “relajarse” proporcionan de manera sencilla una primera impresión acerca de los auténticos impulsos que nos mueven a viajar. Claro que, desde una perspectiva microsociológica, no son suficientemente explicativos.

Este ensayo procura, adoptando esa perspectiva microsociológica y basándose en el trabajo de Henning, sistematizar las razones más importantes por las cuales el hombre como tal siente la necesidad de viajar.

Teorías de la evasión

Según este tipo de teorías el significado de un viaje reside en la huida del mundo cotidiano, que a su vez se presenta como gris y de escaso valor, dominado por la monotonía de un trabajo poco estimado. En el anhelo de escapar del propio tiempo y del propio ambiente, en la desviación con respecto a lo cotidiano y en la aspiración hacia lo nuevo reside la fascinación del viaje. Esta teoría podría haber perdido parte de su significado en los últimos años, ya que las condiciones de vida de una amplia parte de la población han mejorado sustancialmente y además se ha registrado un fuerte incremento de tiempo libre (incluidos días de vacaciones) que, cada vez más frecuentemente, se puede llenar con distintas actividades. Así en Alemania, por ejemplo, el número de días de vacaciones ha aumentado desde 12 en 1950 hasta 29,5 en 1997, a lo que debemos sumar que la jornada semanal se ha reducido drásticamente y actualmente se compone de unas 38 horas.

Por otro lado existe el peligro de que al fenómeno global de los crecientes movimientos migratorios, que en cierto modo son un tipo de evasión, se le parece quitar importancia con el concepto de “teoría de la evasión”. Y finalmente se puede esgrimir como argumento contra esta teoría que las personas que más viajan son, en promedio, las que menos motivos tienen para evadirse, pues son precisamente aquellas con mayores ingresos o formación cultural.

Teorías del conformismo

La tesis central de esta teoría es que el motivo fundamental del viajar reside en la adecuación a pautas de conducta ajenas. Estas remiten a los estratos sociales más elevados; de lo que se trata, pues, es de un consumo ostentoso de experiencias. Conformidad en este contexto es un comportamiento o una actitud que responde a determinadas expectativas de reconocimiento social.

El concepto de “grupo de referencia” juega un papel decisivo en la teoría del conformismo. Grupos de referencia son grupos propios o extraños hacia los cuales existe algún tipo de referencia emocional y/o cognitiva. Dicha referencia es relevante para el comportamiento, es decir, que determina la actuación individual del sujeto. La relevancia es causada por dos funciones del grupo de referencia: 1) a causa de la función normativa (ajuste a las reglas propias del grupo de referencia); 2) a causa de la función comparativa (comparación y validación de contenidos cognitivos y emocionales).

Generalmente se diferencia entre los grupos de referencia positivos y negativos. Los positivos son aquellos a los cuales se quiere pertenecer (por ejemplo círculos de amigos, una asociación, la Jet Set, etcétera). El individuo lleva a cabo un esfuerzo para alcanzar la pertenencia al grupo, o al

menos dejar clara su intención; se procede mediante méritos de conformidad: seguimiento estricto de las normas del grupo. Los grupos de referencia negativos son aquellos a los cuales no se quiere pertenecer de ninguna manera, sino que por el contrario uno se quiere desmarcar de ellos. El individuo conduce sus acciones de tal modo que sirvan día a día como demostración de que él no tiene nada que ver con aquel grupo.

Debido a la fuerte expansión de líneas aéreas de bajo coste, viajar dentro de Europa se ha convertido en algo asequible para prácticamente cualquier persona. Este desarrollo supone, al mismo tiempo, que los viajes dentro de Europa ya no comportan ningún prestigio. Podría decirse que para poder impresionar al prójimo ya no queda más remedio que viajar fuera de Europa; bucear en la Gran Frontera de Arrecifes de Australia o esquiar en las Montañas Rocosas.

Inclinaciones a viajar

En estas teorías se recurre a motivaciones atávicas. Migración y nomadismo, así como el ímpetu por descubrir, son de acuerdo a estas teorías impulsos elementales del hombre que se manifiestan mediante el viaje. Componentes socio-económicos no son apenas considerados.

Un gran rol en este debate teórico es el que juega el modelo de la pirámide de necesidades de Maslow, quien basándose en sus estudios ha fijado las necesidades humanas elementales de acuerdo a una jerarquía. En ella deben cumplirse las necesidades de cada nivel inferior antes de que las necesidades del nivel superior puedan ser satisfechas. En esta ordenación no puede saltarse ningún nivel, aunque desde luego un hombre que se halle en algún nivel superior puede volver a preocuparse por satisfacer las necesidades básicas de niveles inferiores. ¿Cuál es entonces el aspecto que presenta esta jerarquía de necesida-

des?

Necesidades fisiológicas. Lo que está en juego es la pura supervivencia. Las personas necesitan, entre otras cosas, comer, beber, calor, dormir o relaciones sexuales. Para asegurar todo esto el hombre debe disponer su entorno convenientemente, procurándose abrigo y cuidando de su propia manutención.

Necesidades de seguridad. Aquí se trata de protegerse frente a influencias negativas como la enfermedad, las agresiones físicas y cualquier otra cosa que amenace con echar a perder todo lo que se había logrado en el primer nivel. También se incluyen dentro de estas necesidades aquellas que garantizan el orden y las interacciones regladas sobre las cuales podemos construir ciertas rutinas.

Necesidades de pertenencia. En el tercer nivel intervienen, todavía con más fuerza que en el segundo nivel, aspectos sociales. Aquí es donde los hombres buscan un lugar dentro de su comunidad (*belonging needs*), que a su vez les ofrece o niega una especie de casa social. A partir de ahí el hombre selecciona a ciertas personas con las que quiere tener un contacto más íntimo (*love needs*).

Necesidades de estima. Con respecto a las necesidades de estima está en cuestión el reconocimiento de la propia persona. Por un lado se busca dicho reconocimiento a través de las otras personas, en el sentido de localizar el propio estatus y recibir feed-back positivo (*ego needs*). Por otro lado se pone también en juego la necesidad de autoconfianza y autoestima (*self-esteem needs*).

Necesidades de autorrealización. El último nivel va referido al más alto fin de la formación humanista, la aspiración a la autorrealización. En este nivel el libre desarrollo de la personalidad es motivo fundamental de la actuación humana.

Cuando las cuatro primeras necesidades son satisfechas, el crecimiento de la necesidad de autorrealización crece sin parar. La necesidad del perfeccionamiento de todas nuestras potencialidades empuja sin cesar a los hombres.

Restablecimiento

Bajo este rótulo agrupamos a todas aquellas teorías que ofrecen como explicación la regeneración física y psíquica, por tanto aquellas teorías que ofrecen como explicación del viajar el carácter compensatorio del viaje. De todos modos ya no se acepta hoy día que el restablecimiento se identifique sin más con la compensación de un estado de cansancio debido al trabajo. Una condición específica se corresponde con cada comportamiento diferenciador realizado durante el tiempo libre. El cansancio apunta a la regeneración, monotonía y estimulación; el estrés psíquico a la relajación; y finalmente la rutina física a la búsqueda de desafíos. El deseo de distancia con respecto al entorno cotidiano o incluso con respecto a uno mismo es visto como otro motivo central del restablecimiento. No es algo que tenga que ver con la negación de la existencia normal y corriente, sino con la experimentación de otros modos de vida durante las vacaciones.

Turistas como peregrinos

Estas teorías ven paralelismos entre los turistas y los peregrinos. En particular, el examinar y aprender durante el viaje se compara con la experiencia de la peregrinación. Determinados lugares del mundo *deben* visitarse a lo largo de la vida. Por lo mismo esta teoría exhibe cierto parecido con las teorías del conformismo.

La clase de historia en las escuelas, algunas producciones cinematográficas internacionales (como "Notting Hill" ambientada en Londres, o

“El hombre que sabía demasiado” en Marrakesh) y campañas de publicidad son componentes que aumentan decisivamente el grado de popularidad de un destino turístico, al tiempo que lo convierten en un lugar que inspira confianza, de tal modo que se acrecienta con claridad el deseo de viajar hacia él.

En Europa cuentan Londres, París y Roma como ciudades que han adquirido el estatus de destino imprescindible. Barcelona también se ha ido convirtiendo en los últimos años en un destino turístico del más alto nivel, cuya visita es vista ya casi como algo obligatorio. Este desarrollo positivo se debe a la extraordinariamente exitosa celebración de los Juegos Olímpicos en el año 1992, así como a una política de turismo muy ambiciosa que se viene manteniendo desde principios de los noventa.

Mundos imaginarios

La percepción del turista no es realista sino que, antes bien, los turistas observan el mundo de sus vacaciones desde una “gafas turísticas” que llevan puestas de antemano y que le dotan sobre todo de opiniones preconcebidas. Los turistas sólo ven una fracción muy pequeña de la realidad; no ven las cosas tal y como son, sino solamente las imágenes de las cosas. Los objetos del país que se visita se vuelven taimados y no dan su verdadero sentido a conocer. Se origina un artificial mundo imaginario, que parece hecho a la medida de las expectativas que traen los turistas. Las visitas tampoco son auténticas experiencias, sino que más bien se convierten en todo lo contrario: no provocan un aumento de los conocimientos sobre el país que está siendo visitado, sino que refuerzan por el contrario los prejuicios y clichés.

