



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Viaje de ida, ¿y de vuelta? Mochileras y cuestión de género
Nicolás Antedoro, Sofía Garayo, María Mercedes García y Dalma Junco
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 5, N.º 2, octubre 2019
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Viaje de ida, ¿y de vuelta? Mochileras y cuestión de género

Nicolás Antedoro

nicoantedoro@gmail.com

Sofía Garayo

sofia.garayo@gmail.com

María Mercedes García

mmercergarcia.96@gmail.com

Dalma Junco

juncodalma@gmail.com

Universidad Nacional de Quilmes
Argentina

Resumen

En el presente trabajo nos proponemos analizar la situación de jóvenes y adultas mochileras en los últimos años a través de una perspectiva de género y de seguridad. En un contexto de casos de crímenes y desaparición de viajeras argentinas, que tuvo lugar entre 1998 y 2016, pretendemos examinar qué propósitos tienen las mochileras a la hora de emprender un viaje en la sociedad patriarcal del siglo XXI. Además, realizaremos continuamente una comparación entre mochileros varones y mujeres a través de distintos testimonios obtenidos mediante entrevistas y encuestas. El objetivo es dar cuenta de las diferentes experiencias que ambos grupos transitan a la hora de viajar. El análisis se realizará haciendo hincapié en temáticas de género, desigualdad social y política de seguridad.

Palabras clave

Género, mochileras, identidad, cultura, inseguridad.

Recorrido. Introducción

El objetivo de este trabajo exploratorio es conocer cómo se proyectan las jóvenes y adultas mujeres dentro y fuera de su entorno al momento de viajar como mochileras, relacionando a su vez las nociones de cultura, comunicación, identidad y mediaciones. Analizaremos también cómo estas identidades se atribuyen tanto subjetivamente al igual que en colectivo, observando la relación de las mochileras en grupo y en espacios comunes para ellas. Por otra parte, veremos cómo es la identificación de las mismas con “los otros” ajenos a su estilo de vida. En adición, haremos una comparación entre las viajeras mujeres y los viajeros hombres, para entender en profundidad las diferencias existentes entre ellos.

El método que utilizaremos será el de entrevistas individuales y una encuesta compartida en distintos grupos de Facebook (Mochileros; Mochileros/as –Argentina-; Mochileros-Argentina; Mochileros/as de Argentina, entre otros),¹ con el fin de reunir los datos suficientes para complementar el estudio. Buscamos una delimitación del fenómeno basándonos en mujeres de entre 20 a 40 años que hayan viajado de mochileras en los últimos cinco años para las entrevistas. Además, para analizar la diferenciación entre mochileros y mochileras, el cuestionario de la misma está también dirigido a hombres viajeros.

El trayecto que recorreremos empezará con la identidad auto-otorgada de las mochileras, el intercambio de sentidos que las rodea y la llamada “cultura mochilera”. Siguiendo esta línea, veremos el lenguaje y los conceptos que son compartidos en esta misma cultura, la comunicación y sus interpretaciones.

Esbozaremos los propósitos y las razones para viajar de las mochileras. Finalmente, abordaremos las mediaciones de inseguridad que creemos existen de la mano de los medios masivos de comunicación. Esto lo veremos en conjunto con las relaciones entre viajeras y, como se dijo, entre mujeres y hombres. Continuamente respaldaremos las nociones que presentaremos gracias a los datos recopilados por las entrevistas y la encuesta.

Dentro de la mochila. Conceptos

Como primer término importante a desarrollar abordaremos el concepto de *identidad*, cuya función es la de separar fronteras entre un nosotros y los “otros” a

través de rasgos culturales distintivos. Explicaremos aquí la definición de identidad acuñada por Gilberto Giménez (2005), donde la identidad es la cultura interiorizada por los sujetos, que separa y contrasta su relación con otros sujetos, diferenciando a un grupo de individuos, de otros. Los sujetos definen sus diferencias respecto a otros mediante la auto-asignación de una serie de atributos culturales valorizados y estables en el tiempo que conforman la propia identidad. Cabe destacar que la identidad es tanto auto como alter atribuida. Esto quiere decir que no es suficiente que el sujeto perciba y acepte su identidad, sino que "los otros" también deben reconocer y aceptar esa identidad que se muestra. Nos proponemos en nuestro proyecto retomar esta definición de identidad para analizar cómo los diferentes atributos nombrados aparecen y se relacionan con los sujetos de trabajo.

Si mencionamos el concepto "identidad" necesariamente debemos abordar el de *cultura*, ya que estos son indisociables, están interrelacionados: el primero solo puede ser entendido en el marco del segundo, a través de símbolos, significados e imágenes que son compartidos entre los miembros de un grupo (Giménez, 2005). En esta línea, entendemos por cultura a los procesos sociales de producción, circulación y consumo de significaciones sociales (García Canclini, 1997), a un sistema de prácticas de valores que le dan sentido a la vida en sociedad. También es pertinente tomar el término *microcultura* utilizado por Carles Feixa (1999) a la hora de examinar las culturas juveniles. Este concepto nos compete ya que se trata de una circulación de significados ceñida a grupos delimitados de jóvenes en su vida cotidiana. Se trata, entonces, de momentos concretos de producción e intercambio de valores.

Así como no es posible entender "identidad" sin "cultura", sucede lo mismo con *comunicación*. Según Héctor Schmucler (1997) la comunicación es indivisible de la cultura, es imposible pensarla fuera de sus marcos. Esto es así porque a partir de la comunicación se construyen las identidades y los valores, los saberes y sentidos que constituyen el orden social. La negociación de sentidos que se da con la acción cultural únicamente puede existir y reproducirse gracias a la comunicación. Aquí veremos a la comunicación de manera interpretativa, haciendo hincapié en sus mediaciones, el flujo de significados y los estudios culturales. Hay que tener en cuenta que es la comunicación la que permite que la cultura y las identidades estén en perpetuo movimiento y no sean algo homogéneo, sino procesos sociales.

Según Guillermo Orozco Gómez (2002), la cultura fue una de las principales *mediaciones* que luego derivó en otras más específicas. En el presente trabajo vamos a utilizar el concepto de mediaciones entendido como "procesos estructurantes provenientes de diversas fuentes, que inciden en los procesos de comunicación y conforman las interacciones comunicativas de los actores sociales"

(Orozco Gómez, 2002: 26). Es decir, es aquello que media entre los emisores y las audiencias, y es una instancia donde se construyen significados y sentidos que son producidos y apropiados por las mismas. Pero también nos parece adecuado unir esta definición con los aportes de Jesús Martín-Barbero (2016), que explica que las mediaciones permiten pensar articulaciones, cambian la configuración de los sentidos; de ahí que la entendemos como producción de cultura. Las jóvenes mochileras son una fuente de mediación tanto dentro y fuera de su entorno, ya que pueden ser percibidas de distintas maneras según los distintos públicos.

Al centrar nuestro trabajo en mochileras mujeres, debemos establecer el concepto de *género*. Para Fundación Huésped, la organización nacional que trabaja en el área de salud pública, la noción de género se refiere a una construcción social y cultural binaria, diferenciando aspectos masculinos o femeninos que se le atribuyen a una persona. Esto puede corresponder o no con el sexo atribuido, y por sexo entendemos a las características biológicas y fisiológicas que tiene un individuo al nacer.

Cuando hablamos de *jóvenes* nos referimos, según la definición de las Naciones Unidas, a las personas con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años de edad. La UNESCO entiende que los jóvenes constituyen un grupo heterogéneo en constante evolución y que la experiencia de "ser joven", varía mucho según las regiones del planeta e incluso dentro de un mismo país. Pero debemos aclarar que en el trabajo analizaremos a jóvenes -adultos, aquellas personas que han dejado atrás la adolescencia y que todavía no han entrado en la madurez o adultez intermedia. Esta etapa es una de las más largas en la vida de las personas, y también una de las que más cambios incluyen; por eso, su estudio es fundamental para comprender las dificultades que los identifican.

Por último, con el fin de ayudar a la correcta comprensión del siguiente trabajo, pasaremos a explicar a qué nos referimos con *mochilero*.² Es la persona que viaja de forma económica, generalmente con una mochila a sus espaldas. Sin embargo, detrás de este término se esconde algo más: una actitud y una filosofía. Tienen una pasión por el viaje y le dan mucha importancia al lugar de destino como al propio viaje o desplazamiento. A diferencia del turismo tradicional, el movimiento mochilero busca un contacto más cercano y auténtico con la cultura local, sin programas y con toda la flexibilidad del mundo para variar el itinerario en un momento dado. A partir de esta definición, volvemos a aclarar que nos enfocaremos particularmente en las mochileras (mujeres).

Mochila sí, valija no

Una de las cuestiones principales que queremos tratar es cómo se auto-perciben las mochileras, cómo se reconocen. Aquí es donde abordamos el término "identidad", entendido como un atributo relacional de los actores sociales (Giménez, 2005). La propia identificación como mochileras implica una asignación, algo que las define; esto es, palabras y sentimientos que representen cómo es ser mochilera.

De las ocho entrevistas realizadas, notamos que una de las características más repetidas es la "libertad" de las mochileras. Ser libre radica aquí en no estar atada a nada, poder ser espontánea y meterse de lleno en la situación y el lugar. En esta misma línea, se mencionó varias veces la palabra "coraje"; esto es, según Milagros (23): "Estar dispuesto a que surja lo que surja, sea bueno o malo".

Gilberto Giménez habla de parámetros de actores sociales, quienes se encuentran en procesos de socialización y aprendizaje, es decir, se están haciendo constantemente (2005). Esto lo pudimos notar en la mayoría de los casos de estudio donde las mochileras contaban que viajan para contemplar diferentes personas, lugares y culturas. En palabras de Evelin (28): "Lo que más me gustó sin duda es el conocer. Conocer culturalmente creo que es de lo más enriquecedor. Conocer otra gente que está en otras condiciones y personas mucho más humildes que vos, que te brindan todo, y creo que eso es de lo más lindo".

Pero hay que contemplar que además de la auto-adjudicación, los sujetos sociales deben definirse a partir de los "otros". Aunque muchas de las entrevistadas dijeron que cualquiera puede ser mochilero, otras remarcaron la importancia de ciertos atributos que deben tener. Dentro de ellos mencionaron "salirse de la zona confort", la curiosidad y ser aventurero. A partir de estas afirmaciones, nosotros suponemos que ellas se apropian de estas cualidades, diferenciándose del resto.

Un atributo particularizante, según Giménez (2005), puede ser un objeto entrañable que poseen, y en este caso son las mochilas. Nosotros entendemos que nuestras entrevistadas eligen sus mochilas teniendo en cuenta diferentes aspectos, tales como la contextura física o las necesidades básicas, y esta se convierte en un elementopreciado e indispensable del viaje. Algunas mochileras definen a la mochila como su compañera, "su casita" (Belén, 24). Por otra parte, otra entrevistada (Evelin, 28) nos confesó que ella "antes viajaba con valija", de una forma despectiva, marcando una diferencia sustancial entre mochila y valija, concluyendo que "la mochila es todo lo que está bien", es la esencia del mochilero. Es imprescindible la identidad que es atribuida por los demás, esto ayuda a conformar la idea que uno tiene sobre sí mismo. En el entorno de las mochileras circulan varias significaciones a su alrededor. Por ejemplo, Mariana (31) contó que

su madre le dijo "estás loca" por querer viajar como mochilera; por su parte, Gabriela (39) dijo que según los medios los mochileros son "hippies roñosos que venden artesanías". Incluso a su padre no le gustó la idea de que sea mochilera, pero al mismo tiempo fue él quien la "inició"³ y la incentivó. Sobre esto Giménez aborda el fenómeno de "reconocimiento", explicando que no tratan de ser prisioneras de cómo las ven los demás. Es decir, luchan para que los demás las reconozcan como ellas quieren definirse, mientras los "otros", los no mochileros, les imponen sus propias definiciones.

"Ser mochilero no es una categoría única, sino que dependiendo de cómo sos como persona vas a adoptar tu forma de serlo", declaró Milagros (23). A partir de esto, un concepto problemático que apareció entre nuestras entrevistadas es el de "hippie con OSDE". Para Camila (25), este viajero es aquel que intenta no hacer grandes gastos pero que puede darse ciertos gustos o lujos. Observamos que hay discusiones sobre si "hippie con OSDE" debería ser considerado como mochilero o no. Para algunas sí lo sería porque comparte las características que mencionamos con anterioridad, estas son, ser libre, abierto, aventurero. Sin embargo, otras opinaron que esta clase de viajero es más bien elitista; por ejemplo, Milagros (23) confesó: "Yo hoy no puedo ser mochilera porque estoy más aburguesada; busco otras cosas, estar en un solo lugar, con mi gente". Aquí ella misma se aparta de la idea de mochilera y marca una frontera con los "otros" mochileros.

Observamos, a su vez, ciertos tipos de viajeros que entran en subcategorías de mochileros. Por ejemplo, personas que viajan en motorhome, hostels o carpa; otros que viajan con ahorros o que se van sin dinero y realizan voluntariados; algunos que viajan hace años y en comunidades, aislados de la sociedad; por último, los que hacen dedo y los que no se animan. Por otra parte, encontramos que identificaron a los "otros" que no podrían ser mochileros. Entre ellos se encuentra el "all inclusive", aquel acostumbrado al lujo y al servicio, mucho más que el "hippie con OSDE". También está el turista convencional, adepto a visitar los lugares más populares, cuando en contraste "el mochilero huye de lo que está superpoblado" (Mariana, 39). Pero, sobre todo:

"Las personas que no pueden ser mochileras son las que no pueden adaptarse a situaciones adversas, porque siempre se van a presentar momentos no muy cómodos y hay que saber lidiar con eso. Hay que estar dispuestos a sentirse como en casa en cualquier lado, a una persona muy aferrada a las cosas le va a costar más. Es necesario practicar el desapego con todo, con los lugares, las personas, las cosas materiales, porque todo va y viene. Todos podrían ser

mochileros si están dispuestos a dejar todo y arriesgar un poco” (Belén, 24).

Haciendo dedo

“No existe cultura sin sujeto, ni sujeto sin cultura” (Giménez, 2005), por ello, habiendo recuperado las diferentes nociones de identidad que aparecieron en las entrevistas, analizaremos ahora el entorno cultural de los mochileros. Para esto tomaremos en cuenta tanto las entrevistas como la encuesta realizada en diferentes grupos de Facebook. A partir de las experiencias recopiladas, descubrimos que estos grupos son muy importantes para los mochileros, ya que una de las cosas más valiosas, como ya se dijo, es el conocer a otras personas, conversar e intercambiar significaciones. Se van construyendo redes de relaciones mediante las cuales los mochileros se pasan consejos, se ayudan y crean nuevos vínculos.

“A mí me pasó en Trinidad, Cuba, me alojé en la casa de una señora de 80 años que le decían Cuqui. Yo me sentaba a tomar mate y junto con ella mirábamos las novelas cubanas todas las tardes mientras ella tomaba su té. Cuando volví en marzo una mujer de Lujan me contactó por Facebook para darme una sorpresa, que era un video de Cuqui saludándome, diciéndome que me extrañaba. Eso es la diferencia entre el turista y el viajante, este último se mete más adentro de esa realidad, extiende lazos afectivos” (Mariana 31).

Mariana realiza aquí una diferenciación entre turista y viajante, distinción que hemos mencionado antes. Volvemos a remarcar esto porque lo observamos también en otras entrevistadas. Como por ejemplo Gabriela (39) que explica cómo el turista, frente a un recital, se queda quieto sacando fotos y el mochilero en cambio “se mete” a bailar con los habitantes del lugar, se involucra con el evento, con la gente y con lo que pasa.

Según los datos de la encuesta, hacer dedo es una parte muy importante de la cultura de los mochileros, llegando a ser, para algunos, algo fundamental para quien viaja con mochila, y recomiendan hacerlo. En cambio, algunas entrevistadas confesaron el “miedo” que sienten a la hora de hacer dedo en la ruta. Por ejemplo, Milagros (23) nos contó: “yo no me animaba a hacer dedo, no por mí, sino por mi familia, porque me habían dicho que me podía pasar algo, que soy una mujer, no me voy a poder defender y que no me va a cuidar nadie”. Entendemos que este

temor está atravesado por estigmas hacia la mujer al momento de tomar esta decisión. Evelin (28) también remarca que no se anima todavía a hacer dedo “en gran parte por todo eso de “sos mujer y estás sola””.

Sin embargo, Azul (22) cree que a los hombres no los levantan tan rápido como a las mujeres. Nos contó que conoce mochileros que han estado horas en la ruta haciendo dedo mientras que a las mujeres las levantan al poco tiempo: “la gente que levanta tiene un poco de miedo, piensan que es más factible que un chabón te robe”.

Les preguntamos a nuestras ocho entrevistadas si encontraban alguna diferencia entre hombres mochileros y mujeres mochileras. Más de la mitad creen que sí la hay, por un tema de seguridad y fuerza física. Dos de las entrevistadas consideran que hay cierta igualdad de género dentro de la comunidad mochilera. Evelin (28) nos comenta que a su vez se está desarrollando al interior de la cultura mochilera un movimiento feminista, a través de grupos de Facebook, que intenta hacer sentir más seguras y cómodas a las mujeres viajeras.

Esto último lo pudimos ver, a su vez, con el hashtag #QuieroViajarSola, que circula en las redes sociales. Este movimiento ciberactivista pretende dar información para las mujeres que tengan pensado viajar solas pero que se sienten inseguras.

También tiene cuenta de un grupo de Facebook de nombre homónimo en el cual las viajeras interesadas tienen un espacio para hacer preguntas y compartir experiencias de viaje. En la página web correspondiente al hashtag, aparece la pregunta “¿Por qué es una comunidad solo de y para mujeres?”, y la respuesta que se da es:

“Creemos que todo el mundo, sea hombre o mujer, debería poder viajar en solitario al menos una vez en la vida. Ahora bien, también creemos que las mujeres lo tenemos más difícil a la hora de hacerlo. Desde siempre nos han enseñado cosas como que no debemos salir solas o hablar con desconocidos, por lo que las inquietudes que invaden a una mujer a la hora de viajar se multiplican. Creemos que ayudar a las mujeres a perder el miedo a salir solas a la calle y explorar el mundo es una vía más para luchar por la igualdad” (Quiero viajar sola, 2018).

Además de este grupo de Facebook, en la plataforma encontramos otros que ayudan a las mochileras a comunicarse entre sí y a darse consejos sobre el viaje, como por ejemplo el de “Mochileras y Viajeras”; “Mochileras y Mujeres Viajeras”; y “Mochileras/Viajeras Argentina”.

Nos parece interesante indicar los conceptos que los propios mochileres consideran como lo mejor de su experiencia y de su estilo de vida. De 255 cuestionarios, el 24% dijo "libertad", 7,5% "aventura" y 5,5% "conocer". Otras respuestas fueron: "fortaleza", "autosuficiencia" y "felicidad", entre otras. A su vez, les preguntamos lo peor de ser mochilero, y rompiendo toda expectativa que teníamos hubo una tendencia en la palabra "nada" en un 13,5%. Luego le sigue la palabra "incertidumbre" con 6,9%, y "cansancio" con 6,5%. Queremos destacar también las palabras "inseguridad" e "incomodidad" con 6,1%; y las palabras "discriminación" y "ser mujer" con un 1,6%. Esto último, si bien no es un nivel alto, es un porcentaje que existe.

Pensamos que es útil entender estas respuestas y su importancia teniendo en cuenta el entorno cultural al que hace referencia Gilberto Giménez (2005), pero entendiendo "cultura" desde la mirada de Néstor García Canclini (1997). Nos preocupa destacar la llamada "cultura mochilera", fijada en un entorno lleno de significados diversos y, por lo general, ampliamente compartidos. Las palabras que expusimos en el párrafo anterior comprenden este entorno, esta cultura, mediante procesos sociales que implican intercambios de sentidos. Pero, al mismo tiempo, hay que tener en cuenta que estas nociones expresadas por las entrevistadas y personas encuestadas tienen lugar en un aquí y ahora, y al estar la cultura en movimiento constante, el día de mañana podrían ser diferentes. Es por ello que pensamos que la "cultura mochilera" sería mejor entendida dentro del concepto de "microcultura" (Feixa, 1999), porque este permite delimitarla a situaciones específicas de circulación de sentidos. Esto quiere decir, entonces, que la "cultura mochilera" está especificada en personas, momentos y valores determinados.

Plan de viaje

A partir de los datos recolectados nuestra primera certeza es que el plan de viaje se va dando en el momento, tiene una cualidad de espontaneidad. Sin embargo, hay ciertos rasgos que necesitan ser organizados con anterioridad, resultando indispensables. El hospedaje (por lo general hosteles), los documentos, el pasaporte y dinero en efectivo. Otras alternativas observables son el uso de carpa, tarjetas de crédito y débito, el voluntariado para hospedarse o trabajos en locación, en menor medida. Nos llamó la atención que, en comparación al micro, el avión es el medio de transporte más utilizado; aun así, el viajar a dedo es el método más elegido, ya que el 72% de las personas encuestadas ha hecho dedo para llegar a su destino.

Consideramos que otros aspectos que configuran la identidad de las mochileras son las metas y propósitos que las ayudan a viajar. Así, por ejemplo, varias de las entrevistadas al momento de iniciar sus viajes pasaron por un momento crítico en su vida personal. Algunos de estos fueron rupturas de relaciones amorosas largas y la búsqueda de su ser interior/personalidad. Azul (22) contó: "mi ex me limitaba a viajar de mochilera, ahora tengo libertad para hacer un montón de cosas". Por su parte Evelin (28) dijo: "estaba en un quiebre con la carrera de abogacía y, también, en un proceso mío de aceptación, en cuanto a mi sexualidad y otras cosas que estaba atravesando. Viajar siempre fue un punto de encuentro. De hecho, cada vez que viajo es como encontrarme".

Se puede entender esto desde los parámetros de actores sociales explicados por Gilberto Giménez (2005), donde plantea que estos están "dotados de alguna forma de poder, en el sentido de que disponen, siempre, de algún tipo de recursos que les permiten establecer objetivos y, movilizar los medios para alcanzarlos". También tienen un proyecto (o múltiples) para el futuro en una estrecha relación con su identidad, derivan de la imagen que tienen de ellos mismos y de sus aspiraciones. Sin embargo, en la encuesta observamos otros tópicos, como por ejemplo, "conocer el mundo" con un 57,1%; "viajes con amigos y parejas" con 22,8%; "experiencia de conocidos" con 3,9%; y "año sabático" con 3,1%. Creemos que en las entrevistas se dieron respuestas con rasgos más identitarios en comparación a la encuesta. A partir de los cuestionarios, notamos patrones culturales y comunicacionales en cuanto a las motivaciones para viajar, es decir, desde el intercambio de sentidos, lo interpretativo cultural. Esto aparece en los consejos y costumbres de las personas que desean viajar, y también comprende lo que es la "cultura mochilera".

Intuición viajera

Al comenzar el trabajo tuvimos el prejuicio de esperar que las mochileras nos hablaran sobre los riesgos que implica este estilo de vida, de ser mujer viajera. No obstante, nos encontramos con mujeres libres de inseguridades y dispuestas a emprender un viaje de forma independiente, ya sea solas o acompañadas. Preguntamos en la encuesta qué hechos de inseguridad habían experimentado en sus viajes. Para nuestra sorpresa, el porcentaje más alto de estas respuestas fue el de "robo" con 59,6%. Por otra parte, entre las mujeres el porcentaje de abusos fue de 19,3%, demostrando ser mucho más bajo de lo que nos esperábamos. Nos preguntamos entonces: ¿de dónde proviene este presupuesto de que una mochilera sufrirá ciertos tipos de peligros?

Entendemos que existen mediaciones de inseguridad creadas principalmente por los medios masivos de comunicación. Esto se ha dado a partir de los distintos casos de crímenes y desapariciones de mochileras, como el de María Dolores Sánchez e Irina Montoya que ocurrió en 1998; la desasosiega desaparición de María Cash en 2011; y el femicidio más reciente de las dos amigas mendocinas, María José Coni y Marina Menegazzo, en 2016.

Una entrevistada nos comenta sobre este último caso:

“Vi muy poco en los medios sobre eso, pero me costó estar en Montanita (Ecuador) cuando mataron a las dos chicas mendocinas en ese pueblo. Yo las había conocido en la playa unos días antes de su desaparición. Todo el pueblo se revolucionó y los medios en Argentina empezaron a decir cualquier barbaridad, y del hecho de viajar, como si la culpa fuera de ellas por estar al costado de la ruta y por hablar con hombres de noche. Obviamente el titular siempre ve ‘Dos mujeres viajando *solas*’, como si viajar con otra mujer no contara como viajar *juntas*” (Belén, 24).

A partir del tratamiento que los medios masivos les dieron a estos casos se construyen estas mediaciones de inseguridad, que pensamos producen incertidumbre y miedo en las personas. Así, se producen articulaciones que estructuran los modos en que las personas interactúan. Esto podríamos relacionarlo con el concepto de “pánicos morales” de Kenneth Thompson (2014), que explica que los medios profundizan la situación de riesgo. Según el autor, estos han logrado destruir el muro que separaba lo público de lo privado y han instalado las imágenes de la amenaza en los hogares, creando el pánico moral en todo su esplendor. Penetran casi totalmente en nuestras vidas, y esto lo podemos percibir en cuanto al miedo que plantean sus familiares y amigos no mochileras. Este “pánico” es visible en las personas, mas no en todas las mochileras:

“Los medios imponen ese discurso machista que la mujer sola no puede viajar, que debe tener más cuidado. Sí, es verdad que hay que tener más cuidado, pero me parece que de ahí a no poder hacerlo no tiene nada que ver. Es obvio que los medios digan eso porque obedece al discurso, a la realidad que estamos viviendo. Por suerte cada vez se está modificando más, y yo creo que se va a seguir modificando” (Mariana, 31).

Al mismo tiempo, notamos que algunas de las entrevistadas perciben que cada vez son más las mujeres que se animan a "mochilear" solas. Creemos que la seguridad que ellas tienen para viajar recae en el poder y libertad de decidir sobre sus viajes, elegir dónde ir, cómo ir, qué hacer y qué no. Sintetizando, en palabras de Evelin (28): "Yo viajaba siempre con mi hermana y ella tenía que estudiar, no nos daban los tiempos y me largué. Fue lo mejor que hice, creo que lo más lindo que puedes hacer es viajar sola". Descubrimos, entonces, que los prejuicios de inseguridad median nuestras relaciones sociales, pero está en cada quien dejarse terciar o no.

Vuelta a casa. Conclusión

En el comienzo de nuestro trabajo partimos con la idea de que quizás había un riesgo al ser mochilera mujer, con el peso que tiene serlo en una sociedad patriarcal en la actualidad. Pero a lo largo de nuestro viaje, mediante las entrevistas y encuestas realizadas, notamos que son más las mujeres que emprenden el camino de la "cultura mochilera" sin estar junto a alguien, a diferencia de los varones. A su vez, la complejidad que nosotros pensábamos que había con respecto a hacer dedo, se encuentra presente entre mujeres mochileras y varones mochileros. Sin embargo, lo que nos sorprendió fue que varias mochileras recomendaran esa experiencia, mientras que algunas pocas decían tener "miedo" de realizarlo.

Respecto a la "cultura mochilera", pudimos notar que no es "realizar un viaje así nomás", sino que se trata de un estilo de vida que conlleva una mínima preparación antes de efectuar el viaje, pero decidiendo los destinos durante el mismo. Cuando hablamos de "decidir", hacemos referencia a la palabra que utilizaron la mayoría de nuestras entrevistadas, de tener la libertad de elegir cómo, cuándo y a dónde ir. También observamos que las personas mochileras tienen la cualidad de "curiosidad", mencionada a su vez en las entrevistas. Según Gabriela (39) esto es importante, pero además nos dice: "yo no te puedo contar la experiencia de mochilero si vos no la vivís, si no la experimentas, porque es una experiencia que lleva tantos pasos. Hay que vivirla, hay que transitarla. Es una forma de vivir, un estilo de vida". Entonces, tal parece, podemos detenernos a examinar e identificar a las mochileras, pero para ellas se necesita tener una cierta mirada, ser parte de la "cultura mochilera" para poder comprenderla en su totalidad.

Finalmente, vale repetir nuestra sorpresa al descubrir, mediante los datos recolectados, que el "peligro" que atraviesa las conversaciones sobre las mochileras no es más que una parte de las mediaciones que existen entre los medios de comunicación y las audiencias. Estas inseguridades que se dan en la sociedad son

las que articulan la relación entre viajeras y familiares/ amigos/ conocidos. Sin embargo, no necesariamente llegan a influenciar a las mochileras, ya que efectivamente muchas entrevistadas y encuestadas dieron su parecer sobre lo maravilloso que es viajar con una mochila en sus espaldas. Entonces llegamos a la conclusión que este tipo de viajes no tienen retorno porque ser mochilera constituye, como ya se dijo, un modo de vivir. La mayoría de las viajeras vuelven, felices, con ganas de más viajes por venir. Pero esto no quiere decir que el pequeño número de víctimas conocido sea inexistente. No hay que dejar pasar estos sucesos, pero al mismo tiempo, no hay que caer en la falacia de que todas las mochileras no volverán de sus viajes.

Bibliografía

- Feixa, C. (1999). *De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*, Editorial Ariel, Barcelona, España.
- García Canclini, N. (1997). *Cultura y comunicación: entre lo local y lo global*, Ed. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Schmucler, H. (1997). *Un proyecto de comunicación/cultura*, en Memoria de la comunicación. Buenos Aires.
- Thompson, K. (2014). *Pánicos Morales*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Revistas

- Orozco Gómez, G. (2002). *Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales*. En revista Signo y pensamiento, N° 41, Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

Sitios web

- Giménez, G. *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. En 3er Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005. <https://academia.edu/documents/LA_CULTURA_COMO_IDENTIDAD_Y_LA_IDENTIDAD_COMO_CULTURA.pdf>, (última visita: 27/06/19).
- Gómez, E. (2018). *#QuieroViajarSola*. España: Quiero viajar sola. En línea: <https://www.quieroviajarsola.com/> (última visita: 27/06/19).
- Martín-Barbero, J. *Las mediaciones*. 2016. En línea: <<https://www.youtube.com/watch?v=kz6wEQVCsPI>>, (última visita: 27/06/19).

Notas

¹ Mochileros/as "Argentina" / "Backpackers"; Mochileros/as de Argentina; Mochileros/as LGBT (Argentina); Mochileros y viajeros de Chile; Viajar al sur argentino (mochileros); Mochileros argentinos; Mochileros en el sur de Argentina; Sudamérica para Mochileros; Mochileros argentinos por el mundo; entre otros.

² Haremos uso del concepto *mochilere* en lenguaje inclusivo porque creemos que al tratarse de un trabajo con perspectiva de género es imprescindible no caer en generalizaciones. Sin ir más lejos, en la encuesta aparecieron respuestas de personas que se autoidentificaban como queer, no binario y transgénero. Sin embargo, no usaremos esta modalidad en su totalidad porque todavía no está impuesta completamente, solo en ciertos grupos sociales.

³ Utilizamos la palabra "iniciar" porque la entrevistada se refiere a que para ser mochilere alguien debe iniciarte, como si fuera una "secta".