

EL TURISMO «BACKPACKER» EN CHILE COMO EXPRESIÓN DE UNA SUBCULTURA JUVENIL GLOBAL¹

Antonio Martín-Cabello
Universidad Rey Juan Carlos. Madrid

RESUMEN

Cada año miles de jóvenes viajan durante varios meses alrededor del mundo practicando un tipo de turismo cultural no estructurado o semiestructurado denominado «turismo backpacker». Esta experiencia produce una subcultura juvenil distintiva con un carácter global. El artículo presenta los resultados de una investigación de naturaleza cualitativa realizada con mochileros en Chile durante el año 2011. El artículo muestra, por un lado, las similitudes entre el perfil y la subcultura de los mochileros en todo el mundo y los mochileros en Chile y, por otro lado, sugiere la presencia de una ideología particular entre los mochileros latinoamericanos.

Palabras clave: Globalización cultural, mochileros, turismo cultural, subculturas juveniles.

Backpacker tourism in Chile as an expression of global youth subculture

Summary: Every year thousands of young people take trips lasting several months around the world while practising a non-structured or semi-structured kind of cultural tourism called 'backpacker tourism'. This experience produces a distinctive youth subculture with a global character. The article presents the results of a qualitative research project on backpackers conducted in Chile during 2011. The article shows, on the one hand, the similarities between the backpacker profile and subculture worldwide and backpackers in Chile and, on the other hand, suggests the presence of a particular ideology among Latin American backpackers.

Key words: Cultural globalisation, backpackers, cultural tourism, youth subcultures.

Recibido: 25 de febrero de 2013

Devuelto para su revisión: 30 de octubre de 2013

Aceptado: 28 de noviembre de 2013

Departamento de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad Rey Juan Carlos. Campus de Vicálvaro. Paseo de Artilleros, s/n. 28032 MADRID (España). E-mail: antonio.martin@urjc.es

¹ El investigador obtuvo financiación para la investigación a través de una Beca de Movilidad para Profesores de las Universidades Públicas de Madrid concedida por la Fundación Caja Madrid en su convocatoria 2011-2012.

1. INTRODUCCIÓN

En este artículo se pretende revisar una vivencia clave para muchos jóvenes en todo el mundo: el viaje «backpacker» (en adelante se utilizará su denominación en español: viaje mochilero). Este funciona como un verdadero «rito de paso» (Graburn, 2002:31; Nash, 2001:41-42; Noy, 2004) que marca el tránsito de la juventud a la edad adulta. Durante el mismo, se producen interacciones que ayudan a configurar una subcultura juvenil efímera y cambiante, pero real. Muchos autores han planteado la existencia de dicha subcultura (Currie et al., 2011; Muzaini, 2006; O'Reilly, 2006; Paris, 2011; Riley, 1988; Sørensen, 2003; Welk, 2004), a pesar de las dificultades que presenta la aplicación de este concepto partiendo de las definiciones clásicas de cultura. La mayor parte descansan en una visión esencialista que liga la cultura a un grupo social y a un territorio delimitado claramente, y se centran en el Estado-nación como realidad privilegiada. Los estudios sobre subculturas juveniles tendían, habitualmente, a ligarlas a una clase social específica (Hall y Jefferson, 1991; Hebdige, 1987). Sin embargo, el fenómeno de la globalización está cambiando este modo de proceder. Actualmente, se habla de la superación de los límites territoriales y de subculturas juveniles híbridas, lo que no implica la desaparición de lo local sino la existencia de fenómenos culturales globales que afectan a los jóvenes (Nilan y Feixa, 2006).

Esto es posible porque las culturas, otrora vistas como entes substantivos, son reconceptualizadas dentro de las ciencias sociales como flujos. Se habla así de «culturas viajeras» (Clifford, 1997; Rojek y Urry, 1997) para referirse a la capacidad de las personas de crear y modificar la cultura en sus múltiples y variados contactos que superan las fronteras del Estado-nación. En el caso propuesto, los turistas mochileros crean una cultura particular al interactuar entre sí y con los habitantes de los entornos por los que viajan. Dicha subcultura juvenil se articula en torno al Turismo Cultural. Desde un punto de vista conceptual, el Turismo Cultural tiene en su origen la Cultura cuyo consumo vertebró, de hecho, todas las parcelas de nuestra vida cotidiana bajo múltiples formas como pueden ser el patrimonio, la lengua, las creaciones artísticas, las tradiciones o la gastronomía. Pero a ello hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural a través de las distintas experiencias que los viajeros viven a lo largo de la estancia (Morère y Perelló, 2013). Esta visión amplía del Turismo Cultural incorpora una dimensión de mercado y consumo (Chevrier y Clair-Saillant, 2006; Herrero Prieto, 2011) a la vez que destaca el valor del Turismo Cultural y de su oferta como herramienta de conservación del patrimonio (Richards, 2007). Además, desde esta perspectiva, se da protagonismo al visitante, en nuestro caso los mochileros, en la creación de modelos de visita experienciales y creativos (Camarero Izquierdo y Garrido Samaniego, 2004).

La subcultura mochilera adopta símbolos, rituales, roles y pautas de interacción propias, que le confieren un carácter distintivo. Es una subcultura juvenil «desterritorializada» (Meethan, 2001), ya que sus partícipes viajan por todo el planeta pese a sus diversos orígenes geográficos y culturas matrices. Vive en lo que Manuel Castells (1996) ha denominado un «espacio de flujos», donde se materializan las prácticas sociales asociadas a la globalización. Podemos hablar, por tanto, de la emergencia de una «subcultura mochilera» de carácter global en torno a una experiencia centrada en el turismo cultural.

Este artículo persigue dos objetivos. El primero es mostrar los elementos de la subcultura global que los jóvenes mochileros han gestado y que trasciende las limitaciones de sus orígenes geográficos, sociales y culturales. La subcultura mochilera opera a través de una red física de enclaves y rutas en la que interactúan presencialmente los mochileros (Murphy, 2001) y de una red virtual de publicaciones, páginas web y blogs en las que lo hacen virtualmente (Adkins y Grant, 2007). El segundo, descubrir la «diferencia entre la imagen y la práctica del turismo mochilero» (Cohen, 2004:57). Para ello, se recurrirá a la investigación que se hizo con mochileros en Chile, región tratada de un modo marginal dentro de la literatura científica a pesar de ser un destino popular para este colectivo.

Se recogen, en primer lugar, las dimensiones y las características del turismo mochilero, tratando de cotejar los recuentos parciales que se han realizado sobre el fenómeno para crear una imagen de la dimensión y composición de los partícipes de la subcultura mochilera. Acto seguido, se revisa la metodología empleada en el estudio, que incluye el uso de la literatura científica previa y de métodos de investigación cualitativos. En tercer lugar, se realizará una descripción de los principales elementos que estructuran significativamente dicha subcultura como una forma específica de turismo cultural. La última sección revisa la relación del marco de referencia subcultural con la experiencia real del viaje.

2. EL FENÓMENO DEL TURISMO «BACKPACKER»

El concepto de mochilero hace referencia a un tipo de turista que realiza un viaje auto-gestionado de larga duración con múltiples destinos a los que se llega a través de un itinerario flexible. Suele asociarse también a un desembolso económico reducido y a un uso mínimo de la industria turística habitual. En general, este tipo de turista rechaza clasificarse como tal y dice buscar un contacto más profundo con la naturaleza o con la población de los países que visita (Maoz, 2007:123). En las publicaciones acerca del fenómeno, se han creado toda una serie de denominaciones para referirse a ellos: «viajeros», «vagabundos» (Cohen, 1973), «trotamundos» (Vogt, 1979), «viajeros de larga duración» (Ateljevic y Doorne, 2000) o, entre otras, «nómadas globales» (Richards y Wilson, 2004a). La más habitual dentro de la literatura científica, sin embargo, es la de «mochileros». Estos acostumbran a darse a sí mismos el nombre de «viajeros» o «mochileros» para diferenciarse de los turistas (O'Reilly, 2005:155-156).

Algunos autores retraen el origen de este tipo de viajes a los siglos XVII o XVIII y consideran que el *Grand Tour* de los jóvenes pertenecientes a la aristocracia europea, que combinaba un viaje de placer con la adquisición de experiencias para un futuro desempeño en el mundo diplomático o de los negocios internacionales, es un mejor punto de partida para analizar este fenómeno (O'Reilly, 2006). Otros incluyen también el *tramping*, que era un tipo de viaje practicado por los jóvenes de clase baja en busca de trabajo durante el siglo XIX (Adler, 1985). Sin embargo, los jóvenes viajeros llamados «vagabundos» por Erik Cohen (1973) fueron considerados, en principio, herederos del movimiento hippie y de los movimientos estudiantiles de los años 60, con los que coincidían en su búsqueda de autenticidad, independencia, huida del materialismo, itinerancia y agrupación en torno a enclaves específicos. En este sentido, Cohen interpretó su viaje como una alienación respecto a la sociedad de origen y una búsqueda de

lo auténtico fuera de la misma. Además, ambos colectivos presentaban unos orígenes sociales similares situados en las clases medias enriquecidas (Hall, 1968; Roszak, 1969).

En todo caso, parece que a partir de los años 80 del siglo pasado se dieron algunos cambios en esta subcultura asociada al turismo, que le proporcionaron su actual configuración. Una configuración en la cual el «vagabundo» dejó paso al «mochilero» como un tipo específico de turista que tenía al «vagabundo» como modelo de comportamiento (Cohen, 2004:44). Se han citado como causas de la popularización del turismo mochilero durante las últimas décadas la aparición de un nuevo mercado de trabajo post-fordista flexible y con empleo abundante para los jóvenes cualificados; la reducción del costo del viaje gracias a la líneas aéreas *low-cost*; el influjo de los medios de comunicación; el desarrollo de Internet, que permite un contacto instantáneo con el hogar; o la alta valoración del viaje dentro del currículo de los individuos (O'Reilly, 2006:1007-1011). A estos factores habría que añadir la cultura del año sabático antes de incorporarse a la vida adulta que existe en Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda (Ateljevic y Doorne, 2000). Estas transformaciones han sido cruciales para que el turismo mochilero pase de ser un fenómeno minoritario, a gozar de una gran popularidad. Y pueden ser vistas como expresión del cambio de un turismo sometido a los dictados del consumo de masas a un «post-turismo» ligado al consumo post-fordista (Urry, 1990:14), que se caracterizaría por ser más flexible, libre y personalizado.

Un aspecto reseñable es la dificultad de obtener datos estadísticos estándares debido a la naturaleza autoorganizada y a la falta de interés de muchos gobiernos por esta forma de turismo (Cohen, 2004). Algunos países, sin embargo, recopilan información sobre el mismo. Destaca el caso de Australia, donde los mochileros suponen el 10% de las llegadas internacionales registradas (Timothy y Teye, 2009: 215). Respecto a las características de los mochileros existen diversos estudios etnográficos, que habitualmente descansan en pequeñas muestras de entrevistas en profundidad, discusiones de grupo y entrevistas informales realizadas durante las estancias entre los mochileros. También se han realizado estudios de carácter cuantitativo, que en muchos casos parten del inconveniente de no poder delimitar el universo de estudio. Todos estos trabajos, pese a sus limitaciones, permiten plantearse una imagen general sobre el perfil del turista mochilero. En el Cuadro 1 se recogen algunos de los más significativos realizados recientemente.

Pese a la diversidad de estos estudios, el perfil que emerge es bastante similar. Anders Sørensen (2003) resumió las características sociodemográficas de los mochileros internacionales. Su origen es mayoritariamente occidental. Proceden de Norteamérica, Nueva Zelanda, Australia, Europa (mucho más del norte que del sur), Israel y, en un número creciente, de Japón. Se encuentran entre los 18 y los 33 años, aunque el grupo más numeroso tiene entre 22 y 27, con cierta preponderancia de los que se aproximan a los 27. Suelen ser más hombres que mujeres: 60 y 40% respectivamente². La mayoría poseen estudios universitarios o piensan realizarlos en breve. Respecto a las características del viaje, este suele durar entre 2 y 18 meses, siendo un año el periodo más habitual. Acostumbran a viajar solos o con un único acompañante y el viaje se produce en una etapa transitoria

2 Sobre este dato hay cierta discusión. Otros autores encuentran una distribución más igualitaria, por ejemplo: Oliveira, 2008; O'Reilly, 2006; Slaughter, 2004.

Cuadro 1
ESTUDIOS EN LOS QUE SE ANALIZA EL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO
DE LOS MOCHILEROS

Fuente	Ámbito de aplicación	Tipo de estudio
Ian y Musa, 2008	Malasia	Encuesta (n=262)
Murphy, 2001	Australia	Entrevistas en profundidad (n=59).
Newlands, 2004	Nueva Zelanda	Encuesta (n=376)
Niggel y Benson, 2008	Sudáfrica	Encuesta (n=95)
Oliveira, 2008	Brasil	Encuesta (n=248).
O'Reilly, 2006	África, Sudeste asiático, India, América Central, Australia y Nueva Zelanda. También en Reino Unido.	Observación participante y entrevistas (n=50: 30 durante el trabajo de campo y 20 en el Reino Unido).
Richards y Wilson, 2004a	Canadá, República Checa, Hong Kong, México, Eslovenia, Sudáfrica, Suecia y Reino Unido.	Encuesta a estudiantes (n=2.300) realizada a través de la International Student Travel Confederation
Slaughter, 2004	Australia	Resume 7 encuestas anteriores (n= 1.000, 1.136, 2.398, 596, 686, 551 y 493).
Speed y Harrison, 2004	Escocia	Encuesta (n=345)

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios citados.

de la vida: fin de estudios, divorcio o la etapa que media en el tránsito de un trabajo a otro. El perfil que emerge no es el de un inadaptado que vagabundea por el planeta. «En general, los mochileros son (futuros) pilares de la sociedad, que se toman unas vacaciones de sus vidas opulentas, pero con intenciones claras e inquebrantables de regresar a la vida «normal»» (Sørensen, 2003: 852).

En referencia a la clase social de origen, diversos autores han situado a los mochileros en la clase media y la clase media alta (Binder, 2004; Cohen, 1973; Currie et al., 2011; O'Reilly, 2006; Riley, 1988; Vogt, 1976). Muchos, pese a buscar alojamientos baratos, disponen de tarjeta de crédito y es frecuente que porten teléfonos celulares, ordenadores portátiles o *tablets* y costosos equipos fotográficos durante sus viajes (Sørensen, 2003). Los estudios muestran que el gasto realizado por los mochileros en los países visitados es mayor que el de los turistas convencionales (Oliveira, 2008:96-102; Pearce et al., 2009; Timothy y Teye, 2009:217). De hecho, algunos autores consideran que los mochileros son consumidores y practicantes de un ocio conspicuo como el que Veblen asociaba a la clase ociosa (Hillman, 2009).

Ahora bien, los mochileros no son un grupo homogéneo (Cohen, 2004; Maoz, 2007; Uriely et al., 2002). Existen colectivos de mochileros con características diferenciales, como los que proceden de Israel, del sudeste asiático o los llamados «mochileros en viajes de corta duración» o *flashpackers*. En el caso de los jóvenes que provienen de Israel, el

fenómeno del turismo mochilero es practicado por jóvenes de clase media y media alta, secularizados y de origen europeo (asquenazíes), habitualmente después del servicio militar. Su destino más frecuente es Asia, sobre todo la India que recibe más de 20.000 israelíes anualmente. En menor medida también visitan América Latina³. Tienden a moverse en torno a enclaves en los que interactúan mayoritariamente con otros compatriotas (Noy y Cohen, 2005). Con frecuencia son más jóvenes y suelen viajar en grupos amplios que rehuyen el contacto con mochileros de otras nacionalidades. En el destino, además, suelen dedicar mucho más tiempo a consumir drogas que el resto de mochileros (Maoz, 2007).

Los mochileros en el sudeste asiático, afirma Muzaini (2006:146), siguen siendo mayoritariamente de procedencia occidental, pero cada vez hay más asiáticos entre ellos. Los mochileros chinos, por ejemplo, parten de unos condicionantes sociales diferentes de sus homólogos occidentales (Teo y Leong, 2006; Ong y du Cros, 2012). En primer lugar, padecen mayores dificultades a la hora de moverse debido al régimen político de su país. También las políticas de hijo único impulsan a los jóvenes, privados de hermanos, a relacionarse con sus iguales a través de experiencias como el viaje mochilero. Y deben añadirse factores culturales como el confucianismo, que regula un tipo de comportamiento entre géneros específico. Estos condicionantes producen que, como mochileros, los jóvenes chinos mantengan pautas diferenciales. En general realizan un uso más intensivo de Internet para interactuar, lo que genera un código y una ética mochilera más fuerte y definida, y cuando viajan no suelen preocuparse tanto por la autenticidad, concentrándose más en las atracciones turísticas habituales (Ong y du Cros, 2012).

Estos colectivos reflejan la aparición de mochileros no occidentales, que parten de diferentes condicionantes sociales. Es más, dentro de la corriente mochilera principal también destaca la aparición de los denominados *flashpackers*, que suelen tener una edad más avanzada y mayores ingresos al trabajar y ser independientes económicamente. Acostumbran, en consecuencia, a realizar viajes más cortos y en condiciones de mayor confort y seguridad. Un rasgo diferencial es un uso intensivo de la tecnología durante el viaje (Paris, 2012). Su aparición ha sido interpretada como consecuencia de los cambios en la demografía occidental, que implica un retraso en la edad de entrada al matrimonio y de la tenencia de hijos, junto a una mayor riqueza y al incremento de las vacaciones remuneradas (Hannam y Diekmann, 2010:2).

En todo caso, la existencia de grupos con peculiaridades dentro del amplio colectivo mochilero no debe resultar extraña. Todas las subculturas se encuentran fragmentadas internamente y la subcultura mochilera lo está aún más debido a los diferentes orígenes de sus miembros. Esto no invalida el hecho de que el grueso de los mochileros comparta los rasgos descritos por Sørensen (2003) y que los demás colectivos continúen siendo minoritarios, aunque en expansión, dentro de la corriente principal del turismo mochilero. Dicho de otro modo, la subcultura mochilera es, como mantiene Cody M. Paris (2012:1110-1111), «relativamente homogénea» en su corriente principal. Aunque, por otro lado, mantiene peculiaridades asociadas a los colectivos a los que se ha aludido.

3 Existe una motivación diferente en función del destino, pues los mochileros israelíes que visitan Sudamérica parecen más interesados en la práctica de los deportes de riesgo y el disfrute de la naturaleza que los que viajan al sudeste asiático, que se decantan por la experimentación con drogas (Reichel et al., 2009:237).

3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

En el estudio se ha utilizado una metodología de naturaleza cualitativa que combina el uso de tres técnicas de investigación: el análisis documental, la entrevista cualitativa y la observación participante. Se ha tratado de integrar diversos métodos para captar de forma triangulada un hecho complejo y fluido como es el turismo, en general, y la emergencia de una subcultura juvenil a partir del turismo en particular (Latiesa, 2003:90-91). El análisis documental ha abarcado dos aspectos fundamentales. En primer lugar, se ha revisado el grueso de la literatura científica disponible. La mayor parte de los estudios sobre mochileros o bien se centran en destinos geográficos concretos: el sudeste asiático (Binder, 2004; Ian y Musa, 2008; Muzaini, 2006; Westerhausen, 2002), la India (Aramberri, 2010:314 y ss.), Australia y Nueva Zelanda (Bell, 2002; Hillman, 2009; Murphy, 2011; Newlands, 2004; Paris, 2012; Pearce y Loke-Murphy, 1995; Slaughter, 2004; Welk, 2004), Sudáfrica (Niggel y Benson, 2008; Rogerson, 2007, 2011; Visser, 2003; Visser y Barrer, 2004), Europa (Currie, 2011; Larsen et al., 2011; O'Reilly, 2006; Speed y Harrison, 2004); o en colectivos de mochileros de ciertas nacionalidades: israelíes (Noy, 2004; Noy y Cohen, 2005; Maoz, 2004, 2007; Reichel et al., 2009), que además suelen desplazarse por la India o el sudeste asiático, o los nuevos mochileros asiáticos provenientes de China o Japón (Muzaini, 2006; Ong y du Cros, 2012; Teo y Leong, 2006). Latinoamérica y Chile, pese a ser destinos populares, no han recibido una atención destacada en la literatura científica (Brenner y Fricke, 2007; Oliveira, 2008; Reichel et al., 2009; Van der Berghe 1994).

Y, en segundo lugar, se revisó toda una serie de registros de la actividad mochilera, tanto los generados por la industria: guías de viaje, literatura, revistas, periódicos o películas, como los producidos por los mochileros. Destacan entre estos últimos, los sitios de Internet más populares para reflejar la experiencia del viaje mochilero y obtener información para futuras expediciones (Mascheroni, 2007): el blog bootsnAll.com y el foro «The Thorntree» en el sitio web de The Lonely Travel. También se revisaron páginas en español, aunque su importancia es mucho menor.

Posteriormente, se realizaron 30 entrevistas semi-estructuradas a mochileros, dueños de hostales y guías turísticos. Esta muestra es habitual en los estudios cualitativos sobre mochileros en otros destinos. Existía, por tanto, la intencionalidad de que fuera comparable con la de estudios sociológicos similares. El grueso de las mismas, 21, se realizó a mochileros y el resto a dueños de hostales y guías turísticos⁴. La selección de los informantes directos se realizó en función de los siguientes criterios, directamente tomados de la literatura científica sobre el fenómeno: entraban en la categoría de mochileros los turistas que viajaran de un modo auto-organizado durante al menos dos meses y se alojaran en hostales de bajo precio.

Se contactó con los informantes en tres destinos geográficos: Valparaíso, San Pedro de Atacama y Puerto Natales, esta última ciudad puerta de acceso a las Torres del Paine. En estos tres puntos se pernoctó en hostales frecuentados por mochileros. La elección de los mismos se realizó siguiendo la guía de Lonely Travel *Chile e Isla de Pascua* en su cuarta

4 Cuando se haga referencia a ellos en el artículo, se utilizarán nombres ficticios para guardar el anonimato.

edición (McCarthy et al., 2009). Se eligieron estratégicamente aquellos que ofrecían precios más económicos, a sabiendas de que este es un requisito enfatizado por la subcultura de los mochileros (Hampton, 1998).

Finalmente, se utilizó la técnica de la observación participante sobre la que se llevaron cuidadosos diarios de campo, estructurados en torno a tres macro-ejes clave identificados en la revisión documental: las interacciones entre los mochileros y entre estos y la población local, los enclaves turísticos (hostales, localidades turísticas o rutas habituales) y, finalmente, la cultura material asociada a esta subcultura. Técnica, por lo demás, clásica tanto en la antropología como en la sociología interpretativa para describir las subculturas juveniles (DeWalt y DeWalt, 2011; Guasch, 1997; May, 1997). Tanto las entrevistas cualitativas como la observación participante se encuadraron en el trabajo de campo que se realizó en Chile desde agosto a diciembre de 2011.

4. UNA SUBCULTURA «BACKPACKER» GLOBAL

Una cultura puede fragmentarse analíticamente en tres grandes elementos: su estructura de significados, las prácticas a las que da lugar y los artefactos asociados a la misma. La estructura de significados está compuesta por un entramado valorativo y normativo, que genera un conjunto de roles y unos mitos e ideologías que la explicitan. Las prácticas reflejan los rituales y los estilos de vida construidos y reconstruidos a través de las interacciones. Finalmente, los artefactos serían los objetos en que se proyecta y objetiva esa cultura (Carrithers, 1992; Jenks, 1993; Kuper, 1999). La subcultura mochilera, en consecuencia, debe generar una estructura de significados propia, una serie de prácticas compartidas y unos artefactos comunes, que surgen de las interacciones de sus miembros y de las redes que estos crean más allá de sus países de origen.

La subcultura mochilera descansa en la diferenciación entre dos roles: el mochilero, definido mayoritariamente como un «viajero», frente al «turista». De hecho, el rol del mochilero se construye en contraposición al del turista (Cohen, 2010). Esta distinción se puede rastrear bastante atrás. En la novela de Paul Bowles *The Sheltering Sky* (2000), publicada originalmente en 1949, ya se encontraba presente:

«No se consideraba un turista; él era un viajero. Explicaba que la diferencia residía, en parte, en el tiempo. Mientras el turista se apresura por lo general a regresar a su casa al cabo de algunos meses o semanas, el viajero, que no pertenece más a un lugar que al siguiente, se desplaza con lentitud durante años de un punto a otro de la tierra».

Dicotomía que se encuentra también en los diálogos iniciales de su adaptación al cine por Bernardo Bertolucci en 1990. La distinción entre los turistas y los viajeros, sin ser explícitamente formulada como en el caso de Bowles, se encuentra por toda la novela de Jack Kerouac *On the Road* (1959) publicada originalmente en 1957. Se halla plagada de referencias negativas hacia el turista, que realiza un viaje distinto al de los protagonistas. Narra, por ejemplo, la reacción de los lugareños de un pueblo mexicano ante su presencia: «La visión de tres jóvenes americanos sucios y barbudos en lugar de los turistas habituales bien vestidos fue inusualmente interesante para ellos». En estos viajeros sucios y barbudos

debía estar pensando Erik Cohen (1973) cuando los describía como «vagabundos». Un planteamiento similar aparece en la novela de Paul Theroux *The Happy Isles of Oceania* de 1992: «Pienso que los turistas no saben dónde han estado. Los viajeros no saben dónde van a ir» (en Wilson y Richards, 2004:134).

Estos relatos literarios y cinematográficos tienen su reflejo en las guías de viaje que utilizan los mochileros y que explicitan la ideología del viaje propia de esta subcultura. En la famosa guía de Lonely Travel *South-East Asia on a Shoestring*, conocida entre los mochileros como «la Biblia Amarilla» (Riley, 1988:323), se remarca claramente esta diferenciación de roles:

«Si tengo que definir mi creencia sobre el viaje, esta es que si has estado en algún lugar y has permanecido en el Hotel Hilton local, probablemente no has estado allí (...). Los turistas se quedan en los Hoteles Hilton, los viajeros no. Ellos quieren ver el país a pie de calle para respirarlo, experimentarlo y vivirlo. Eso habitualmente requiere dos cosas que el turista no puede conseguir: más tiempo y menos dinero» (en Sørensen, 2003:862).

Esta pauta se refleja en los relatos de los propios mochileros. Hamzah Muzaini recoge las palabras de Jon, un mochilero británico, en las que expresa esta idea:

«No, no soy un turista. No quiero ser unido con el turista que viaja en un paquete turístico y va a un país por unos pocos días, apuntando muchas atracciones turísticas en su lista de cosas a visitar en el país, haciéndose fotografías en ellas y comprando toneladas de souvenirs como prueba de que han estado allí. No soy como todos ellos. No hago esas cosas. Soy un viajero local» (2006:152).

Los mochileros, por tanto, prefieren verse como viajeros que «persiguen la autenticidad y experimentar aspectos no corrompidos de la sociedad anfitriona» (Ooi, 2002:69). McCannell (1976) mantenía que esa búsqueda en el destino turístico era resultado de la percepción del origen como un lugar contaminado e inauténtico. El turista buscaría la autenticidad fuera de casa, aunque luego no encontrara sino una representación de la misma. La subcultura mochilera incidiría en la consecución de lo genuino, que se encontraría más allá de la representación. Lo auténtico se hallaría al margen del turismo estandarizado, en el «mundo real». El mochilero, por tanto, huiría de las construcciones turísticas que no muestran la realidad del país visitado, sino una construcción elaborada para el turista del destino elegido⁵. Pese a los problemas teóricos que pueda suponer la idea de autenticidad (Olsen, 2002), lo cierto es que los propios mochileros suelen citar ese valor como uno de los principales motivos que los llevan a emprender un viaje de ese tipo (Noy, 2004:85).

5 Eric Cohen (2005) afirma que en las sociedades actuales, definidas como posmodernas, el concepto de autenticidad continúa siendo importante, aunque el modo de encararlo es diferente. Identifica tres formas: el post-turismo, el turismo de fantasía y el turismo extremo. Las dos primeras renuncian a la búsqueda de la autenticidad y de lo «extraordinario» en la realidad, mientras que el turismo extremo la busca en los márgenes de la realidad. El turismo mochilero, apunta, aún busca lo auténtico y extraordinario en la misma realidad, por lo que se diferencia del turismo extremo. Sin embargo, este último puede generar modas y tendencias en el anterior.

Otros valores propios de la subcultura son el ansia de libertad y la frugalidad. La autoexpresión y la capacidad de dirigir uno mismo su propia vida es un elemento central en esta subcultura. Los mochileros consideran que esta es una forma de viajar más «libre» y menos limitada (Wilson y Richards, 2008: 22). El rechazo de la riqueza y del materialismo, aunque sea durante un corto periodo de la vida, es otro valor clave dentro de la subcultura mochilera. «La pobreza es representada como una simplificación positiva, una vuelta atrás a los aspectos básicos de la vida» (Binder, 2004:104).

Estos roles y valores, generan una serie de creencias ampliamente compartidas entre los mochileros. En primer lugar, se encuentra la creencia de que «lo auténtico está fuera del hogar». Esta creencia descansa en una clara separación entre la sociedad de origen (nosotros) y la sociedad receptora (ellos). El viaje se plantea como una salida del inauténtico occidente contaminado por la modernidad, hacia un tercer mundo (o un primer mundo alternativo) alejado de la corrupción que impera en el lugar de origen. Esta forma de ver al otro guarda estrechos vínculos con la noción de orientalismo (Said, 1977), como una forma de distorsión romántica del oriente por parte de los viajeros occidentales. Los mochileros comparten una visión orientalista del país visitado como un entorno más simple, puro, inocente y auténtico (O'Reilly, 2006:1003).

En segundo lugar, los mochileros piensan que en el viaje se «viven relaciones auténticas» o, al menos, más auténticas que las habituales. Una de las motivaciones clave citada por los mochileros es la de conocer gente en el camino (Riley, 1988), que conforman «la gran familia» de los viajeros (Binder, 2004). Y, en tercer lugar, creen que a través del viaje se puede «conocer de verdad el territorio y la gente a la que se visita». Chaim Noy afirma, en este sentido, que en las narrativas que realizan los propios mochileros sobre sus viajes aparecen frecuentemente «las personas maravillosas y extraordinarias que conocieron y los lugares que vieron» (2004:86).

Dentro de la subcultura existe, finalmente, un arquetipo que sirve de modelo conductual: el «aventurero». Este descubre su propio camino, nunca prefijado de antemano, lo cual implica viajar fuera de los circuitos comerciales. La novela de Alex Garland *The Beach* (2007), de indudable éxito comercial, y la película homónima dirigida por Danny Boyle y protagonizada por Leonardo DiCaprio, exploran la imagen del mochilero como un aventurero que vive experiencias al margen de los circuitos turísticos. Algunas investigaciones afirman que escritores y viajeros que escriben su experiencia como Ernest Hemingway, Jack Kerouac, Hunter S. Thompson, Bruce Chatwin, Paul Theroux, Michael Palin o Bill Bryson son verdaderos iconos de la subcultura mochilera, pues explicitan una imagen romántica del aventurero y del viaje como descubrimiento y justifican la separación entre el turista y el viajero (Wilson y Richards, 2004).

El conjunto de valores (autenticidad, libertad, frugalidad), roles (mochilero/turista), creencias (lo auténtico está fuera del hogar, el mochilero vive relaciones auténticas, el mochilero conoce de verdad el país de acogida y su gente) y arquetipos (la imagen del aventurero) configuran un discurso bien definido y un verdadero sustrato significativo subcultural, que genera una «visión compartida del mundo» (O'Reilly, 2006:999) entre los jóvenes viajeros.

Este marco de referencia subcultural es el que tienen en cuenta los mochileros cuando tratan de conseguir un «estatus como viajero» (*road status*), que demuestre su

grado de integración en la subcultura mochilera. La búsqueda de un estatus es básica en la práctica del turismo mochilero, ya que estructura las interacciones que estos mantiene durante el viaje real. Para conseguir un alto estatus como viajero, este ha de mostrar señales como el uso de ropa desgastada, la capacidad de alojarse y mantenerse gastando poco dinero y la habilidad de narrar sus experiencias enfatizando los elementos desagradables y peligrosos del viaje así como las diferencias entre su modo de actuar y el de los otros: locales y turistas (Sørensen, 2003). En todo caso, este estatus supone la negociación del marco de referencia con la realidad del viaje. El grado de sinceridad o cinismo con el que se actúa es variable (Goffman, 1959), pero siempre implica una negociación entre la realidad del viaje y las exigencias de la subcultura mochilera compartida. Según algunos autores, los mochileros se parecen más por compartir unas prácticas, que por tener actitudes y motivaciones comunes (Uriely et al., 2002). Es decir, las prácticas en relación a la subcultura describirían mejor a los mochileros que unas supuestas características psicológicas unitarias.

La subcultura mochilera cuenta con toda una serie de artefactos que la recogen, solidifican, explicitan y le sirven de símbolos identitarios. Además, existe una verdadera industria en torno al fenómeno, encargada de proporcionar estos materiales a los mochileros presentes o futuros. En primer lugar, ha quedado documentado un uso intensivo de las guías de viaje por parte de los mochileros (Adler, 1985; Riley, 1988) y actualmente también de Internet (Sørensen, 2003; Richards y Wilson, 2004a). En este sentido, ciertos estudios sugieren que el acceso a Internet en el destino reduce la dependencia de las guías (Newlands, 2004:228). Para algunos estudios estas guías de viaje funcionan como verdaderos símbolos de la subcultura mochilera (Currie et al., 2011). Las más usadas parecen ser Lonely Travel –con gran diferencia sobre las demás–, Foot Print, Le Guide du Routard y Rough Guide (Oliveira, 2008:99).

Existe una abundante literatura de viajes, tanto de ficción como de viajes reales, en la cual se describe la experiencia mochilera. Posiblemente una de las novelas más influyentes, junto a las citadas anteriormente, haya sido *The Drifters* (1971) de James Michener. Podrían señalarse otras más recientes, simplemente a modo de ejemplo, *Chasing Dreams* (2008) de Aaron Jennings, *Backpack* de Emily Barr (2002), *Are you Experienced?* (1997) de William Sutcliffe o *The Backpacker* (2001) de John Christopher Harris. En el ámbito hispano hablante destacan, por su impacto y difusión, los diarios que escribió Ernesto «Che» Guevara para describir el viaje que hizo con un compañero a través de América Latina en 1952 y que publicó bajo el título de *Diarios de motocicleta* (2005). También existen publicaciones periódicas, como *Wanderlust*, *Backpacker*, *TNT* o *British Balls* dirigidas a este segmento de viajeros y gran cantidad de sitios web dedicados a este tipo de turistas como www.bootsnAll.com, the-backpacking-site.com, la página web de las guías Lonely Travel o mochileros.org en el mundo de habla hispana. Se han citado algunas películas basadas en libros de referencia para la comunidad mochilera y en Australia incluso se han producido algunas series de televisión como *Crash Palace*, ambientada en un hostel de mochileros. El papel de la literatura de viajes y de otras expresiones en los medios de comunicación no debe minusvalorarse, pues muchos mochileros leen estas novelas, libros de viajes y revistas o ven esas series de televisión y películas como preparación de su viaje, e incluso durante el mismo.

Otro rasgo destacado de la subcultura mochilera sería su representación en la persona misma de los mochileros. El vestido es un rasgo distintivo. Los mochileros suelen vestir con ropa deportiva llamada «ropa de viaje» y «ropa de exterior». Existe una industria que les proporciona dichas prendas, con un conjunto de marcas bien conocidas como The North Face, TrangoWorld o, solo por citar algunas, Nordica; y de tiendas en la que adquieren esas prendas como Decathlon, Go Outdoors o Nacional Geographic Store. Junto a la ropa, suelen llevarse botas, gorros y, con cierta frecuencia, bastones para caminar, además de las características mochilas. También es habitual el uso de pantalones cortos, lo que en muchos contextos choca con las costumbre locales, y de gafas de sol. Todo ello configura un estilo mochilero reconocible.

5. VIVIR EL VIAJE EN CHILE DESDE LA SUBCULTURA «BACKPACKER»

Los elementos de la subcultura mochilera, que se han descrito antes, funcionan como un «marco de referencia» que permite a estos jóvenes viajeros articular sus interacciones durante el viaje e interpretar las experiencias vividas durante y después del mismo. Esto no implica que la experiencia real, el «flujo de la realidad», del viaje concuerde exactamente, ni tan siquiera aproximadamente, con el marco de referencia que la enmarca (Goffman, 1974). Pero sí que la subcultura vive en el juego de las interacciones vividas desde estos marcos. En este epígrafe se pretende mostrar la experiencia del viaje mochilero contrastándola con la narrativa del viaje creada por la subcultura. También se analizarán las narrativas particulares de los mochileros a la hora de interpretar su experiencia, para ver como contrastan el «flujo de la realidad» con el marco que les servía de base para interpretarla.

El primer aspecto a destacar sobre los mochileros en Chile es que sus características sociodemográficas coincidían con las descritas en la mayor parte de los estudios sobre el fenómeno. Los países de procedencia eran Inglaterra, Holanda, Francia, Canadá, Irlanda, Alemania, Australia, Argentina, Chile, Brasil y Honduras. La proporción entre hombres y mujeres estaba equilibrada y todos, menos uno, poseían formación universitaria. Excepto un varón de 54 años, el resto tenían entre 22 y 30 años. Todos ellos, pese a su diversidad de procedencias, utilizaban el inglés como lengua franca. La única singularidad era la mayor presencia de mochileros de origen latinoamericano.

En referencia a la subcultura de estos mochileros, un rasgo que se ha discutido ampliamente es la verdadera dimensión de la distinción de roles entre viajeros o mochileros y turistas, que descansa en una concepción particular del concepto de autenticidad. La mayor parte de los estudios remarcan que el grueso de los mochileros tienen en mente dicha distinción (O'Reilly, 2005 y 2006; Welk, 2004). Algunos afirman que incluso consideran que están practicando un tipo de turismo, pero un turismo diferenciado del practicado por la mayoría (Sørensen, 2003). La realidad de esta apreciación, sin embargo, ha sido puesta en duda por otros autores, que consideran que la distancia entre ambas formas de turismo no es tan grande. Svein Larsen, Toruvald Øgaard y Vibecke Brun (2011) encontraron que había pocas diferencias en cuanto a las principales motivaciones hacia el viaje entre mochileros y turistas.

Esta distinción, sin embargo, no es falsa en cuanto a la percepción del colectivo. Es más, está provocando conflictos definitorios entre los propios mochileros, que o rechazan

la definición de mochilero o entran en la dinámica de valorar un comportamiento o una actividad determinada como impropio de un auténtico mochilero (Wilson y Richards, 2004). Esta dinámica, entre originarios e imitadores, auténticos y falsos, no es privativa de la subcultura mochilera, pues suele estar presente en la mayoría de las subculturas juveniles (Hebdige, 1987). Es decir, la institucionalización del turismo mochilero ha provocado que surjan mochileros que se quieren separar tanto de los turistas como de los mochileros corrientes. Prefieren denominarse «viajeros independientes» y desprecian a los mochileros institucionalizados (Welk, 2004:89)⁶.

En general, los mochileros entrevistados en Chile solían hablar de sí mismos como viajeros y mochileros indistintamente. No se detectó una tensión entre auténticos e imitadores. Sin embargo, tendían a diferenciarse de los turistas. Un mochilero holandés: Nigel, que viajaba con su novia Annika, ambos de 24 años y que habían terminado recientemente sus estudios universitarios, comentaba:

«Así se viaja más libre, sabes. No como los turistas. Y se conoce mejor el país que se visita. [Duda] Creo que así se pueden vivir mejores experiencias. ¿Sabes lo que quiero decir? Cuando vuelves a casa tienes experiencias que en un viaje normal no puedes tener.»

El viaje, en este sentido, se incorpora al «capital cultural» de los mochileros y le permite elaborar una estrategia de distinción (Bourdieu, 1984) respecto a otros turistas, tanto durante el viaje como posteriormente. El viaje, pues, se constituye en un elevador de estatus (O'Reilly, 2006: 1014) sobre los turistas, cuya experiencia es vista como intrínsecamente diferente de la del mochilero.

Un aspecto que no ha sido estudiado es si la distinción entre mochilero y turista es vista en los mismos términos por la sociedad receptora. Los chilenos describen a los mochileros como «gringos», con lo que reflejan su procedencia mayoritariamente occidental, y también con la expresión despectiva «macheteros». Con ella, se refieren al acto de «machetear» o pedir dinero en la calle con el objetivo de financiarse el viaje. Sin duda, esta actividad ya no es habitual entre los mochileros –parece más bien un recuerdo de los tiempos del «vagabundo» y de la cultura hippie–, pero el imaginario colectivo la mantiene. En general, los guías turísticos y los dueños de los hostales conceptualizan a los mochileros como «huéspedes», los primeros, y «turistas», los segundos, si bien son conscientes de las particularidades de este tipo de viajero, especialmente de las financieras.

Se detectó una particularidad respecto a los mochileros de procedencia latinoamericana, ya que si bien eran considerados turistas no tenían la misma consideración social que los «gringos» por parte de los chilenos. Los guías solían conversar con ellos tras las oportunas explicaciones en inglés para el grueso de los turistas, entablando relaciones más profundas (podían recomendarles, por ejemplo, ciertos restaurantes o bares donde no iban los «gringos»), y los dueños de los hostales también tenían un trato más cálido con

6 Una vuelta de tuerca en la búsqueda de la autenticidad y del verdadero espíritu mochilero es el concepto de «viaje mochilero ultraligero» (*ultralight backpacking*), que enfatiza el uso de la menor cantidad posible de material a transportar en la mochila durante el viaje. Este tipo de turismo podría considerarse, sin embargo, más como una forma de turismo extremo (véase nota 4).

los mismos, ofreciéndoles incluso precios más económicos. Los propios mochileros eran conscientes de esta diferencia. Una pareja argentina, Leandro de 26 y Karina de 23 años, que llevaba viajando 3 meses comentaba lo siguiente cuando se les preguntó por su relación con los chilenos y si consideraban que los trataban igual que al resto de mochileros:

«K. Por acá todo es lindo. Nos trataron bien. ¿Verdad mi amor?

L. Sí, no es como con ellos [en referencia los mochileros de procedencia occidental]. Somos latinoamericanos. Eso cuenta. Vos lo habréis visto también [señalado el origen del investigador].»

Un mochilero argentino, una pareja brasileña y un hondureño también hicieron referencia a los vínculos comunes entre los países latinoamericanos para diferenciarse del resto de mochileros en sus relaciones con la población local.

Aunque la subcultura mochilera mantiene que este tipo de viaje permite relacionarse más con la población local, la realidad es que permite relacionarse más con otros mochileros. Es más, «algunos estudios sugieren que los mochileros tienen poco interés en conocer a la población local y aprender acerca de su cultura» (Maoz, 2007:124). Otros mantienen que estos tienen dificultades al relacionarse con las personas de otras culturas y que los contactos no son profundos en el sentido que les confiere un científico social. Sin embargo, los mochileros consideran que esas relaciones son auténticas, altamente significativas y constituyen un logro fundamental de sus viajes (Binder, 2004; Huxley, 2004). De esto se deriva que la identidad mochilera tiene más que ver con la subcultura mochilera global que con la de los países que visitan (Richards y Wilson, 2004b:255).

La relación de los mochileros con la población Chilena, en parte debido al desconocimiento de la lengua, era limitada. Solía restringirse a los contactos de carácter comercial: con los guías, dueños de hostales o con los camareros en bares y restaurantes. Además, en el colectivo mochilero imperaban pautas culturales que dificultaban el conocimiento del otro. Los latinoamericanos, en general, y los chilenos, en particular, eran tratados de un modo genérico e indiferenciado. Cuando se entrevistó a Gareth, un joven británico de 25 años graduado en una prestigiosa universidad inglesa que llevaba 4 meses viajando por Argentina y Chile, narró una serie de anécdotas acerca de sus contactos con los argentinos y los chilenos. Estos invariablemente eran descritos como «los chicos locales» (*local guys*) y en ningún momento se los personalizaba con su nombre, nacionalidad o con otras características específicas. Dicha forma de referirse a la población de los países visitados: los «locales», era habitual entre la mayor parte de los entrevistados exceptuando a los de origen latinoamericano.

Hamzah Muzaini (2006) ha descrito las principales estrategias que utilizan los mochileros en el sudeste asiático para intentar integrarse con la población local. Afirma que son de tres tipos. Espaciales, en las que incluye huir de tiendas, restaurantes y hoteles turísticos. Conductuales como regatear al comprar, usar algunas palabras en la lengua local o evitar el uso de guías o al menos no hacerlo visiblemente. Y corporales, como vestirse como la población local o usar alguno de sus accesorios. En todo caso, el tipo físico occidental, el desconocimiento del idioma y la necesidad de mantener ciertas reglas

de seguridad e higiene produce que en muchas ocasiones se abandonen estos intentos. Esto produce que el contacto con la población local, fuera de las relaciones comerciales, sea más bien escaso.

En el caso de los mochileros en Chile, era habitual que estos llevaran gorros y jerséis de lana de estilo andino, sobre todo en el norte del país. En el sur no abundaban, pero en su lugar era frecuente el uso de amuletos colgados del cuello y de camisetas (*T-Shirts*) que hacían referencia a los lugares que se había visitado. De todos modos, las prendas de carácter étnico eran usadas más como símbolos dentro de la subcultura mochilera que como instrumentos para integrarse con la población local, la cual no utilizaba generalmente este tipo de prendas. Solamente los habitantes de San Pedro de Atacama lo hacían, en especial aquellos que trabajaban con los mochileros. Los chilenos, normalmente, vestían más «a la europea» que los propios mochileros.

Lo que parece cierto es que las interacciones sociales preponderantes se realizan con otros mochileros. Este hecho descansa en las dificultades comunicativas que supone visitar un país del que generalmente no se conoce la lengua y en la sensación de extrañeza que supone enfrentarse a una sociedad diferente a la sociedad de partida. Los demás mochileros son extraños, pero extraños con los que se comparte una cultura en torno al viaje (Sørensen, 2003:854). Esto permite que las relaciones con ellos sean más sencillas, pues existen reglas reguladoras de la interacción dentro de la subcultura mochilera.

La etnografía sobre mochileros muestra que las interacciones entre los viajeros son básicas en la experiencia del viaje. Estas interacciones son tanto un objetivo deseable en sí mismo como un camino para obtener información útil durante el viaje. Laurie Murphy (2001) mantiene que suelen producirse sobre todo en los hostales, en sus zonas comunes, y que existen pautas que las regulan. Con frecuencia, las conversaciones giran en torno a las rutas y experiencias vividas en el camino. No suele aceptarse que la conversación se deslice hacia temas personales hasta que se han explorado dichas cuestiones. Murphy no ha detectado, sin embargo, la presencia de una jerga propia de los mochileros, aunque sí la existencia de algunos roles («mochilero» frente a «turista») y de ciertas habilidades cognitivas comunes como elementos necesarios para la interacción: por ejemplo, la tolerancia o la capacidad de relajarse en ambientes extraños. En estas conversaciones en las que se intercambiaba información se reproduce buena parte de la subcultura mochilera (Currie et al., 2011:53).

En los hostales chilenos, se confirmaron muchos de los rasgos descritos por Murphy. Las conversaciones frecuentemente se desarrollaban en sus zonas comunes, habitualmente tras la cena, y solían girar en torno a tres temas: información sobre el viaje (precios, rutas o, entre otros, lugares de interés), datos generales sobre los viajeros (edad, estudios, lugar de procedencia) e historias y anécdotas del viaje. De hecho, las historias y anécdotas ocupaban un lugar destacado en la conversación. La mayor parte de las registradas versaban sobre las dificultades del camino (enfermedades, robos, problemas con el transporte), el choque cultural con la población local o experiencias «exóticas», «chocantes» o «divertidas» vividas en la ruta. Los mejores narradores eran considerados, comúnmente, como «buena gente» (*nice guys*), consiguiendo un efímero estatus del camino.

A pesar de que la ideología presenta al mochilero como un explorador autónomo, estos suelen seguir las sendas marcadas en las guías de viajes más que explorar por su cuenta. A este respecto es necesario apuntar que existen incluso rutas institucionalizadas, como el *Baz Bus* que ofrece una conexión «puerta a puerta» entre más de 180 hostales y alojamientos en Sudáfrica y Suazilandia (Niggel y Benson, 2008). También son famosos circuitos como el *Inca Trail* en Perú o la «W» en las chilenas Torres del Paine. Y, por citar apenas las rutas institucionalizadas más evidentes, es conveniente recordar el InterRail en Europa, en torno al cual se agrupa todo un entramado de hostales y alojamientos «jóvenes»⁷. En San Pedro de Atacama y en Puerto Natales, en Chile, existía toda una pléyade de pequeñas agencias de viaje orientadas a los mochileros que ofrecían excursiones y escapadas en autobuses, microbuses y jeep hacia las principales atracciones del desierto y los Andes, en el primer caso, y en autobús hacia las Torres del Paine y en barco o lancha neumática hacia los glaciares, en el segundo.

En la creación de estas rutas preestablecidas juegan un papel fundamental las guías de viaje. Los mochileros suelen seguirlas y les cuesta apartarse de las indicaciones sugeridas por las mismas. Sørensen (2003) recoge incluso discusiones entre mochileros en las que cuando uno de ellos sugería la posibilidad de visitar un determinado emplazamiento, era reprendido por los demás debido a que dicha localidad no estaba en la guía. La guía de viaje más habitual entre los mochileros entrevistados en Chile era *South America on a Shoestring* y, solamente en un par de casos, *Chile and Easter Island* de Lonely Travel, y además todos consultaban Internet a diario. La mayoría refería estar viajando por Sudamérica, que era conceptualizada como un todo indiferenciado. El escritor chileno Carlos Franz comienza uno de sus artículos narrando la conversación que mantuvo con un mochilero holandés en las calles de Santiago de Chile:

«De partida, *el joven explorador me aclaró que él no había venido a Chile*, lo que me produjo un primer y saludable desconcierto metafísico, ¿dónde he vivido todo este tiempo? Enseguida, Maarten sacó una cámara digitalísima y mientras me enfocaba *aclaró que él había venido a la Patagonia*, y que pensaba pedalear hasta allí.» (2011:48, énfasis añadido).

La tendencia a conceptualizar las regiones como grandes conjuntos guarda, además, profundas conexiones con el modo de presentar a los habitantes de las regiones visitadas como «locales» indiferenciados. Esto no significa que los mochileros ignoren el país en el que están, pero sí que enmarcan su experiencia en categorías más amplias. En los blogs más populares de mochileros se encuentran abundantes referencias a viajar por Latinoamérica, sin citar que países se desea visitar. La experiencia del viaje mochilero es, en este sentido, ciertamente autoreferencial, ya que es interpretada en términos de la misma subcultura más que en referencia a la cultura de los territorios que se están visitando.

7 Hay otras rutas, como el Camino de Santiago, en la que la subcultura mochilera comparte espacio con otros turistas que persiguen finalidades diferentes: religiosas, culturales o, por citar solamente las más evidentes, deportivas, y tienen unas pautas de viaje diferenciadas. El carácter del turismo mochilero en esta ruta ha sido explorado en la película dirigida por Emilio Estévez *The Way* (2010), que protagonizan Martin Sheen y el propio director.

Los alojamientos son un factor clave en la consolidación de estas rutas preestablecidas y tienen un papel relevante en la construcción de una subcultura mochilera. Los mochileros pasan la mayor parte de su tiempo en los albergues y hostales o viajando hacia los mismos y solo una minoría pasa la mayor parte de su tiempo con la población local (Cohen, 2004:46-47). Los albergues y hostales, por tanto, son verdaderos «enclaves» en los que medra y se perpetúa la subcultura, y pueden ser vistos como espacios alternativos a los lugares donde se desarrolla la vida diaria (Shields, 1991). Julie Wilson y Greg Richards mantienen, sin embargo, que los enclaves para mochileros son «un hogar cultural lejos del hogar» donde aparece un orden social temporal, generalmente con el inglés como lengua franca» (2008: 13). Este último dato parece confirmado por otros estudios, ya que de los mochileros en Brasil, pese a su diversidad de orígenes, el 92,7% decía dominar el inglés (Oliveira, 2008: 97). En Chile se pudo comprobar, además, que la lengua habitual en los contactos entre mochileros y entre estos y los dueños de los hostales o los guías también era el inglés. Un adecuado nivel en su uso era una condición para conseguir cierto estatus dentro de la subcultura.

En todo caso, la red de albergues y hostales resulta central en la experiencia del viaje mochilero y pone en contacto la libertad del mochilero para viajar con la industria turística construida alrededor de esa libertad de movimientos. Suelen estar instalados, a tal efecto, en torno a las principales atracciones turísticas y a los medios de comunicación más importantes (Howard, 2007). Existe toda una red internacional de alojamientos destinados a este tipo de turismo. Hostelling International ocupa un lugar destacado. Es una red mundial de hostales jóvenes que, según informan ellos mismos, agrupa a más de 4.000 albergues en 90 países. También existen páginas Web como hostelworld.com o hostelbookers.com dedicadas a este segmento del mercado turístico. No puede afirmarse, por tanto, que los mochileros «abran» las rutas cuando viajan, sino que aprovechan y utilizan una red de alojamientos preexistente dedicada a ellos⁸.

Un hecho destacado que mostró el trabajo de campo era que algunos de los hostales chilenos estaban regentados por ex-mochileros, que habían decidido asentarse en el país. Otros lo estaban por chilenos que habían vivido en el extranjero en su época como estudiantes. Existía una pauta, en consecuencia, de transnacionalización en la gestión y dirección de los mismos. Esto no debe extrañar, porque algunos estudios sugieren que los empresarios que desarrollan los negocios turísticos y tiene afinidades con la cultura mochilera se convierten en agentes clave para el desarrollo de los enclaves turísticos mochileros (Brenner y Fricke, 2007). Además, es habitual que los hostales chilenos contraten a jóvenes mochileros para trabajar en los mismos a través de agencias externas⁹. La razón aducida, cuando se les interrogaba por el hecho, era que trataban de dar un «ambiente más familiar» y que los viajeros «se sintiesen como en su casa».

8 Un cambio en este patrón podría ser el *Couchsurfing*, que supone el uso de camas o del sofá en las casas particulares de la población local en los países visitados. A veces incluso los propios dueños de las viviendas sirven de guías turísticos improvisados (Hannam y Diekmann, 2010). Está, sin embargo, por dilucidar el impacto que tendrá esta tendencia dentro de la subcultura mochilera y si conseguiremos hacer sombra a la red de albergues y hostales ya bien asentada.

9 Un buen ejemplo es la empresa ContactChile, que ofrece este tipo de prácticas de trabajo. www.contactchile.cl.

Particularmente relevante era San Pedro de Atacama, una pequeña localidad en medio del desierto, que vive mayoritariamente del turismo como enclave destinado sobre todo a los mochileros. En cierto sentido se comportaba como Khao San, una calle en Bangkok destinada a los mochileros occidentales que cuenta incluso con un Burguer King y un McDonald's (Teo y Leong, 2006), o como las playas de Koh Samui o Koh Phangan también en Tailandia (Westerhausen, 2002), es decir, como un enclave turístico occidental en medio de un territorio no occidental. Cuando se entrevistó a Evelyn, una joven atacameña, comentó con amargura que todo en San Pedro estaba destinado a los turistas. Se quejaba, por ejemplo, de que los hogares de los atacameños sufrían cortes de agua nocturnos, mientras que los hostales y hoteles seguían manteniendo el suministro, o de que los turistas agotaban el saldo de los cajeros y les tocaba esperar varios días para conseguir efectivo. Análogamente, lo asiáticos perciben a Khao San como un enclave más occidental que oriental, como una invasión simbólica de un territorio propio (Teo y Leong, 2006:122). El simbolismo de la invasión es también marcado en San Pedro, uno de los municipios más antiguos del país.

Los mochileros en Chile, por lo común, mantienen una estética diferencial y bastante uniforme, muchas veces cercana al estereotipo. Así, en el trabajo de campo se pudo observar una cierta preponderancia del pelo con rastas (*dreadlocks*) en hombres y mujeres, a veces recogido mediante llamativos pañuelos de colores, y entre los varones el uso de barba. Los mochileros entrevistados afirmaron que se la habían dejado durante el viaje, pero que se afeitarían una vez volvieran a sus hogares. Este aspecto hacía que los chilenos reconocieran rápidamente a los «gringos» y conformaba el estereotipo del mochilero. Un estereotipo que, por otro lado, guarda innegables paralelismo con el estilo de dicha subcultura. Curiosamente, existía una tienda de la marca The North Face en San Pedro de Atacama, la única tienda de una cadena internacional en el pueblo, y también tenían otra en Puerto Natales, un núcleo poblacional mayor con más tiendas, aunque era la única de una cadena internacional. Es decir, la industria destinada a este tipo de turismo estaba bien asentada en los enclaves mochileros.

6. CONCLUSIONES

El artículo ha tratado de mostrar las características de una subcultura juvenil global y la práctica del turismo mochilero con especial referencia a su presencia en Chile, un ámbito no tratado en la literatura científica al respecto. Se han expuesto las continuidades con la subcultura mochilera global, así como las diferencias con la misma. También se ha intentado incluir la muchas veces silenciada voz de la población local que interactúa con los mochileros, ya que la población de esos países apenas aparece en el resto de investigaciones como un fondo sobre el cual se desarrollan las interacciones de los jóvenes viajeros (Peel y Steen, 2007:1066).

El turismo mochilero se ha mostrado como una forma de Turismo Cultural asociada a la aparición de una subcultura específica, centrada en la experiencia misma del viaje. Una experiencia en la que la búsqueda de la «autenticidad», como ocurre con otras formas de turismo cultural (Smith y Robinson, 2005), resulta central. La cultura del entorno visitado es uno de los principales motivos para emprender el viaje que, paradójicamente,

genera un nuevo tipo de formación cultural. El viajero, por tanto, a través de esta forma de turismo cultural experimenta tres formaciones culturales superpuestas: la de su lugar de origen, la del país visitado y la de la propia subcultura mochilera. El mochilero, en definitiva, aparece como un «turista experiencial», que busca descubrir culturas auténticas en el viaje como un modo de hacer más «profunda» y «vital» su existencia.

La investigación realizada en Chile, en líneas generales, confirmó las tendencias reflejadas en la literatura científica, tanto respecto al perfil de los mochileros: jóvenes, de procedencia occidental y con educación universitaria; como a las características de la subcultura y la experiencia del viaje. Destaca su pervivencia en los enclaves de mochileros (albergues y hostales, pueblos turísticos), en sus pautas de interacción y en su cultura material (guías de viajes, vestimenta). Este hecho muestra la relativa homogeneidad de esta subcultura juvenil global. Se ha detectado, no obstante, la existencia de un colectivo con particularidades especiales: los mochileros latinoamericanos que viajan por todo el continente, pues parecen tener ciertas premisas ideológicas diferenciales. La evidencia obtenida en la investigación parece sugerir una cierta idea de «comunidad cultural» compartida entre ellos, que les separa del resto de mochileros. En los diarios de viaje de Ernesto Guevara se explicita esta idea:

«Creemos, y después de este viaje más firmemente que antes, que la división de América en nacionalidades inciertas e ilusorias es completamente ficticia. Constituimos una sola raza mestiza que desde México hasta el estrecho de Magallanes presenta notables similitudes etnográficas» (2005: 196).

Este discurso panamericano, independientemente de su verosimilitud, unifica a los latinoamericanos ideológicamente en una única entidad. La diferencia con la visión de los mochileros no latinoamericanos, que por otros caminos realizan una unificación similar, es que en este caso es un hecho, en muchas ocasiones, compartido por miembros de la población local. Se puede por tanto sugerir que, aunque requeriría investigación posterior, para los mochileros «gringos» la unificación de Latinoamérica se produce por exclusión (nosotros/ellos), mientras que para los latinoamericanos se produce por inclusión (nosotros/nosotros).

En este artículo, finalmente, se ha sugerido que resultaría fructífero ligar el desarrollo del turismo mochilero con la globalización cultural y la emergencia de subculturas juveniles transnacionales. Para ello, parece necesario integrar el turismo mochilero más profundamente dentro del «sistema turístico» global y complejo en el que se mueve (Cohen, 1996:59-60); lo que permitirá contemplar la subcultura mochilera como una realidad que opera en un «espacio de flujos», similar al espacio en el cual se desarrollan las prácticas de la elite capitalista mundial, tal como ha propuesto Manuel Castells (1996) o Zygmunt Bauman (2000). En este sentido, la emergencia de la subcultura mochilera, a partir de los años sesenta y setenta del pasado siglo, coincide cronológicamente con la de las redes mundiales del capitalismo globalizado (Martín-Cabello, 2013). En definitiva, la subcultura mochilera aparece como un claro ejemplo de la emergencia de ideologías, prácticas y artefactos propios de una cultura globalizada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADKINS, B. y GRANT, E. (2007): «Backpackers as a community of strangers: the interaction order of an online backpacker notice board», *Qualitative Sociology Review*, vol. 3, nº 2, pp. 188-201.
- ADLER, J. (1985): «Youth on the road: reflections on the history of tramping», *Annals of Tourism Research*, vol. 12, nº 3, pp. 335-354.
- ARAMBERRI, J. (2010): *Modern Mass Tourism*. Bingley, Emerald.
- ATELJEVIC, I. y DOORNE, S. (2000): «Tourism as an escape: long-term travellers in New Zealand», *Tourism Analysis*, 5, pp. 131-136.
- BARR, E. (2002): *Backpack*. London, Plume.
- BAUMAN, Z. (2000): *Liquid Modernity*. Oxford, Polity Press.
- BELL, C. (2002): «The Big 'OE'. Youth New Zealand travellers as secular pilgrims», *Tourist Studies*, nº 2, pp. 142-158.
- BINDER, J. (2004): «The whole point of backpacking: anthropological perspectives on the characteristics of backpacking», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 92-108.
- BOURDIEU, P. (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London, Routledge.
- BOWLES, P. (2000): *The Sheltering Sky*. London, Harper Collins.
- BRENNER, L. y FRICKE, J. (2007): «The evolution of backpacker destinations: the case of Zipolite, Mexico», *International Journal of Tourism Research*, vol. 9, nº 3, pp. 217-230.
- CAMARERO IZQUIERDO, G. y GARRIDO SAMANIEGO, M.J. (2004): *Marketing de Turismo Cultural*. Madrid, Pirámide.
- CARRITHERS, M. (1992): *Why Humans Have Cultures? Explaining Anthropology and Social Diversity*. Oxford, Oxford University Press.
- CASTELLS, M. (1996): *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. The Rise of the Network Society*. Cambridge, Mass., Blackwell Publishers.
- CHEVRIER, F.G. y CLAIR-SAILLANT, M. (2006): «Renouveau du tourisme culturel que reste-t-il du 'touriste'?', *Teoros. Revue de Recherche en Tourisme*, vol. 25, nº 2, pp. 72-74.
- CLIFFORD, J. (1997): *Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- COHEN, E. (1973): «Nomads from affluence: notes on the phenomenon of drifter tourism», *International Journal of Comparative Sociology*, nº 10, pp. 373-392.
- COHEN, E. (1996): «The sociology of tourism. Approaches, issues and findings», en APOSTOLOPOULUS, Y. et al. (Eds.). *The Sociology of Tourism. Theoretical and Empirical Investigations*. London, Routledge, pp. 51-71.
- COHEN, E. (2004): «Backpacking: diversity and change», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 43-59.
- COHEN, E. (2005): «Principales tendencias en el turismo contemporáneo», *Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1, pp. 11-24.

- COHEN, S. (2010): «Reconceptualising lifestyle travellers: contemporary 'drifters'», en HANNAM, K. y DIEKMANN, A. (Eds.). *Beyond Backpacker Tourism. Mobilities and Experiences*. Bristol, Channel View Publications, pp. 64-84.
- CURRIE, R.R. et al. (2011): «Joining the in-crowd: symbols for backpacker identity», *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 5, nº 1, pp. 47-56.
- DEWALT, K.M. y DEWALT, B.R. (2011): *Participant Observation. A Guide for Fieldworkers*. Plymouth, Altamira.
- FRANZ, C. (2001): «La antiutopía», *Letras Libres*, Mayo, pp. 48-50.
- GARLAND, A. (2007): *The Beach*. London, Penguin.
- GOFFMAN, E. (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York, Anchor Books.
- GOFFMAN, E. (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of the Experience*. New York, Harper and Row.
- GRABURN, N.H.H. (2002): «The Ethnographic Tourist», en DANN, G.M.S. (Ed.). *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Walingford, CABI Publishing, pp. 19-39.
- GUASCH, O. (1997): *Observación participante*. Madrid, CIS.
- GUEVARA, E. (2005): *Diarios de motocicleta. Notas de un viaje por América Latina*. Buenos Aires, Planeta.
- HALL, S. (1968): *The Hippies. An American Moment*. Birmingham, University of Birmingham.
- HALL, S. y JEFFERSON, T. (Eds.) (1991): *Resistance through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*. London, Routledge.
- HAMPTON, M.P. (1998): «Backpacker tourism and economic development», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, nº 3, pp. 639-660.
- HANNAM, K. y DIEKMANN, A. (2010): «From backpacking to flashpacking: developments in backpacker tourism research», en HANNAM, K. y DIEKMANN, A. (Eds.). *Beyond Backpacker Tourism. Mobilities and experiences*. Bristol, Channel View Publications, pp. 1-7.
- HARRIS, J.CH. (2001): *The Backpacker*. Chichester, Summersdale.
- HEBDIGE, D. (1987): *Subculture. The Meaning of Style*. London, Routledge.
- HERRERO PRIETO, L.C. (2011): «El Turismo Cultural en España: un sector estratégico», *Papeles de Economía*, nº 128, pp. 123-137.
- HILLMAN, W. (2009): «Veblen and the theory of the backpacker leisure class: status seeking and emulation in the Australian contemporary economy», *Tourism Review International*, vol. 13, nº 3, pp. 157-172.
- HOWARD, R.W. (2007): «Five backpacker tourist enclaves», *International Journal of Tourism Research*, vol. 9, nº 2, pp. 73-86.
- HUXLEY, L. (2004): «Western backpackers and the global experience. An exploration of young people's interaction with local cultures», *Tourism, Culture and Communication*, vol. 5, nº 1, pp. 37-44.
- IAN, L.T. y MUSA, G. (2008): «Uncovering the International Backpackers to Malaysia», en HANNAM, K. y ATELJEVIC, I. (Eds.). *Backpackers Tourism. Concepts and Profiles*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 128-143.

- JENKS, C. (1993): *Culture*. London, Routledge.
- JENNINGS, A. (2008): *Chasing Dreams*. London, Legent Press.
- KEROUAC, J. (1959): *On the Road*. New York, Viking Press.
- KUPER, A. (1999): *Culture. The Anthropologists' Account*. Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- LARSEN, S. et al. (2011): «Backpackers and mainstreamers. Realities and myths», *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 2, pp. 690-707.
- LATIESA RODRÍGUEZ, M. (2003): «Metodología de la investigación social para el turismo», en RUBIO GIL, A. (Coord.). *Sociología del turismo*. Barcelona, Ariel, pp. 83-102.
- MAOZ, D. (2004): «The conquerors and the settlers: two groups of young Israeli backpackers», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 109-122.
- MAOZ, D. (2007): «Backpackers' Motivations. The role of culture and nacionality», *Annals of Tourism Research*, vol. 34, nº 1, pp. 122-140.
- MARTÍN-CABELLO, A. (2013): «Sobre los orígenes del proceso de globalización», *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, vol. 1, nº 1, pp. 7-20.
- MASCHERONI, G. (2007): «'Global nomads' network and mobile sociality: exploring new media uses on the move», *Information, Communication and Society*, vol. 10, nº 4, pp. 527-546.
- MAY, T. (1997): *Social Research. Issues, Methods and Process*. Buckingham, Open University Press.
- MCCANNELL, D. (1976): *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. New York, Schocken.
- MCCARTHY, C. et al. (2009): *Chile y la Isla de Pascua*. Barcelona, Planeta.
- MEETHAN, K. (2001): *Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption*. Houndmills, Palgrave.
- MICHENER, J. (1971): *The Drifters*. New York, Random House.
- MORÈRE, N. y PERELLÓ, S. (2013): *Turismo Cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid, Escuela de Organización Industrial.
- MURPHY, L. (2001): «Exploring social interactions of backpackers», *Annals of Tourism Research*, vol. 28, nº 1, pp. 50-67.
- MUZAINI, H. (2006): «Backpacking southeast Asia. Strategies of 'Looking Local'», *Annals of Tourism Research*, vol. 33, nº 1, pp. 144-161.
- NASH, D. (2001): *Anthropology of Tourism*. Oxford, Pergamon.
- NEWLANDS, K. (2004): «Setting out on the road less travelled: a study of backpackers travel in New Zealand», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 217-236.
- NIGGEL, Ch. y BENSON, A. (2008): «Exploring the motivations of backpackers. The case of South Africa», en HANNAM, K. y ATELJEVIC, I. (eds.), *Backpackers Tourism. Concepts and Profiles*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 144-156.
- NILAN, P. y FEIXA, C. (Eds.) (2006): *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds*. London, Routledge.
- NOY, C. (2004): «This trip really changed me. Backpackers' Narratives of Self-Change», *Annals of Tourism Research*, vol. 31, nº 1, pp. 78-102.

- NOY, C. y COHEN, E. (2005): *Israeli Backpackers: From Tourism to Rite of Passage*. Albany, N.Y., State University of New York Press.
- OLIVEIRA, R.J. de (2008): «Turismo Backpacker – Estudo dos viajantes internacionais no Brasil», en *Cultura. Revista de Cultura e Turismo*, 1, pp. 89-104, 11 de octubre de 2012. Disponible en <http://uesc.br/revistas/culturaeturismo>.
- OLSEN, K. (2002): «Authenticity as a concept in tourist research. The social organization of the experience of authenticity», *Tourism Studies*, vol. 2, n° 2, pp. 159-183.
- ONG, C.-E. Y DU CROS, H. (2012): «The post-Mao gazes. Chinese backpackers in Macau», *Annals of Tourism Research*, vol. 39, n° 2, pp. 735-754.
- OOI, C.S. (2002): *Cultural Tourism and Tourism Cultures. The Business of Mediating Experiences in Copenhagen and Singapore*. Copenhagen, Copenhagen Business School Press.
- O'REILLY, C. (2005): «Tourist or traveller? Narrating backpacker identity», en JAWORSKY, A. y PRITCHARD, A. (Eds.). *Discourse, communication and Tourism*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 150-169.
- O'REILLY, C. (2006): «From Drifter to Gap Year Tourism. Mainstreaming Backpacker travel», *Annals of Tourism Research*, vol. 33, n° 4, pp. 998-1017.
- PARIS, C.M. (2012): «Flashpackers: an emerging subculture», *Annals of Tourism Research*, vol. 39, n° 2, pp. 1094-1115.
- PEARCE, P.L. y LOKER-MURPHY, L. (1995): «Young budget travellers: backpackers in Australia», *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n° 4, pp. 819-843.
- PEARCE, P.L. et al. (2009): *Evolution of the Backpacker Market and the Potential for Australian Tourism*. Queensland, CRS Sustainable Tourism.
- PEEL, V. y STEEN, A. (2007): «Victims, hooligans and cash-cows: media representations of the international backpacker in Australia», *Tourism Management*, n° 28, pp. 1057-1067.
- REICHEL, A. et al. (2009): «Israeli backpackers. The role of destination choice», *Annals of Tourism Research*, vol. 36, n° 2, pp. 222-246.
- RICHARDS, G. (ed.) (1996): *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford, Cab International.
- RICHARDS, G. y WILSON, J. (2004a): «The global nomad: motivations and behaviour of independent travellers worldwide», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 14-39.
- RICHARDS, G. y WILSON, J. (2004b). «Widening perspectives in backpacker research», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 253-279.
- RILEY, P.J. (1988): «Road culture of international long-term budget travellers», *Annals of Tourism Research*, vol. 15, n° 3, pp. 313-328.
- ROGERSON, C.M. (2007): «The challenges of developing backpacker tourism in South Africa: an enterprise perspective», *Development Southern Africa*, vol. 24, n° 3, pp. 425-444.
- ROGERSON, C.M. (2011): «Youth tourism in Africa: evidence from South Africa», *Tourism Analysis*, vol. 16, n° 2, pp. 105-120.
- ROJEK, C. y URRY, J. (Eds.) (1997): *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*. London, Routledge.

- ROSZAK, T. (1969): *The Making of a Counter Culture*. New York, Doubleday.
- SAID, E. (1977): *Orientalism*. London, Penguin.
- SHIELDS, R. (1991): *Places on the Margin. Alternative Geographies of Modernity*. London, Routledge.
- SLAUGHTER, L. (2004): «Profiling the international backpacker market in Australia», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 168-179.
- SMITH, M. y ROBINSON, M. (eds.) (2005): *Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re)presentation*. Clevedon, Channel View Publications.
- SØRENSEN, A. (2003): «Backpacker Ethnography», *Annals of Tourism Research*, vol. 30, nº 4, pp. 847-867.
- SPEED, C. y HARRISON, T. (2004): «Backpacking in Scotland: formal public sector responses to an informal phenomenon», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 149-167.
- SUTCLIFFE, W. (1997): *Are you Experienced?* London, Penguin.
- TEO, P. y LEONG, S. (2006): «A postcolonial analysis of backpacking», *Annals of Tourism Research*, vol. 33, nº 1, pp. 109-131.
- TIMOTHY, D. y TEYE, V. (2009): *Tourism and the Lodging Sector*. Oxford, Elsevier.
- URIELY, N. et al. (2002): «Backpacking experiences. A type and form analysis», *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 2, pp. 520-538.
- URRY, J. (1990): *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London, Sage.
- VAN DER BERGHE, P.L. (1994): *The Guest for the Other. Ethnic Tourism in San Cristobal, México*. Seattle, University of Washington Press.
- VISSER, G. (2003): «The local development impacts of backpacker tourism: Evidence from the South African Experience», *Urban Forum*, vol. 14, nº 2-3, pp. 264-293.
- VISSER, G. y BARKER, C. (2004): «Backpacker tourism in South Africa: its role in an uneven tourism space economy», *Acta Academica*, vol. 36, nº 2, pp. 97-143.
- VOGT, J.W. (1976): «Wandering: youth and travel behaviour», *Annals of Tourism Research*, vol. 4, nº 1, pp. 25-41.
- WELK, P. (2004): «The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 77-91.
- WESTERHAUSEN, K. (2002): *Beyond the Beach. An Ethnography of Modern Travellers in Asia*. Bangkok. White Lotus.
- WILSON, J. y RICHARDS, G. (2004): «Backpackers icons: influential literary 'nomads' in the formation of backpackers identities», en RICHARDS, G. y WILSON, J. (Eds.). *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 123-145.
- WILSON, J. y RICHARDS, G. (2008): «Suspending Reality: An Exploration of Enclaves and the Backpacker Experience», en HANNAM, K. y ATELJEVIC, I. (Eds.). *Backpackers Tourism. Concepts and Profiles*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 9-25.