

Cicloturismo: un abordaje desde el concepto estrategia de viaje.

Di Croce Garay, Silvana¹

Ferretty, Emmanuel²

Resumen

En la actualidad, es posible observar personas en bicicleta que, en solitario o en grupos, transitan las calles de las ciudades, caminos rurales y otros impensados, así como rutas de todo el mundo. Resulta difícil negar que los usos de la bicicleta como medio de transporte urbano y con el objetivo de hacer turismo se han extendido y popularizado.

En este trabajo, abordamos la práctica del cicloturismo en una de sus modalidades (como práctica autogestionada) a partir del concepto estrategia de viaje, que nos encargaremos de esbozar en el desarrollo.

La importancia de este concepto reside en que pensar y diagramar una estrategia de viaje posibilita concretarlo en los mejores términos posibles y disfrutar del mismo. En este sentido, este concepto no puede desvincularse del proyecto de viaje, es decir, de los deseos, aspiraciones, intereses, necesidades y perspectivas del mundo, de los agentes sociales que lo crean y particularizan.

Palabras clave

Cicloturismo - proyecto de viaje - estrategia de viaje - deseos - práctica autogestionada.

1. Dos modalidades de la práctica: “empresarial” y “autogestionada”.

¹ Departamento de Educación Física.
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE).
Universidad Nacional de la Plata (UNLP).

² Departamento de Educación Física.
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE).
Universidad Nacional de la Plata (UNLP).

A nuestro entender, existen dos modalidades en las que se realiza cicloturismo. Por un lado, la modalidad que llamamos empresarial se caracteriza por ser una propuesta de una empresa generalmente radicada en lugares turísticos o en otras ciudades en donde resulta necesario el traslado.

Por lo general en este tipo de oferta el viaje se vende como un “paquete”, en donde está definido de antemano el o los lugares a recorrer, el cronograma de actividades, los tiempos de descanso y alimentación, entre otros. En el caso de ser necesario, hay algunas empresas que ofrecen el préstamo o alquiler de bicicletas, y otros elementos relacionados con la actividad: carpas, bolsas de dormir, indumentaria térmica, casco, entre otros.

Esta modalidad cuenta con uno o más guías capacitados que dirigen el viaje, y que no solamente son los encargados de explicar cuestiones relacionadas al cicloturismo sino que también informan acerca de las particularidades turísticas de los lugares a recorrer.

A diferencia de esta modalidad, la autogestionada se caracteriza por ser una práctica en la cual el/los protagonistas del viaje, son los que definen aquellas variables que en la modalidad anterior ya están diagramadas. En este sentido es que el concepto *estrategia de viaje* cobra mayor relevancia ya que todas y cada una de las decisiones son resueltas por el/los cicloturistas.

En síntesis, el criterio que nos permite comparar y diferenciar a estas dos modalidades de la práctica es la capacidad y la libertad de los cicloturistas para decidir y definir cuestiones relacionadas con el viaje. Respecto de estas decisiones, en el próximo apartado elaboraremos el concepto de estrategia de viaje.

2. Creando la estrategia de viaje:

Como el título lo menciona, realizamos un abordaje de la práctica cicloturística a partir del concepto *estrategia de viaje*. Este es producto de nuestro modo de pensar y representar el cicloturismo.

La estrategia de viaje como creación o construcción de los cicloturistas implica un conjunto de decisiones y acciones orientadas a gestionar y concretar un viaje. Estas comienzan a pensarse incluso antes del inicio del mismo, durante

el viaje pueden ser modificadas (o no) y concluido el mismo, constituyen la base para pensar nuevas travesías. Es decir, nunca se deja de elaborar una estrategia de viaje.

En la medida en que dichas estrategias son construcciones particulares de cada viajero, estas constituyen “(...) *líneas de acción objetivamente orientadas que los agentes sociales construyen sin cesar en la práctica y que se definen en el encuentro entre el habitus y una coyuntura particular del campo*” (Bourdieu, 1995:89).

Es decir, en tanto agentes sociales, estos ponen en juego su subjetividad, capitales, saberes, trayectorias, en un espacio social que denominamos el campo de la cultura corporal³. Hipotéticamente, las prácticas ligadas al turismo aventura podrían constituir un sub-campo y el cicloturismo una práctica corporal que pertenece a ese sub-campo.

Como hemos mencionado, la estrategia de viaje supone decisiones antes, durante y después de viajar. Sin embargo, previo a las decisiones iniciales existe lo que denominamos *proyecto de viaje*. Este está íntimamente ligado a los deseos y aspiraciones de los viajeros de realizar turismo. El proyecto de viaje se traduce en la elección de un destino y una fecha estimativa para viajar.

a. Antes:

Las decisiones previas al viaje van a depender en gran medida de cómo fue pensado el proyecto de viaje. Desde el momento en el que se elige un destino a conocer, estas decisiones se orientan a recolectar información acerca del mismo. Esta información incluye: características climáticas de la época en la que se pretende viajar, los puntos turísticos a conocer, distancias entre los mismos, estado de caminos y rutas, entre otros. El hecho de contar con esta información es de suma utilidad para comenzar a confeccionar el cronograma de viaje, es decir, trazar un recorrido que incluye las distancias parciales con sus respectivos descansos según los días de pedaleo.

³ El término cultura corporal no solo hace referencia a aquellos saberes y prácticas tradicionales con los que se vincula a la Educación Física sino también a las emergencias culturales, nuevas tendencias y prácticas actuales.

Además, la elección del destino va a influir sobre el equipamiento de viaje. Por ejemplo, las características de los caminos harán que se opte por determinado tipo de cubiertas, las condiciones climáticas determinan la elección de la indumentaria así como también de los materiales de camping (carpa, bolsa de dormir, aislante térmico), las distancias a recorrer por día determinarán la elección de días de descanso. Estas son algunas de las situaciones que se contemplan en el antes de una travesía.

Resumiendo, es en esta etapa donde el/los futuros viajeros comienzan a “vivir” de una u otra manera el viaje. El proyecto de viaje, los deseos y aspiraciones que lo hicieron nacer, comienzan a plasmarse en las decisiones que caracterizan a esta primera parte.

b. Durante:

En esta etapa comienza el viaje propiamente dicho. Los cicloturistas tratarán de cumplir con el cronograma antes confeccionado pero generalmente se presentan situaciones que pondrán en cuestión las decisiones previas a la realización del viaje.

Por un lado, las condiciones climáticas adversas (fuertes vientos, tormentas, lluvias, temperaturas extremas, nieve) dificultan y en algunos casos impiden el pedaleo de uno o más días. El cansancio que puede producir una jornada extensa o el que se “acumula” luego de varios días, llevan a tomar nuevas decisiones en relación a los días de pedaleo y de descanso. Así como cualquier desperfecto mecánico o incluso lesiones, caídas, llevan a la modificación del cronograma.

Por otro lado, existen otras condiciones que también llevan a cambiar de planes. Lo que genera en el viajero la belleza de un lugar, la calidez de su gente y lo que respecta a su cultura, puede que se lleve a decidir permanecer más días modificando así jornadas posteriores.

Estos son algunos ejemplos de situaciones por las cuales la estrategia de viaje se modifica, sea ante lo imprevisible o lo elegido.

c. Después:

Una vez finalizado el viaje, comienza un tiempo de reflexión, de balance, acerca de si las expectativas y los proyectos que se pensaron en un primer

momento se cumplieron. En el caso de no ser cumplidas, en qué medida esto enriqueció o afectó el viaje. Además, se analizan las decisiones y los contextos en las que fueron tomadas, reconstruyendo las situaciones y los hechos más significativos.

Los deseos que dieron forma al proyecto de viaje se cumplieron y dejan recuerdos en la memoria del viajero. Puede surgir un nuevo deseo de regresar al mismo lugar pero éste será diferente al que se tenía en un primer momento.

El hecho de analizar, reflexionar y reconstruir momentos significativos del viaje lleva a nuevos deseos, que llevarán a pensar la posibilidad de un nuevo proyecto de viaje.

3. A modo de síntesis:

El concepto estrategia de viaje es una herramienta fundamental en nuestra perspectiva acerca del cicloturismo en su modalidad de práctica autogestionada.

A nuestro entender, este concepto tiene tres características centrales. La primera es que las decisiones y acciones que se toman antes, durante y después de viajar son dinámicas y por lo tanto están sujetas a ser modificadas en el transcurso del viaje. En consecuencia de esta se desprende la segunda característica: una cierta relación dialéctica entre los momentos que llamamos *antes*, *durante* y *después*. La tercera tiene que ver con los propios agentes sociales ya que son los únicos protagonistas de su viaje. En este sentido, es que las estrategias de viaje se complejizan a medida que se incrementa el número de viajeros en un mismo proyecto. Para que esta estrategia resulte exitosa es fundamental que exista un vínculo de confianza entre los cicloturistas.

Referencias bibliográficas:

Augé, M. (2009). *El elogio de la bicicleta*. Gedisa, Barcelona.

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995). Primera Parte. Capítulo II: "La lógica de los campos" y capítulo III: "Habitus, illusio y racionalidad" en *Respuestas por una antropología reflexiva*, México, Grijalbo.

9º Congreso Argentino y 4 Latinoamericano de Educación Física y Ciencias
Departamento de Educación Física
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de La Plata