

旅行

viatge

独自旅行

viatge en solitari

L'experiència de viatjar sola

Estudi qualitatiu fenomenològic sobre el *solo travel*
de la dona a la Xina



© Daniel Pau Isern Moreno, 2020

Tutor: Dr. Jaume Guia

后游

寺忆曾游处

桥伶再渡时

江山如有待

花柳更无私

野润烟光薄

沙暄日色迟

客愁全为减

舍此复何之

hòu yóu

Recordo el temple i el pont, al creuar-los,

aquesta vegada sento més amor, i més llàstima.

Sembla que el país m'espera, amb tota la bellesa,

les flors i els arbres em contempen de manera altruista.

La llum del matí humiteja el terra

els raigs de sol mostren a la sorra que arriba el vespre.

La melangia de ser un visitant queda alleugerida.

Quin millor lloc però, per descansar?

RESUM

El viatge en solitari és una experiència única, provocada per una sèrie de motivacions i intencions individuals, les quals varien en funció del gènere, l'edat i la cultura. Amb el desenvolupament de la societat, la modalitat *solo travel* s'ha convertit en una tendència global.

La Xina és una de les civilitzacions més antigues, amb una història mil·lenària i una gran riquesa cultural. La globalització, l'apertura al capitalisme del règim xinès, i el progressiu alliberament de la dona estan produint un fenomen actual insòlit; que hi hagi més dones xineses que homes realitzant viatges en solitari. Mitjançant la fenomenologia hermenèutica, intentarem comprendre aquest paradigma analitzant els antecedents socials, els condicionants actuals i el testimoni personal de set viatgeres que ens parlaran del seu abans, del seu durant i del seu després del viatge.

【Paraules clau】 solo travel, tendència, motivació, hermenèutica i experiència

Un cop acabat el meu estudi, considero molt important agrair a totes les persones que m'han ajudat durant aquest procés. Primer de tot vull dedicar aquest treball als meus estimats pares, Fuensanta Moreno i Jordi Isern, per haver estat al meu costat cada dia, i pel seu suport incondicional en forma d'aportacions i consells.

Aquesta recerca tampoc hauria estat possible sense l'ajuda de la meva parella, Feng Jie, pels esforços en contactar viatgeres xineses que reunissin els requisits per a l'entrevista.

En tercer lloc expressar la meva gratitud al tutor del treball, el Dr. Jaume Guia, el qual des d'un principi va mostrar molt d'interès pel tema escollit i em va donar les indicacions pertinents per saber el camí a seguir. Ha estat un element puntal per tots els aclariments i orientacions en els moments de dubte.

Cal reconèixer també l'ajuda de la Conxa Moreno, la Marta Bosch, en Joan A. Parés i la Berta Cabré.

Finalment voldria valorar a les set protagonistes del treball, MA, XY, YC, LX, SD CX i WH, les quals van accedir des d'un primer moment a formar part de la recerca, i per la seva posterior col·laboració amb l'autor.

Daniel

El 14 de Juny de 2020

Índex

1. INTRODUCCIÓ	1
1.1 CONTEXT HISTÒRIC.....	3
1.1.1 <i>El nou turisme</i>	3
1.1.2 <i>El drac adormit</i>	4
1.2.3 <i>Conflicte entre cultura i desenvolupament</i>	5
1.2 MISSIÓ I VISIÓ.....	6
1.3 OBJECTIUS DE LA RECERCA.....	7
1.4 ESTRUCTURA DEL TREBAL.....	8
2. MARC TEÒRIC	10
2.1 EL VIATGE EN SOLITARI.....	11
2.1.1 <i>Evolució de les motivacions</i>	12
2.1.2 <i>Impediments del viatge</i>	14
2.1.3 <i>Construcció de la imatge</i>	15
2.2 IMPACTES DE LA CULTURA XINESA EN EL VIATGE.....	16
2.2.1 <i>和 – La cultura de l’harmonia</i>	17
2.2.2 <i>De la cultura tradicional al female solo travel</i>	18
2.3 CONCLUSIONS DEL MARC TEÒRIC.....	19
3. METODOLOGIA	21
3.1 PARADIGMA DE L’INVESTIGACIÓ.....	22
3.2 MÈTODE DE LA RECERCA.....	24
3.2.1 <i>Estratègia de l’entrevista</i>	24

3.2.2 <i>Procés i anàlisi de dades</i>	25
3.2.3 <i>Dades de les entrevistades</i>	26
3.3 LIMITACIONS DE LA RECERCA.....	28
4. ANÀLISI EMPÍRIC	29
4.1. INTRODUCCIÓ.....	30
4.2 LES PROTAGONISTES.....	31
4.3 TEMÀTIQUES.....	35
4.3.1 Motivacions personals. <i>El projecte</i>	36
4.3.2 Condicionaments socials. <i>Influències i dificultats de l'entorn</i>	42
4.3.3 Plans i preparació. <i>Factors a tenir en compte</i>	44
4.3.4 El viatge. <i>L'experiència viscuda</i>	48
4.3.5 Immersió cultural i mimetisme. <i>Aprenentatge i transformació</i>	51
4.4 ANALISI DE DADES EN EL CONTEXT CULTURAL XINÈS.....	55
4.5 CONCLUSIONS DE LA PART EMPÍRICA.....	58
5. CONCLUSIONS	59
5.1 CONCLUSIÓ PRINCIPAL.....	60
5.2 LIMITACIONS I RECOMANACIONS PER INVESTIGACIONS FUTURES.....	62
6. BIBLIOGRAFIA	64

Llista d'il·lustracions

Il·lustració 1:	Evolució del turisme emissor a la Xina	4
Il·lustració 2:	Estructura de la recerca	9
Il·lustració 3:	Motivacions del female solo travel	13
Il·lustració 4:	Model del procés fenomenologic	25

Llista de taules

Taula 1:	Informació de les participants	27
----------	--------------------------------------	----

旅行

viatge

独自旅行

viatge en solitari

1. Introducció

Antigament la Xina era la primera potència mundial i el pilar del comerç internacional. El 1877 es va crear la Ruta de la Seda, per transportar matèries primeres com la pólvora, la tinta i la seda, des del Gegant Asiàtic fins a Occident. En aquell temps, l'acte de viatjar era entès com una activitat a l'abast de l'alta burgesia. Tot i que els segles XVIII i XIX van representar el gran boom de les expedicions, dels exploradors, i del colonialisme, el viatge va ser un dret exclusiu per homes. I només una ínfima minoria del gènere femení disposava de la posició social, recursos i temps per poder explorar.

Set segles després, el creixement del PIB del país ha estat incomparable amb qualsevol de les altres nacions, convertint-se en la segona potència mundial (de moment). Amb la globalització, és la "fàbrica" del planeta, passant d'utilitzar camells per a la Ruta de la seda a utilitzar vaixells mercants i avions en les quatre direccions.

A diferència d'Europa, on la democràcia està consolidada, la Xina és un règim autoritari. El PCX (Partit Comunista Xinès) manega el país, amb Xi Jinping al capdavant. A partir d'una sèrie de reformes que es van produir després de la Revolució Cultural i el boom econòmic de la dècada dels 90, el turisme ha experimentat una evolució fins a esdevenir una activitat accessible per a bona part de la població. Com una de les cultures més riques de la civilització, les ètiques morals com el confucianisme i el taoisme, encara hi són molt presents, generant una contradicció entre la modernització i la tradició.

En aquest capítol l'autor presentarà el tema dins un context determinat, amb la visió i la missió, però també dels objectius i d'una explicació de l'estructura de la recerca.

1.1 CONTEXT HISTÒRIC

1.1.1 *El nou turisme*

Com cada sector social, el turisme ha experimentat una progressió espectacular en poques dècades, passant del turisme de masses, el turisme 2.0 i altres variacions com el fenomen del *solo travel*. L'increment de la demanda del viatge en solitari ha esdevingut una tendència global coneguda com a nou turisme (E. Wilson & Harris, 2006). Per avaluar la importància actual d'aquesta forma de viatge, s'ha utilitzat l'eina *Google Trends* (2020). Els resultats mostren que el 2019 s'ha produït un augment del 500% de l'interès en el terme *solo travel*, en comparació amb l'any anterior.

En el llibre *Going Solo*, Klinenberg (2012) esmenta que aquest fenomen és causat per una sèrie de millores socials, relacionades amb la renovació de l'estructura familiar i l'estil de vida. Pel gènere femení, un factor determinant d'aquesta transformació és la seguretat, per l'evident vulnerabilitat psicològica i fisiològica que suposa el fet de viatjar soles, millorant notablement aquest aspecte. En segon lloc, s'ha experimentat una major llibertat de moviments gràcies a l'augment del nivell adquisitiu, i conseqüentment, una major independència econòmica.

D'acord amb *Ctrip*, l'agència de viatges més important de la Xina, la proporció de dones que viatgen en *solo travel* s'ha incrementat significativament. Les estadístiques mostren una tendència en termes de reserves en clar augment. La dada més sorprenent és que el primer trimestre del passat 2017, un 14% de viatgeres van triar de fer-ho soles, xifra clarament superior al 10% dels homes.

1.1.2 *El drac adormit*

Durant segles, la Xina ha sigut la civilització més avançada del planeta, en una sèrie d'aspectes com les arts, la medicina o les ciències, essent l'origen de nombroses invencions, com la pólvora, la tinta o el paper. Tal i com va dir Napoleó Bonaparte: "La Xina és com un drac adormit, que quan desperti canviarà tot el que coneixem".

Hi ha moltes formes de mesurar el desenvolupament econòmic de la Xina. Observant la transformació de les ciutats, el canvi paisatgístic fruit de la indústria, les carreteres i trens d'alta velocitat que travessen tot el país. Meredith (2008, p.37) preveu que 100 milions de xinesos, una població superior a tots els països d'Europa, tindrà el poder adquisitiu de la classe mitja. La nova Xina ja ha arribat.

En la mateixa línia, l'Organització Mundial del Turisme va avançar que el Gegant Asiàtic seria el quart país que generaria més moviment en el sector. Actualment, amb un còmput emissor de 100 milions de persones el 2020. L'aproximació no era del tot certa (il·lustració 1). La previsió s'ha superat exponencialment, amb 149 milions de turistes el passat 2018 i un 52% d'increment respecte el 2013.

Il·lustració 1 Evolució del turisme emissor xinès (OMT, 2013-208)

COD.	COUNTRY	2013	2014	2015	2016	2017	2018
156	China	98,185	116,593	127,860	135,130	143,035	149,720

Com considera Zheng (2009), un dels grans partícips d'aquest gran creixement ha estat la dona xinesa, amb la millora del seu poder econòmic i l'evolució cultural d'un país que encara és molt tradicional. Aquestes dones que han superat un nivell d'estudis i formació superior i que formen part de les principals ciutats de la Xina (Beijing, Shanghai, Guangzhou i Shenzhen), han adquirit un gran interès pel viatge.

1.2.3 *Conflicte entre cultura i desenvolupament*

Actualment hom es pot preguntar si la Xina és un país comunista o capitalista. Per una banda és un règim autoritari dirigit pel PCX. La seva ideologia és comunista, però les seves polítiques econòmiques són capitalistes, amb l'obertura de les inversions estrangeres i un sofisticat mercat borsàtil.

El 1949, Mao Zedong va anunciar la creació de la República Popular de la Xina. Va impulsar la Revolució Cultural per transformar un país que era majoritàriament agrari. El president estava determinat a industrialitzar el país, i va perseguir a tots els polítics o intel·lectuals que s'oposaven a la seva ideologia. Es van cremar llibres, bona part de l'art xinès va ser destruït, es van enderrocar temples i monestirs, i totes les relacions amb el món exterior van desaparèixer (Meredith, 2008). Aquell període és conegut com l'etapa més dura de la civilització xinesa.

Posteriorment a "l'èxit" de la Revolució Cultural en termes de transformació de país i de societat, la relació entre el nou ordre i la tradició, es manté en una fase d'incertesa i ambigüitat (Lin Yu-Sheng, 1979). Per tal d'aconseguir la modernització, han aparegut les tensions sobre la rígida aplicació del socialisme, la conservació de la tradició i el desenvolupament econòmic, amb objectius contradictoris, que el PCX intenta reconciliar.

Quan Deng Xiaoping arriba al poder (1978), després de la mort de Mao, comença a implantar les conegudes com a *open door policies*. Compartint la ideologia comunista del seu antecessor, va buscar la modernització i la internacionalització del país. Es van concentrar els esforços en preservar el patrimoni cultural, conservar les minories ètniques i establir un vehicle per harmonitzar la cultura i el desig del desenvolupament econòmic.

Segons Urry (1990), el turisme en si mateix, és una expressió de la cultura. Aquest sector ha sorgit com un vincle efectiu, contribuint al procés de modernització i canvi en la forma de pensar de la societat. Els espais culturals, històrics i religiosos, són els majors atractius turístics pels ciutadans xinesos, tot i que el "com" del consum turístic està canviant.

Dins el sector, un fet recent encara més insòlit, és el viatge en solitari de les dones xineses, la qual cosa, ha estat la motivació principal de l'autor per portar a terme aquest estudi. La cultura tradicional amb la figura de l'home com a dominant, ha creat alguns estereotips i prejudicis sobre l'experiència que suposa el *female solo travel*. Seguint aquest precedent, era esperat que la dona fos submissa, domèstica i amable (Yang et al., 2018).

1.2 MISSIÓ I VISIÓ

La majoria de la literatura existent tracta el viatge en solitari de forma homogènia, o segmentant-lo en conjunts de països, com el continent Asiàtic. Aquesta recerca busca analitzar el fenomen dins el marc específic del gènere femení a la Xina, a partir dels estudis realitzats prèviament a Occident.

Considerant el fet del *solo travel*, com una tendència global, aquest treball vol aportar una base de coneixement, sobre aquest grup específic, i comprovar les possibles diferències en d'altres segments de la població.

1.3. OBJECTIUS DE LA RECERCA

Després de l'estada d'onze mesos en el programa *Prometeu* d'intercanvi a la Xina, a l'autor li ha sorgit un gran interès per desenvolupar un estudi relacionat amb el país, amb la cultura única i mil·lenària, i com a agraïment per a totes les coses que allà hi va aprendre. Un cop es va decidir el tema, es van formular una sèrie d'objectius:

- Desenvolupar una recerca d'un tema que s'ha estudiat parcialment; el *women solo travel* en el marc de la Xina i contribuir així amb un petit gra de sorra al turisme acadèmic.
- Comprendre a partir de la fenomenologia hermenèutica les motivacions, intencions i el significat de l'experiència del viatge en solitari des de la seva essència.
- La societat sempre ha estat marcada per la desigualtat. Es voldrà realitzar l'estudi en el marc xinès per entendre la situació actual i desmuntar els estereotips previs que puguin existir.
- Realitzar un estudi d'una cultura totalment diferent a la de l'autor, i comparar-lo amb les recerques que ja s'han realitzat a occident.

Pregunta d'investigació

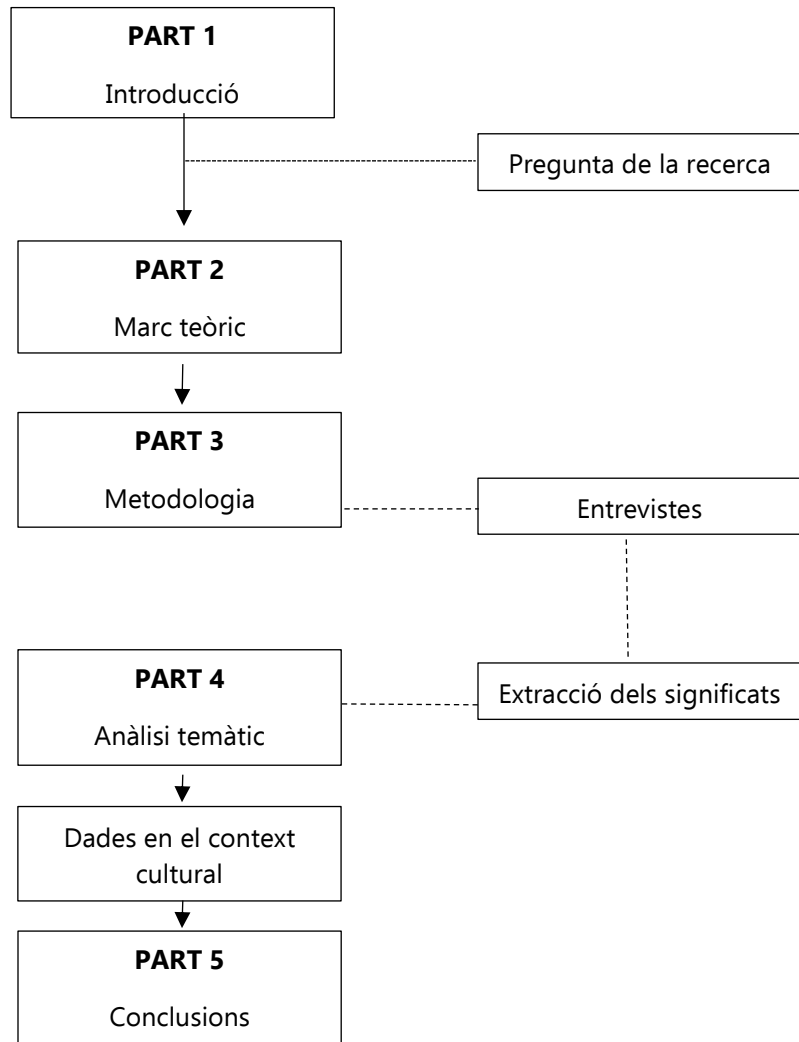
La pregunta principal de la recerca és: *què significa per a les dones xineses de 20 a 26 anys l'experiència de viatjar soles?* Aquesta pregunta engloba el primer moment en que es coneix el fenomen, la vivència que es produeix durant i en el posterior aprenentatge. A través de l'anàlisi fenomenològica, es busca entendre el *solo travel* a partir de la consciència de l'ésser humà, des d'una vessant filosòfica, i interpretar la informació en el context de la cultura xinesa.

1.4 ESTRUCTURA DEL TREBAL

Aquesta recerca fenomenològica està formada per cinc capítols (il·lustració 2). La introducció serveix per mostrar la rellevància sobre el tema, amb les aspiracions personals de l'autor. El segon punt està dividit en tres temes principals; el concepte i les motivacions del *solo travel*, la creació de la imatge abans de realitzar el viatge i els efectes de la cultura xinesa en la societat homònima.

El tercer capítol és una explicació sobre com s'ha elaborat el treball i les fonts d'informació utilitzades. La quarta part es forma a partir de les set entrevistes personals, analitzant les tres parts de l'experiència: l'abans, el durant i el després.

L'últim capítol és el recull de les idees més importants de la recerca, derivades de la comparació entre el marc teòric i la part empírica. Un cop l'estudi s'ha realitzat, es mostren una sèrie de limitacions i recomanacions per futures recerques.

Il·lustració 2 Estructura de la recerca

旅行
viatge

独自旅行
viatge en solitari

2. Marc Teòric

Les següents seccions presenten una base de coneixement formada per les recerques prèvies que s'han considerat rellevants. El marc teòric està dividit en dues parts; la primera sobre el concepte de *solo travel* de forma genèrica, les motivacions que comporta, la creació de la imatge i els impediments abans i durant el viatge. La segona sobre els efectes de la cultura xinesa, i l'evolució que ha tingut el turisme xinès fins arribar al *women solo travel*.

2.1 EL VIATGE EN SOLITARI

El turisme ha prioritzat els viatges grupals en comparació als viatges en solitari (Bianchi, 2016; Goodwin and Lockshin, 1992), fet que és independent de l'interès que ha generat des del seu inici, esdevenint objecte de nombrosos estudis (Laesser et al., 2009; E. C. Wilson, 2004; E. Wilson & Harris, 2006; E. Wilson & Little, 2008; Yang et al., 2018, etc.).

Per entendre el concepte dels viatgers en solitari, primer cal distingir-lo del viatge independent. S'utilitza el terme *independent travel* per referir-se als que desenvolupen el viatge sense paquets turístics ni grups organitzats que els acompanyin (McNamara & Prideaux, 2010). Els coneguts com a *backpackers*, formen part d'aquest grup, caracteritzat per viatges de llarga durada (més de 40 dies), allotjament barat, flexibilitat en l'itinerari i disponibilitat per conèixer d'altres viatgers i residents al país (Pearce, 1993).

En canvi el terme *solo travel* es refereix al viatger que arriba sol a la destinació (Foo, 1999). Aquest desplaçament, que no implica que durant el viatge es pugui trobar amb d'altres persones i poder compartir l'experiència junts, però indica que la forma d'arribar és sempre sense acompanyant. A diferència del viatger independent, poden consumir paquets turístics, tot i que la majoria d'aquest sector forma part de *independent travelers*, preferint una major llibertat i flexibilitat en l'itinerari.

2.1.1 *Evolució de les motivacions*

La dona quan viatja en solitari, representa una motivació que ha estat analitzada per una sèrie d'autors. (Woodward and Green, 1998 - Pain, 1991 - Whyte and Shaw, 1994 - Bond, 1997 – Matthews Sawyer - Bialeschki, 2005). S'ha tractat de forma genèrica en el territori europeu, americà, i recentment en el marc asiàtic (Yang et al., 2019; Seow and Brawn, 2018), en canvi no hi ha pràcticament recerques sobre les necessitats i intencions del *solo travel* en el país xinès.

Centenars d'anys abans, les primeres viatgeres en solitari eren peregrines, les quals feien viatges des de Jerusalem fins a la Terra Santa. Tot i que nous estudis argumenten que les dones han estat viatjant i explorant territoris des de molt temps abans (Brikett, 1991).

Durant els segles XVIII i XIX s'inicia el gran boom de les expedicions, dels exploradors i del colonialisme: però el viatge continua sent un dret exclusiu dels homes, i només una ínfima minoria del gènere femení disposava de la posició social, recursos i temps per a poder explorar (Robinson, 1990, Tinling 1989).

És en l'actualitat més recent que l'educació de les dones i les oportunitats s'han multiplicat, esdevenint el *solo travel* femení una nova tendència. Les motivacions poden variar en funció de la destinació, la persona, la naturalesa del viatge, el desplaçament, la cultura, estil de vida, etc. (Chiang & Jogaratnam, 2006)

Poden influir variables externes com la seguretat, la falta d'un acompanyant i també necessitats internes: l'escapada, la relaxació, el desenvolupament personal, l'autosuficiència, el desig de viure noves experiències, la curiositat, la recerca de la llibertat, la fluïdesa per improvisar de forma creativa, etc.

Chu-Yin Chiang i Giri Jogaratman (2005), distingeixen cinc dimensions úniques que tenen les dones per viatjar en solitari: la social, l'experiencial, l'escapada, la relaxació, i l'autoestima.

Com es pot observar en la il·lustració 3 (Chiang & Jogaratnam, 2006), l'experiència és establerta com el motiu més significatiu a l'hora de començar un viatge en solitari, fortament relacionat amb viure diferents cultures i formes de vida, a més a més de visitar destinacions meravelloses i poder participar en esdeveniments culturals que no podrien experimentar en el seu entorn habitual.

Il·lustració 3 Motivacions del *female solo travel* (Chiang & Jogaratnam, 2006)

Motivations	Mean	Standard deviation	Factor loading	Eigen value	% of variance	Chronbach alpha
<i>Experience</i>	3.75			3.98	19.91	0.83
To experience different cultures and ways of life	4.09	1.10	0.83			
To see how other people live	3.91	1.01	0.82			
See things that I don't normally see	3.88	0.97	0.78			
Fulfilling a dream of visiting a place I've always wanted to visit	3.78	1.13	0.74			
To attend cultural events that I don't have access to at home	3.64	0.99	0.67			
I just like to travel, to go somewhere and do something	3.94	1.05	0.52			
<i>Social</i>	3.17			2.22	11.11	0.79
Talk about the places I've visited	3.37	1.09	0.66			
Meeting people with similar interests	3.12	1.12	0.63			
Have some sort of romantic experience	2.61	1.16	0.59			
Having fun, being entertained	3.59	1.08	0.50			
Finding thrills or excitement	3.23	1.06	0.49			
To talk about my solo trip when I get back home	3.44	1.10	0.48			
<i>Self-esteem</i>	2.98			2.14	10.70	0.87
The kind of accommodations are real important	3.30	1.15	0.79			
Being pampered, having all my needs attended to	3.01	1.08	0.74			
I want luxury food and a comfortable place to stay	2.91	1.25	0.64			
<i>Relax</i>	3.22			1.71	8.54	0.74
To be able to do nothing	2.75	1.15	0.72			
No deadlines while on solo vacation	3.24	1.10	0.66			
Just resting and relaxing	3.64	1.06	0.41			
<i>Escape</i>	3.45			1.63	8.13	0.72
To be able to go out alone	3.38	1.09	0.83			
Getting away from pressures and responsibilities	3.90	1.12	0.46			

Erica Wilson i Candice Harris (2006) consideren que les dones busquen el viatge en solitari com a forma per reconèixer personalitat pròpia i desenvolupar-se com a persona. Per poder arribar a transcendir les pors del viatge, i poder augmentar la sensació d'autosuficiència.

Karen Elizabeth, McNamara i Bruce Prideaux (2010), van intentar establir un perfil del gènere femení en aquesta activitat i van concloure que les motivacions d'aquestes eren el desafiament propi, la voluntat de conèixer nova gent, l'autonomia, l'empoderament i l'auto-formació. Mayo & Jarvis, (1981), es refereixen a la necessitat d'exploració i l'aventura com a factor *Ulisses*. Aquest nom deriva del famós explorador *Ulisses*, el qual va navegar a l'estranger perseguint els seus somnis.

2.1.2 *Impediments del viatge*

Wilson i Harris (2007) consideren que el factor seguretat, juntament amb els sentiments personals, són les més grans preocupacions de les dones viatgeres, on les percepcions de risc esdevenen una part inevitable de l'experiència turística. Una recerca de Yang et al. (2017), revela que elles s'exposen generalment a molts més perills, en comparació amb els homes. La seguretat pot ser vista com un risc, però també com una motivació quan és garantida per la destinació. Les dones adopten una forma de viatge valenta i fins i tot perillosa, amb activitats com el submarinisme, salts en tàndem i rafting. McNamara i Prideaux (2010) estableixen que quan el factor de la seguretat està cobert, elles mostren menys aversió al risc i a l'aventura, arribant el coratge en alguns casos, a ser superior al del gènere masculí.

Des del punt de vista de Yang (2019), un dels factors més importants del viatge és la solitud. Mentre el nombre de persones que viu sola s'incrementa, i es normalitza el fet de viure sol, en la societat ho seguim relacionant com un estigma de falta de connexió amb la societat (Heimtun, 2010), el qual adquireix més importància en les cultures col·lectivistes.

Els viatgers en solitari, formen part d'aquests grups marginals que no compleixen les normes i per tant poden ser objecte de discriminació, d'estereotips i d'exclusió social.

Les connotacions negatives associades a la solitud s'amplien en el gènere femení (Heimtun, 2010). Els prejudicis per a les dones que no han trobat parella és molt gran. A la Xina, tradicionalment se les anomenava amb el nom de “剩女” (sheng nü), el qual literalment significa “dona que sobra”.

2.1.3 *Construcció de la imatge*

El turisme és possible gràcies a l'imaginari turístic. La compra de béns i serveis intangibles, es basa en la percepció que tenim d'un lloc i l'experiència que projectem com a desig en la nostra ment.

La imatge turística està formada per la suma de creences, idees i impressions que una persona té sobre un lloc determinat (Crompton, 1979). En aquest procés de construcció d'atributs específics de la destinació, intervenen una sèrie de factors que se sumen a les impressions subjectives, fruit de l'experiència viscuda; internet, l'art, la publicitat, el cinema, l'entorn que ens envolta, etc. Per Hunt (1975) la imatge és la suma de dos factors: les percepcions cognitives com a resultat del que és propi i els sentiments individuals davant de l'objecte observat.

Per comprendre el concepte d'imatge turística, cal conèixer quins són els elements que la condicionen. Segons Galí i Donaire (2003), aquesta es pot dividir en dues categories:

En primer lloc, la imatge percebuda és un conjunt de creences i introspeccions, que s'originen en la ment de l'individu, generant un component de subjectivitat. D'altra banda, la imatge emesa és la suma de signes i atributs que construeix la societat, en un procés de simplificació i en alguns casos de distorsió de la realitat (Galí i Donaire, 2003).

L'emissor crea, conscientment o de forma involuntària una determinada imatge de la destinació. Com a subgrups hi ha les imatges universals (han evolucionat a partir de l'imaginari col·lectiu), les imatges efímeres (imatges accidentals vinculades a un esdeveniment concret) i les imatges induïdes (promogudes a través d'accions de màrqueting).

2.2 IMPACTES DE LA CULTURA XINESA EN EL VIATGE

Amb el pas del temps, la forma de pensar a la Xina ha esdevingut producte d'una amalgama d'influències entre les quals hi trobem el budisme, l'hinduisme i el marxisme. No obstant, la que ha arrelat més profundament a la societat ha estat el **confucianisme**.

Confuci és el nom llatinitzat K'ung Fu-tzu (mestre K'ung). Va néixer a mitjans del s. VI a. C. en la província de Shantung. La moral confuciana, base de l'imperi xinès fins el 1911, prioritza els valors relacionats amb l'educació, el comportament, i sobretot, la virtut de la paciència. No és ni una religió ni una filosofia. A diferència d'altres creences no es basa en una divinitat, tot i que es fan rituals tradicionals per honorar els membres de la família i els seus avantpassats. Es podria definir com un sistema ètic, on l'ordre és la clau de la societat, apel·lant a la importància de la jerarquia familiar. La societat ha d'obeir als governants, els nens als seus pares i les esposes als seus marits.

La seva cosmologia es basa en el **taoisme**; el tema principal és trobar la via (tao) del centre en la societat humana i les accions individuals, el camí que crea l'equilibri entre la voluntat del cel i la voluntat de la terra. No com a divinitats, sinó com un principi universal omnipresent, ocult i indefinible. Assigna a l'ésser una meta saludable, la de perfeccionar la seva humanitat (jen) de manera correcta: "el pare ha de ser pare, i el fill ha de ser fill". La societat millora per l'educació, des de l'amor paternal fins la pietat filial de forma abnegada. La falta més greu seria desobeir aquest reconeixement paternal a la família, el pare, la pàtria, l'emperador, etc.

Tao i Te representa el deure i la virtut. Proclama un únic principi per guiar al savi sintetitzat en “无为” (wu wei), que significa no acció. La forma més adequada d'afrontar una situació és no actuar, amb serenitat i consciència.

La societat confuciana busca l'harmonia i evadeix els conflictes, amb pràctiques com la meditació, el Qi Gong¹ i el compromís social, sempre buscant evitar la competició i mantenint la pau interior.

2.2.1 和 – La cultura de l'harmonia

La convivència harmònica de totes les coses és el principi més important de la cultura xinesa. Entendre aquest concepte és la clau per captar la forma de pensar i la relació de l'home amb la natura. Es considera que totes les coses del món estan creades en la condició d'harmonia i no en desacord. Dintre d'aquest concepte, la relació de l'home i la natura es reflexa a partir del principi 天人合一 - **tian ren he yi**.

A diferència de les cultures dualistes occidentals, en les quals es distingeix l'home de la natura, com a elements totalment diferents, en les cultures orientals es considera que tots som petits elements que formen part del tot.

El turisme xinès reflecteix aquesta forma de pensar. Des de la nostra cultura, viatjar a entorns naturals, està relacionat en buscar llocs autèntics i amb un nombre reduït de turistes, per tal de connectar més amb la natura. Des de cultures orientals com la xinesa, el fet de viatjar en espais naturals on hi ha molts turistes, no esdevé un impediment, partint del principi 天人合一. Es pot traduir literalment com la unitat de l'espècie humana amb el paradís, com una relació entre el cel, la terra i els homes, com una metàfora de que som fills de l'univers.

¹ També conegut com a Txikung, forma part de la medicina tradicional xinesa segons la qual la malaltia sorgeix d'un desequilibri entre el yin i el yang, o sigui, del flux de l'energia vital en l'ésser humà. Txi significa energia vital i Kung significa activació a partir del moviment.

2.2.2 De la cultura tradicional al female solo travel

Tal com diu l'antic proverbi Xinès “三从四德”, traduït com les tres obediències i les quatre virtuts, els homes són els que proveeixen i les dones les que estan al càrrec de la casa. El caràcter 女 (nǚ) que vol dir dona, il·lustra el gest de la inclinació del genoll per servir a la majestat.

La primera dona xinesa en escriure un llibre de viatges va ser Shan Shili (單士釐), la qual va viatjar amb el seu marit quan era ambaixador. Ella representa el prototip de “nova dona” de finals de la dinastia Qing, la última època en la que van existir emperadors, per la posterior Revolució cultural de Mao. Ella es va enfrontar a les normes socials i va transgredir la forma de pensar confucianista, ja que una dona de classe social alta, segons aquesta filosofia, preferiria no viatjar, i quedar-se a casa amb un contacte limitat amb l'exterior (Ying, 2006).

A partir de 1978, amb les polítiques de Deng Xiaoping i les ideologies d'Occident, la cultura xinesa va canviar radicalment. Van començar a donar permisos per desenvolupar turisme emissor i receptor. La generació que va néixer entre 1978 i 2000, prové de la **política d'un fill per família**.

Aquesta política va causar deu milions d'avortaments planejats cada any, per les preferències de tenir un fill del gènere masculí. S'estima que sense aquesta mesura, actualment la Xina tindria 1800 milions d'habitants en comptes dels 1400 actuals (Meredith, 2007). Una diferència superior a tota la població d'Alemanya, França, Espanya, Itàlia i el Regne Unit juntes.

Però no és fins el segle XXI, quan la dona accedeix massivament a les universitats, quan comença a tenir certa autonomia econòmica i un creixent domini de l'anglès, que li possibiliten el viatge en solitari.

2.3 CONCLUSIONS DEL MARC TEÒRIC

El diccionari de Cambridge defineix el terme *maverick* com aquella persona que pensa i actua de forma diferent del que s'espera o és habitual. L'activitat de *solo travel* ha emergit com una forma alternativa al turisme tradicional, A diferència de *l'independent travel*, el qual engloba un ventall més ampli, aquesta nova forma de viatge, implica arribar sense acompanyant al destí.

Aquest concepte s'ha estudiat àmpliament, per la seva importància creixent en el món del turisme. S'han llistat una sèrie de factors que han possibilitat el creixement. Tot i això, encara és una activitat poc comuna en les dones, per una sèrie de barreres com la seguretat i la desigualtat encara existent entre els dos gèneres.

Prèviament al viatge, es produeix el procés de creació de la imatge, fruit de la relació entre la imatge emesa per la destinació i la percebuda per l'individu. Dintre aquest imaginari, existeix un ventall de motivacions, entre les quals viure l'experiència és la més important, juntament a necessitats socials, auto-estima, relaxació i escapada.

Tal com esmenta Hofstede (2010), els valors tradicionals de la cultura xinesa es poden sintetitzar en una gran distància entre homes i dones pel que fa a la capacitat de prendre decisions. Es pot definir aquesta cultura com a col·lectivista, jeràrquica i masculinitzada. S'ha estudiat la base del pensament confucianista, el significat del taoisme i el pes que té el concepte de l'harmonia en la cultura, per entendre la forma de pensar de la societat. Una ideologia tan paternalista podria degenerar més fàcilment que d'altres, en una obediència cega als interessos d'un estat totalitari.

Degut als valors i normes socials conservadores, el viatge en solitari encara és un concepte "estranger" en la societat xinesa. Les expectatives per a les dones estan orientades a tenir cura de la família en contraposició a la llibertat de viatjar.

A partir de les polítiques *open door* de Deng Xiaoping (1978), la societat està canviant, tant econòmicament com ideològicament. Els nadons nascuts en el període d'un fill per família, han sigut anomenats per les grans generacions com a "petits emperadors", pel fet que tots els adults servien a un sol fill, contradient totalment els ideals confucianistes. Aquest és un exemple del canvi en la forma de pensar del país, juntament amb la tendència de dones viatgeres iniciada per Shan Shili. El seu diari va servir de precedent per perseguir l'educació i viatjar, com a forma d'ampliar el propi coneixement, convertir-se en bones esposes i mares sàvies.

旅行

viatge

独自旅行

viatge en solitari

3. Metodologia

Aquesta secció està formada pel paradigma d'investigació, el mètode que s'ha utilitzat per a l'estudi, la forma en que s'han recollit i analitzat les dades, i les limitacions que han sorgit durant el treball.

3.1 PARADIGMA DE L'INVESTIGACIÓ

Des dels inicis dels treballs acadèmics hi ha hagut sempre discussió sobre la utilització del mètode qualitatiu o quantitatiu com a més apropiat en el món del turisme. Per un costat les recerques quantitatives recullen dades de forma numèrica, les quals es poden organitzar en categories, rangs, o unitats de mesura (Punch, 1998). D'altra banda, la recerca qualitativa, es basa en la recollida de dades de forma no numèrica. Per tal de poder atorgar significat a les experiències de viatge viscudes, es va escollir el mètode qualitatiu com el més apropiat, per comprendre millor la complexitat del fenomen de *solo travel* en la societat xinesa. En funció de les percepcions subjectives de l'autor, li ha estat permès realitzar un model basat en la reflexió i la interpretació.

Fenomenologia en l'experiència

En el paraigua de l'anàlisi qualitativa, juntament amb els consells del tutor, es van fer dues propostes per enfocar-la; la teoria fonamentada (*grounded theory*) i la fenomenologia. Ambdós casos permeten explorar situacions de la vida real, amb un grau elevat d'interacció vivencial entre l'autor i les participants. En la teoria fonamentada, com indica el seu nom, l'objectiu és recollir moltes dades per tal de crear la teoria, seguint una comparació constant de totes les dades per buscar casos contradictoris que canviïn o reforcin la teoria inicial.

Per poder descriure i explorar l'experiència de les viatgeres, es va optar per la fenomenologia, la qual es realitza a partir d'entrevistes, reflexions, interaccions amb les protagonistes i utilitzant una escriptura descriptiva (Parahoo K, 2006). La paraula "*phenomenon*" prové del Grec (φαινόμενον), la qual significa aparença.

Quan un fenomen esdevé experiència, pot ser una emoció (felicitat, tristesa, gelosia), una cultura, una relació, una feina o un programa (Patton, 1990).

La recerca fenomenològica es basa en les memòries i la capacitat que tenen els individus per reconstruir les seves experiències. Com a mestres de la fenomenologia, per un costat tenim Edmund Husserl, el qual va descriure una nova forma de pensar i un mètode d'investigació des d'una vessant lògica per estudiar l'experiència (Dahlberg, 2002, Crist&Tanner, 2003, McCannel, Chapman & Francis, 2009). Per Edmund Husserl (1970), l'objectiu és explicar el fenomen tal com es presenta en la consciència del protagonista. La presumpció és que al revistar les nostres experiències, emergeixen nous significats, per una millor comprensió del fenomen.

D'altra banda, seguint els estudis de Husserl, Martin Heidegger va orientar la fenomenologia des de l'aspecte ontològic (essència de l'ésser humà) i no com a idea subjectiva (què es diu i què és observat). En el llibre de Heidegger "*Being and Time*", l'autor realitza una dissertació sobre la naturalesa de la nostra espècie. Seguint el mètode de Martin Heidegger, la fenomenologia hermenèutica és l'opció escollida.

Fenomenologia hermenèutica

Mitjançant l'hermenèutica es pot obtenir una comprensió profunda de les experiències del dia a dia (Manen, 2017). Per Heidegger nosaltres estem en un món on el significat del "ser" es desglossa a través d'aquest.

Segons la seva ideologia, ens oblidem de tres principis:

- Estem vius
- Estem units pel fet que som.
- La importància de viure per nosaltres mateixos i buscar l'autenticitat.

Amb la seva teoria existencialista, l'ésser humà és descrit com a ***Dasein*** en alemany (existir en un espai concret). El món està ple de misteris i coses noves, i en el cas de les entrevistades, a diferència de la massa de la població, formarien part de l'ésser autèntic que no es conforma amb la tradició i els costums i que busca créixer interiorment. Per Heidegger som història; el que fem i la temporalitat (present, passat i futur).

Mitjançant la fenomenologia hermenèutica de Martin Heidegger, es poden utilitzar les opinions i reflexions per entendre millor la realitat. És un cicle de lectura, escriptura reflexiva i interpretació (Gadamer, 1989). En aquest cas l'autor i els participants han treballat conjuntament per explorar i desenvolupar el fenomen.

3.2 MÈTODE DE LA RECERCA

Aquesta recerca va comptar amb dues fases d'anàlisi:

- ❖ Fase 1: Es van realitzar entrevistes des de la vessant de la fenomenologia hermenèutica, amb preguntes obertes per tal de permetre a la participant descriure lliurement l'experiència.
- ❖ Fase 2: Implica la posterior transcripció, la interpretació i la comunicació amb les participants, per tal d'aclarir alguns dubtes i sintetitzar tota la informació.

3.2.1 *Estratègia de l'entrevista*

Tal com recomana Van Manen (2017) per aquests tipus de recerques, durant el moment de l'entrevista es va informar a les protagonistes que l'entrevista tindria similituds a una "conversa de bar", com es podria tenir amb qualsevol amic, amb preguntes totalment flexibles en funció de com descrivien i elaboraven els seus records.

Mentre cadascuna d'elles reconstruïa l'experiència, l'autor estava prenent apunts i mantenint l'atenció, amb la mínima interrupció possible, permetent que entressin a dins de la seva consciència amb total llibertat. En funció de les vivències explicades, es feien un tipus de preguntes intencionades i relacionades amb la interpretació de les dades.

3.2.2 Procés i anàlisi de dades

Durant el procés de la part empírica, s'ha seguit el següent model fenomenològic de Lauterbach (2018).

Il·lustració 4 Model del procés fenomenològic

Turning to the Nature of Lived Experience	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orienting to the phenomena 2. Formulating the phenomenological question 3. Explicating assumptions and preunderstandings
The Existential Investigation	<ol style="list-style-type: none"> 4. Exploring the phenomena generating "data" <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Using personal experience 4.2 Obtaining experiential descriptions from subjects 5. Consulting phenomenological literature
Phenomenological Reflection	<ol style="list-style-type: none"> 6. Conducting thematic analysis <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Uncovering thematic aspects 6.2 Isolating thematic statements 6.3 Composing linguistic transformations 7. Determining essential themes
Hermeneutic Phenomenological Writing	<ol style="list-style-type: none"> 8. Reading <ol style="list-style-type: none"> 8.1 Attending to the speaking of language 8.2 Varying examples 9. Reflective Writing <ol style="list-style-type: none"> 9.1 Writing 9.2 Reflective Journal 9.3 Revising 10. Conferring with Participants

En la primera fase d'indagació del tema, l'autor tenia clar que volia que tingués relació amb el fenomen de *solo travel*, en el context de la Xina, lloc on prèviament havia estudiat durant onze mesos. Es va indagar sobretot en el que s'havia escrit, per tal de poder aportar una part de "llum" on no n'hi havia.

Un cop es va assegurar que no s'havien realitzat treballs en aquest camp, essent l'estudi de màster "*Chinese Independent Female Travellers*" escrit per la Yu-Ning Su(2012) el que seria el més proper en la temàtica. Com ja s'ha definit anteriorment, es tracta de tipologies de viatge diferents, fet que va portar a l'autor a decidir quin era el millor camí a seguir.

Durant la segona fase es va explorar el concepte de l'experiència, amb tots els temes que poguessin tenir relació, per tal d'ajuntar "peces" que permetessin construir el marc teòric. Un cop es va tenir aquesta base, es va realitzar una cerca a internet per trobar les viatgeres xineses que complien amb les condicions de *solo travel*. Un cop es va aconseguir el contacte, es van realitzar les entrevistes, amb la posterior anàlisi i reflexió, i es va tornar a contactar amb elles per aclarir i profunditzar sobre alguns aspectes.

3.2.3 Dades de les entrevistades

Es va escollir les viatgeres femenines, per tal de focalitzar l'estudi en un sol gènere, en un marc determinat. En el treball s'han realitzat set entrevistes a viatgeres xineses d'entre 20 a 26 anys. A cada participant se li ha assignat el codi ST (*solo traveler*) i un número en funció de l'edat (Taula 1). Per tal de mantenir l'anonimat, cada narradora està representada amb la primera inicial del seu nom i cognom xinès. Per exemple Feng Jie, se li atribuiria FJ.

Taula 1 Informació de les participants

Codi	Nom	País/destinació	Edat
ST1	MA	Tailàndia	20
ST2	XY	Beijing i Egipte	21
ST3	YC	Província de Guizhou (Xina)	21
ST4	LX	Espanya, Grècia i Croàcia	25
ST5	SD	Japó i Corea	25
ST6	CX	Japó	26
ST7	WH	Cambodja, Illes Filipines, Tailàndia i Estats Units	26

3.2.4 Mètode de recollida de dades

Les entrevistes inicials es van realitzar en línia i en directe, mitjançant l'aplicació *WeChat*. La llengua utilitzada com a mitjà de comunicació va ser elegida per les protagonistes, en funció de la que els permetés explicar-se més lliurement. Aquestes van ser el xinès, l'anglès i el castellà. La durada de les entrevistes ha estat d'una hora de mitjana, arribant en un dels casos a les dues hores.

Després de cada entrevista, l'autor va escoltar l'enregistrament que havia estat prèviament autoritzat per les entrevistades i la va transcriure amb totes les respostes. El primer bloc d'apunts és el de la informació que s'ha tret de les transcripcions. El segon fa referència a la llista de significats, i el tercer és on s'han agrupat per realitzar les conclusions de cada tema.

3.3 LIMITACIONS DE LA RECERCA

Aquesta recerca tenia com a objectiu inicial realitzar deu entrevistes, entre les quals n'hi haurien de presencials i *online*. Donada la situació mundial provocada pel Covid-19, el factor presencial no va ser possible, i es van haver de fer totes les set entrevistes per internet.

Una qüestió que en un principi va semblar complicada va ser contactar amb persones que complissin amb els requisits, ja que el *solo travel* és un fenomen molt poc comú a la Xina. Del total dels contactes la majoria no va respondre i en els casos que hi van accedir va ser gràcies al contacte directe per l'amistat amb l'autor o per ser conegudes dels seus amics.

El segment de la població que es va entrevistar oscil·la entre els 20 i els 26 anys, per tant, les dades no representen a totes les *solo travelers* xineses. Una de les característiques de les recerques purament hermenèutiques és l'observació de les participants. Desafortunadament, degut a la situació mundial actual, aquest requisit no es va poder realitzar.

旅行
viatge

独自旅行
viatge en solitari

4. Anàlisi empíric

4.1. INTRODUCCIÓ

El viatge en solitari de la dona és una opció aparentment complicada a la Xina: factors com la tradició, la seguretat, la por, l'estrès, els diners, el desconeixement d'una destinació, etc. poden ser impediments importants alhora de decidir-se a fer el salt. No obstant això, s'està produint un canvi molt radical en la forma de pensar del col·lectiu xinès, -- recordem que en els anys 90 predominava encara l'estereotip de dona submissa--, actualment tot s'està normalitzant, a una gran velocitat.

En aquest treball partim del relat personal de set joves xineses que van decidir fer un pas endavant en la seva vida: viatjar pel món sense acompanyament.

Ens centrem hermenèuticament en tres fases temporals de la seva experiència: en els precedents d'abans de realitzar el viatge, en el dia a dia del trajecte, i en els canvis incorporats després. Posteriorment ho intentem articular sota cinc conceptes: les motivacions personals, els condicionaments socials, la preparació prèvia, l'experiència quotidiana i la immersió cultural.

La complicitat de les joves entrevistades permet un testimoni representatiu del coratge i la determinació de les noves generacions femenines enfront dels esquemes rígids de la societat xinesa tradicional.

La paradoxa final d'aquesta investigació és que en el darrer lustre l'estadística demostra més casos femenins de viatgers xinesos de *solo travel* que de masculins.

4.2 LES PROTAGONISTES

L'empoderament de la dona viatgera és un fet relativament recent, i no ha estat fàcil trobar exemples en edats avançades. És per això que en aquesta recerca ens centrem en edats que van dels 20 als 26 anys. Les protagonistes prefereixen mantenir el seu nom en l'anonimat, per tant ens cenyirem a les seves respectives majúscules.

MA, 20 anys

Viatjar és una de les seves aficions principals, fet que la va portar a escollir el Grau de Turisme a l'Universitat Sun Yat-Sen de Zhuhai, en la qual està cursant ara el tercer curs de la carrera. Normalment acostuma a viatjar amb família o amics. Va sentir a parlar per primera vegada de *solo travel* quan estava estudiant a secundària a través d'aplicacions on altres viatgers compartien la seva experiència. Des d'aquest primer contacte, va sentir el desig de que un dia seria ella la que compartiria l'experiència amb els seus amics.

La seva decisió final va tenir lloc en el moment de trobar-se que no tenia cap amic o familiar que pogués viatjar en aquell moment. Els seus pares en un principi van negar-se, per factors com la seguretat i pel fet de ser una família amb pensaments tradicionals. Al comprovar la sofisticada preparació que tenia en termes de seguretat, medicina i coneixement, li ho van permetre finalment realitzar l'aventura.

XY, 21 anys

Des de petita tenia clar que volia viatjar sola pel desenvolupament personal i per interactuar amb la població local, apartant-se de la zona de confort que suposa viatjar amb acompanyants. Actualment està acabant el TFG, també dintre el Grau de Turisme a la universitat Sun Yat-Sen. Considera que és una persona independent, i que se sent més còmoda quan hi ha poca gent al seu voltant.

El seu primer viatge en solitari va ser durant la seva etapa d'estudiant de secundària, a Beijing, per visitar les dues universitat dels seus somnis, 北大 (Universitat de Beijing) i 清华 (Universitat de Tsinghua).

Els seus pares al saber que se n'anava sola a la capital del país sola es van preocupar molt, ja que encara no era major d'edat, però al comprovar que estaria en una de les àrees més turístiques de la capital de Xina i al pactar que estarien en contacte amb ella dues vegades al dia, li ho van permetre.

YC, 21 anys

En paraules seves, el viatge està en les seves venes. Es considera una persona que té una forma de pensar romàntica i el viatge en solitari el percep com formant part d'un experiment personal. Igual que en el cas de XY, està estudiant el TFG del Grau en Turisme a la universitat Sun Yat-Sen.

El seu viatge en solitari va ser a la província de *Guizhou*, una de les menys desenvolupades del país. Ella era conscient que podia ser perillós, però el risc més que un impediment li suposava un element d'atracció per provar-se a ella mateixa. De la seva família només li va donar suport el seu cosí, ja que el seu germà estava en contra, i els seus pares no ho van saber fins després d'haver realitzat el viatge.

LX, 25 anys

Es defineix com una persona extravertida. Segons ella sempre s'ha de ser valenta a l'interactuar amb els altres, per conèixer, aprendre i poder ajudar. Després de graduar-se en llengües estrangeres el setembre del 2016, volia seguir estudiant castellà i va decidir anar sola a viure a València per aprendre més bé l'idioma castellà i la cultura espanyola. Actualment està estudiant el Màster en Viticultura i Enologia a la província de Madrid.

Habitar al país Valencià li va canviar la vida, i es va sentir molt més propera a la cultura mediterrània que a la tradicional de la Xina. Després de tot aquest procés, volia nous reptes a la seva vida i va decidir emprendre nous viatges en solitari a Grècia i a Croàcia.

Com que la seva família ja sabia que era capaç de cuidar-se per ella mateixa des que va fer el seu primer viatge en solitari a Espanya, no es van preocupar gaire al saber que tenia pensats nous projectes.

SD, 25 anys

SD va descobrir ben aviat que la seva gran passió era la d'aprendre llengües. Tot i ser de nacionalitat xinesa, des de molt petita ja podia parlar coreà, japonès i anglès. Per ella viatjar és una bona excusa per conèixer i aprendre d'altres diferents cultures i poder practicar nous idiomes. A més a més, en el moment de realitzar el viatge en solitari, a més, volia provar-se a sí mateixa amb un destí que no fos turístic.

La seva família a diferència de la majoria de les altres participants, és més oberta a aquests tipus d'activitats i des d'un bon començament han tingut molta confiança en la seva filla. En alguns moments que es preocupaven per a la seva seguretat els responia que en el segle XXI, aquesta forma de pensar ja no és *cool*.

Durant els seus estudis universitaris va anar a la costa oest del Japó, per a estudiar un any d'intercanvi. Allà va decidir que tenia l'oportunitat per a "iniciar-se" en els viatges en solitari, submergint-se en els petits pobles del Japó profund. Actualment està treballant a Corea del Sud, gràcies al seus coneixements de la llengua i la cultura del país.

CX, 26 anys

CX és defineix com a una persona lliure i amb molta confiança amb sí mateixa. Els seus inicis de *solo travel* venen donats per no trobar un acompanyant de viatge i també per

les ganes de fer quelcom diferent a la majoria. En aquell moment ho va tenir molt clar que volia viatjar sola, sense cap por d'emprendre l'aventura.

Tot i que la seva família estava molt preocupada per tots els perills que li poguessin aparèixer, després d'uns mesos els va poder convèncer de que el Japó és un dels deu països més segurs del món. Després de graduar-se en la universitat, està treballant en una empresa de comerç internacional.

WH, 26 anys

WH es descriu com una persona amb molta confiança a l'hora de viatjar, com si el viatge fos una activitat innata de la seva ànima. El motiu de realitzar el seu primer viatge en solitari era pel fet que li agradava realitzar viatges de llarga durada, i el convenciment que estant sola es pot profunditzar i gaudir millor de l'experiència.

Té la sort que prové d'una família xinesa mentalment molt oberta, la qual, sempre l'anima a sortir al món exterior per poder descobrir nous reptes i aprendre. El seu primer viatge en solitari va ser a Tailàndia. Actualment ja ha viatjat més de 10 països diferents, la majoria d'ells sense acompanyants.

Reflexió de l'autor: A partir d'aquests set relats, podem observar que la majoria de les dones entrevistades es troben en situació universitària, ja sigui en els tres casos del Grau de Turisme com en el del Màster a Espanya. Les altres tres treballen actualment en el comerç internacional gràcies al seu alt nivell de coneixement en altres llengües cultures.

En tots els casos van realitzar viatges internacionals, ja sigui al continent asiàtic, africà, americà o europeu. L'única excepció està en el cas de YC, la qual va decidir viatjar en una altre província de la Xina. Tot i això, el gegant asiàtic presenta unes dimensions tant grans que per si sol també es podria considerar com un continent, en el qual anar a d'altres províncies pot suposar endinsar-se en un país completament diferent.

En termes de la tipologia del viatge, en tots els casos es tractava de turisme d'oci, amb l'excepció de YX, que va realitzar el viatge per motius de voluntariat dins d'un programa universitari.

4.3 TEMÀTIQUES

Un cop agrupats els factors personals que varien en funció del passat de cadascú, del seu entorn i de la destinació final, i seguint una metodologia fenomenològica, hem anat desenvolupant al llarg del treball els següents 18 significats/conceptes: felicitat, por, pressió psicològica, educació, durada, allotjament, seguretat, construcció de la imatge, evolució de la percepció dels familiars, efectes de la llengua, sentit de la responsabilitat, sentit del lloc, interacció amb altres viatgers, relació amb la població local, malenconia, auto-coneixença, multiculturalitat i xoc cultural. S'han articulats al voltant de cinc grans temes:

Motivacions: les narradores han descrit les diferents expectatives creades en la seva ment, fruit d'una acumulació indiscriminada de relats i d'imatges. Algunes vegades són només petites referències visuals que han originat amb els anys espais imaginaris immensos, en altres casos les raons són tan simples com les dificultats de trobar un acompanyant de viatge.

Condicionaments socials: aquí s'han tractat les barreres a les que una viatgera s'enfronta abans de fer el gran pas de viatjar sola, en forma de pors, dificultats i estigmes culturals.

Preparació del viatge: en cada projecte ja definit, observem les més variades estratègies en l'organització del viatge segons cada personalitat, des de la més absoluta improvisació, a la planificació més meticulosa i detallista.

L'experiència: viatjar en solitari no és fàcil. En el moment de la veritat, cal passar de la zona de confort i el món de les idees, a la realitat, i sorgiran imprevistos que les faran viure moments negatius. Igualment, la experiència ha estat força positiva en tots els casos.

Immersió cultural: hem estudiat els diferents tipus d'interacció que van sorgint entre la viatgera i el territori, produint-se majoritàriament una mena de mimetisme, on inconscientment va canviant la mateixa identitat del visitant segons cada diferent escenari.

4.3.1 Motivacions personals. *El projecte*

"Viatjar mai és qüestió de diners, sinó de valor"

Paulo Coelho

Com a primera fase de l'experiència, les motivacions poden variar en funció de la destinació, la persona, la naturalesa del viatge, el desplaçament, la cultura, estil de vida, etc. (Chiang, 2006). Primerament s'han llistat les motivacions que van sorgir abans de realitzar el viatge. Fruit de l'imaginari, cada protagonista va realitzar un procés de construcció de la imatge de la destinació. En l'última part, en relació als desitjos i al sentit de la vida, s'han establert una sèrie de lligams entre el viatge i la felicitat interior.

El desig és el motor principal que ens permet entendre les accions humanes (Mayo and Jarvis, 1981). Les motivacions per viatjar sola varien en funció de cada cas, però certament hi trobem bastants elements en comú. En general, un argument recurrent és el **romanticisme** que envolta el viatge. Potser més especialment en el cas de YC:

"El viatge en solitari era un ideal romàntic, per possibilitar de conèixer noves persones, viure moments inoblidables i per la llibertat a l'hora de prendre decisions"

El **perill** que suposava també era com una mena de test per a esbrinar fins on arribaven els límits personals, una manera de sortir radicalment de la **zona de confort**:

"El motiu més important va ser per provar-me a mi mateixa si puc viatjar sola, en la província menys desenvolupada de la Xina (Guizhou). És estrany no? Per un costat estava atemorida pels perills, però d'altra banda estava molt emocionada i impacient per comprovar del que era capaç." (YC).

Com apuntàvem abans, una raó comuna també del *solo travel*, com en el cas de MA, WH i CX, va ser la **falta d'acompanyant** per part d'amics i familiars.

"A vegades no es pot trobar amics que t'acompanyin en el viatge. Als meus amics no els agraden els viatges llargs, per tant sovint viatjo sola " (WH).

"La primera vegada que em vaig plantejar viatjar sola va ser per la falta d'acompanyant" (CX).

Altres dificultats de visitar un país estranger poden ser l'idioma i topar amb una cultura completament diferent, però algunes viatgeres el que volien era precisament **practicar llengües**, sobretot en el cas de SD, per a qui era l'ambició principal.

"Quan era petita vaig començar a aprendre Japonès, Coreà i Anglès. Era el meu talent i la meva motivació. D'aquesta manera al viatjar podia parlar amb els locals i entendre millor la seva cultura."

Vivim en un món que és caracteritzat per la rutina i els hàbits. Tenim ulls que no veuen, orelles que no escolten i cors que no senten ni comprenen (ST Coleridge, citat per De Botton, A, 2002, p. 148). LX que va voler viatjar sola a Grècia, per fugir de la rutina d'estudi.

"Després de venir a València per estudiar la llengua espanyola, volia desconnectar de la rutina, i vaig decidir viatjar sola a l'illa de Santorini"

A diferència de la resta d'entrevistades, les quals viatjaven per motius d'oci, el motiu principal de XY era aprofitar un projecte de **voluntariat** de la Universitat Sun Yat-Sen amb Egipte.

"La meva experiència a Egipte va ser durant el meu primer any de la Universitat. Hi havia un projecte de voluntariat que em possibilitava viatjar a l'estranger de forma gratuïta, i no m'ho vaig pensar dues vegades".

La **improvisació i la flexibilitat** ha estat també un factor comú en la majoria de les respostes sobre la preferència d'anar soles:

"L'avantatge de viatjar sola és la flexibilitat. Si vols anar a un lloc, simplement hi vas, sense haver de donar cap explicació a ningú. Si estàs cansada i vols aixecar-te tard, tens la llibertat de fer-ho. Anys abans havia anat a Vietnam amb una amiga, i cada vegada que anàvem a menjar, no parava d'insistir en anar a restaurants Xinesos, ja que ella trobava el menjar local massa picant" (WH).

"Si viatges sola és difícil posar-se d'acord; una vol anar a la dreta i l'altre a l'esquerra" (LX).

Un altre element coincident és el desig de profunditzar l'**auto-coneixença**. El viatge entès com a una gran eina per a millorar com a persona, per a descobrir-se a un mateix.

"Jo volia conèixer-me millor. Vaig veure en les xarxes socials que una s'ha d'enfrontar a moltes situacions sense l'ajuda de ningú, i es disposa de molt temps per escoltar-se i estar amb una mateixa" (WH).

Un altre factor positiu que argumenten és l'**estalvi** a l'hora de moure's, amb una gran diferència de preu respecte als paquets turístics de les agències:

"Com a norma del viatger en solitari, tens que gastar el mínim de diners possible, vivint la mateixa cultura que altres turistes, però pagant menys" (WH).

Construcció de la imatge. Abans de fer el viatge es realitzen una sèrie d'imatges mentals, de percepcions i expectatives, que permeten per uns instants projectar sense moure's del lloc. La bellesa natural, cultural, paisatgística, són somnis creats pel nostre imaginari que demanaran algun dia ser realitzats. Hunt (1975) argumentava que la imatge era la suma de dos factors: les percepcions cognitives com a resultat del propi i els sentiments individuals davant de l'objecte observat.

La majoria de les narradores van tenir coneixements del fenomen *solo travel* per primera vegada durant la seva etapa de secundària. Les fonts d'informació varien entre revistes electròniques, aplicacions on viatgers comparteixen les seves experiències o la informació de boca en boca.

"Em costa recordar el primer moment que vaig sentir sobre solo travel. Potser va ser durant secundària, en una revista sobre viatges" (YC).

"Vaig tenir coneixença del fenomen a través d'un amic dels meus pares, el qual és director hotelier i sovint viatjava sol per viatge de negocis" (MA).

Segons Galí i Donaire (2003), la imatge percebuda és un conjunt de percepcions individuals, creences, introspeccions, que es creen en la ment de l'individu, per tant integren un fort component de subjectivitat. Si atenem els dos casos que van viatjar al Japó, tant CX com SD partien d'una imatge sobre el país de molta **seguretat** i netedat. En aquest aspecte la imatge percebuda donava molta tranquil·litat i confiança per emprendre el viatge.

"Abans d'anar al Japó, em vaig imaginar un país molt net i segur" (CX).

El viatger sempre té en la ment descobrir els **paisatges somiats**, talment com si fossin un mirall de l'ànima. Tal i com els descriu Alain de Botton en el llibre *L'art de viatjar*: *"en els paisatges naturals trobem de fet el recordatori més respectuós i excel·lent de tot quan ens desborda. Si passem temps en ells, pot ser que ens ajudin a acceptar gradualment els grans esdeveniments insondables que importunen les nostres vides i que, de manera inexorable, ens convertiran en pols"* (p.174).

En aquest llibre l'autor cita la frase de John Ruskin "els humans compten amb una tendència innata a respondre a la bellesa de la natura i a voler posseir-la, i això comporta cercar la comprensió d'aquesta" (p. 212). Ruskin creu que la millor forma de aspirar a aquesta comprensió és mitjançant l'art. En el cas de les protagonistes, no van realitzar cap dibuix, però comptaven amb un diari on escrivien els moments més inoblidables.

YC estava acostumada a viure a la costa, i volia experimentar un paisatge totalment diferent que la transportés a una altra realitat.

"Vaig decidir anar a Guizhou, perquè m'havia imaginat un lloc amb un paisatge únic, format per cascades i boscos, amb la sensació de respirar aire pur. Imaginant aquell moment, vaig experimentar una sensació totalment nova".

"Una altra motivació que tenia per viatjar en aquesta illa era que m'havien dit que hi ha la millor posta de sol de tot el món" (LX).

El fet de viatjar en solitari comporta a que sovint un mateix sigui l'única companyia. En aquest aspecte el turisme passa a ser un no turisme, (precisament l'encant el troben les protagonistes en la seva carència) i aquesta vivència més despullada pot fàcilment apropar-se més a una peregrinació espiritual. SD tota la vida volia viatjar a petits pobles on el turisme encara no hagués arribat, per tal de submergir-se plenament dins la cultura local:

"Pel fet que m'agraden els llocs tranquils, vaig decidir viatjar al Japó profund. No m'agraden les grans ciutats com Tokyo o Osaka, però els petits pobles són espectaculars. Crec que són la forma de aprendre la cultura real del lloc, el que realment succeeix en la societat." (SD)

La felicitat. Els científics afirmen darrerament que les ganes de viatjar poden tenir una raó genètica: exactament el gen DRD4-7R. Consideren que únicament el tenen el 20% de les persones i que només està actiu en un 10% (segons un estudi del Diari Oficial del Comportament Humà). Seria el gen més comú dels descendents directes de les corrents migratòries que sortiren d'Àfrica fa 70000 anys, i està associat a la curiositat i a l'exploració. Segons Jay Shetty (2016) la felicitat està a l'interior d'un mateix, i en l'actitud de gratitud per cada regal que ens dona la vida. Per a MA, la felicitat no només està en els moments que compartim, sinó també en els moments que som feliços solitàriament:

"Viatjar sola m'ha fet sentir que puc ser feliç i estar relaxada amb mi mateixa. Algunes persones pensen que la felicitat és compartir, però la felicitat està a dins".

Per Pepe Mujica, antic president de l'Uruguai, la felicitat està en la llibertat d'escollir fer el que ens agrada, *"la felicitat està en aquell instant que un disposa per utilitzar-lo en aquelles coses que li agraden. En aquell moment ets lliure i per tant ets feliç".*

En aquest aspecte, WH comparteix aquesta visió, al veure el viatge com una de les formes més importants de ser feliç:

"El més important és ser feliç, saps que et vull dir? Quan jo vaig a països del Sud-Est Asiàtic i veig els locals, la vida és molt dura allà, però dintre la dificultat no veig que tinguin pressió sobre les espatlles, a diferència de la ciutat on jo visc. Per tant, a partir de la seva lliçó, quan viatjo intento ser el màxim feliç possible"

Reflexió de l'autor:

Com es pot observar hi ha una gran varietat de motius que les va portar a viatjar soles. En els dos casos que s'ha viatjat al Japó, per exemple, la seguretat era un dels factors decisius en l'elecció de la destinació. Però també ens trobem amb el cas de YC que ha estat tot el contrari: elements que poden esdevenir barreres d'entrada, com la por, inseguretat, o ser la província menys desenvolupada del país, esdevenen un element de motivació per a ella, amb el seu desig de superació, de provar-se a si mateixa, sense tenir en compte l'opinió dels demés. Ella representa potser més que ningú el canvi generacional excepcional que s'està produint en aquests moments a la Xina.

Cada participant va utilitzar les percepcions, expectatives i somnis, com veure la posta de sol més bonica del món, per crear de forma conscient o involuntàriament la imatge de la destinació. Sense comptar amb estudis previs sobre el tema, i a través de les entrevistes fenomenològiques, s'ha extret el concepte de la felicitat com a motivació abans de realitzar el viatge en solitari.

4.3.2 Condicionaments socials. *Influències i dificultats de l'entorn*

"El respecte als pares és el major deure de la societat"

家庭

Per analitzar el grau de proximitat amb la viatgera, s'ha fet una divisió entre entorn primari i secundari i un recull de factors que poden tenir influència abans del viatge com la pressió psicològica.

L'entorn primari - La família té un alt grau d'influència en les expectatives, comportaments, actituds i activitats dels fills. Els pares ensenyen una sèrie de normes i valors que consideren necessaris per la pròpia família i la societat, i poden condicionar completament la decisió final. Un exemple reiterat que es produeix en l'entorn primari, és quan sorgeix la preocupació per aspectes com la **seguretat** dels seus fills. Segons CX, la seva família en un principi tenia molt clar que no permetria a la seva filla viatjar sola, però un cop el factor seguretat va quedar garantit en el cas de Japó, els seus pares van acabar cedint:

"La família d'una noia xinesa que vulgui viatjar sola es preocuparà molt per la seguretat. Per tant és important donar-los la certesa que aquest factor estarà totalment cobert".

MA va haver de canviar la seva destinació a Tailàndia, ja que la seva família no li permetia viatjar al Tibet, per la poca confiança i el poc desenvolupament de la destinació.

"Al principi volia viatjar al Tibet, però forçosament vaig haver de canviar-ho per Tailàndia. La meua família pensava que era molt més segur".

No obstant, i tal i com explica SD, a la Xina es té tal percepció de seguretat que, juntament amb Corea i Japó, se la considera de les millors destinacions perquè hi viatgi una dona en solitari.

"El Japó és un país molt segur, el qual és perfecte per una dona que viatja en solitari. A diferència d'Europa, és important escollir una destinació Asiàtica segura, com Corea, Japó i la Xina".

L'entorn secundari - Fa referència als amics i membres de la família que no habiten en la mateixa casa. A diferència dels familiars, en la major part dels casos, els amics sí que animaven a realitzar l'aventura, encara que, paradoxalment, defensaven una activitat que sovint ells mateixos no serien capaços de realitzar.

"Tinc molts amics que volen viatjar sols, però no poden per la seva família. Jo sempre els dic: és la teva vida! Cada un ha de prendre decisions per ell mateix i no escoltar a la família en aquest cas" (SD).

Altres factors que poden esdevenir preocupacions són les **limitacions econòmiques** i també les limitacions d'altres recursos materials. En el cas de YC, el seu germà estava disposat a pagar-li un viatge a qualsevol ciutat segura com Beijing, Shanghai o Guangzhou, perquè volia assegurar-se que ella no anés a Guizhou.

"Vaig tenir moltes discussions amb el meu germà sobre l'idea de viatjar en la província menys desenvolupada del país. Em va dir que podia viatjar a qualsevol lloc més segur, que ell m'ho pagava".

Partint d'aquests debats i preocupacions, els membres familiars poden pressionar molt a la dona, per tal de que es quedi a casa. YC és la participant que més ho va patir. Va ser conscient que havia de que marxar sense dir res als seus pares:

"No li vaig dir al meu pare, perquè sabia des del fons del meu cor que hi havia un gran NO de resposta".

Ella explicava i comparava els dos tipus de pressions que experimentava durant el viatge: per un costat la por pels perills que es poguessin presentar pel camí, però encara molt més la **pressió psicològica** que sentia respecte dels seus pares, que no ho podien saber, i del seu germà, qui estava totalment en contra de la decisió.

"En la societat xinesa, una dona ha d'afrontar molta pressió psicològica, no només pels possibles perills, sinó també per part dels familiars, per totes les inquietuds i debats innecessaris que es produeixen".

Reflexió de l'autor:

Hi ha bastants estudis relacionats amb les motivacions del *solo* travel en el marc xinès, però els que tracten sobre les preocupacions i dificultats que es poden produir abans del viatge són quasi inexistent.

Podem imaginar fàcilment els beneficis que pot suposar viatjar sola. No obstant, hi ha factors condicionants, en forma de pressió psicològica que poden provocar importants dubtes o, fins i tot, acabar impedit el viatge. L'influència de l'entorn primari i el secundari va variar en funció de cada cas, i de la destinació a la qual es viatjava.

4.3.3 Plans i preparació. *Factors a tenir en compte*

"Estar preparat és la meitat de la victòria"

Miguel de Cervantes

Wilson i Harris (2007) consideren que el factor seguretat, juntament amb els sentiments personals, són les més grans preocupacions de les dones viatgeres, on les percepcions de risc esdevenen una part inevitable de l'experiència turística. Un cop l'inici del viatge està molt pròxim, les preocupacions emergeixen a flor de pell i comença la fase de preparació. El factor de la seguretat ha d'estar garantit, amb el coneixement profund del lloc que es vol visitar, i els mètodes de transport. En afegit, s'ha de comptar amb el suport familiar i el procés de preparació psicològica.

Es pot definir l'**espai públic** com l'espai que compartim amb persones que no són familiars, amics o companys de feina. Es van formant connexions socials i espacials a l'entorn que residim, fet que ajuda a augmentar la confiança de cara als estranys o

persones que no ens són familiars (E. Wilson & Little, 2008). Quan es realitza el viatge en solitari, el concepte d'espai públic passa a ser més complex. Aquesta "negociació" fruit de l'abandonament de la zona de confort per estar sol en un espai totalment nou, pot ser dantesca per alguns viatgers (Jordan & Gibson, 2000).

Les **pors** per assetjament o violència masculista poden esdevenir la major preocupació d'una dona xinesa (Deem, 1996; Little, 2002). Per tal de garantir la seguretat, les set viatgeres estaven molt mentalitzades de la seva forma d'actuar per a prevenir qualsevol perill, tenint molt clar el fet de no sortir de nit i d'ajustar un vestuari adequat per a cada indret.

"Per garantir la seguretat, tenia clar que no sortiria de nit i reservaria allotjament en la part cèntrica de la ciutat" (XY).

"Tenia clar com l'aigua que no havia de sortir per la nit, des de que ho van aconsellar en una aplicació de viatges. No vaig portar cap vestit, perquè pensava que era millor per la meua seguretat (MA).

"No confio en la roba bonica, no és pràctica pel viatge en solitari" (YC).

L'única entrevistada que va decidir sortir de nit va ser LX quan estava a Grècia, a la qual el factor seguretat no li suposava una preocupació gaire important:

"No em preocupava molt la seguretat al viatjar sola, per tant tenia en ment que alguna nit podia sortir per la zona cèntrica, per conèixer l'ambient nocturn"

Abans d'emprendre el viatge, cada protagonista va realitzar una recerca prèvia i una preparació posterior. Coincideixen tots els casos en què el primer contacte amb l'idea de *solo travel* va ser durant la secundària, però la preparació va variar en funció de la destinació. En el cas dels destins que podrien semblar més perillosos per a viatjar sola, com Egipte, Tailàndia i sobretot la província de Guizhou, la preparació va ser més exhaustiva:

"Vaig preparar-me molt minuciosament per potencials perills del viatge. Vaig comprar medicines, un esprai de protecció i un aparell que al encendre'l sona molt fort" (MA).

"Estava preparada pel pitjor evidentment. Vaig considerar que era la meva responsabilitat ser conscient de tot el que podia passar i vaig fer plans de com reaccionar en situacions de perill". (YC).

XY abans de realitzar el viatge de voluntariat a Egipte, tot i ser una persona que necessita més temps per obrir-se a les persones que encara no coneix, ja estava mentalitzada que havia de connectar amb altres voluntaris, per tal que quan arribés es pogués crear un petit clima d'intercanvi:

"La idea de viatjar sola, em va ensenyar la importància de trobar una petita zona de confort a Egipte, fora de la meua zona de confort. Tot i que no soc una persona que fa amistats fàcilment, ja estava mentalitzada que havia d'establir contactes abans d'arribar-hi"

Com he indicat anteriorment, en altres destinacions com el Japó, les preocupacions en referència a la seguretat eren poques, tant en el cas de CX com SD:

"Des del meu punt de vista, una persona que viatja al Japó no s'ha de preocupar per la seguretat" (CX).

Quan es realitzen planificacions, s'inicia un procés de negociació amb les pors que es poden tenir abans de realitzar el viatge. En funció del país i la cultura que es visitarà, és necessari tenir una idea prèvia del lloc, de quina forma es podrà dur a terme la comunicació amb la població i el més important de tot, la **preparació psicològica** (Wilson, E.C., 2004).

Els dos factors que van fer consumir més temps a YC en la preparació del viatge va ser el tema del **transport**, es a dir, com procurar de garantir-lo en indrets molt poc desenvolupats; però sobretot com aconseguir el **suport familiar**. El seu germà ho sabia tot des d'un principi, i comptava amb el seu recolzament, i també li va comentar al seu

cosí, qui ja havia realitzat *solo travel* anteriorment, i qui podia entendre millor les seves motivacions i intencions del viatge.

“Em vaig preparar físicament, ja que tenir la força per enfrontar una persona dolenta és important, saps? Vaig sovint al gimnàs. Però la preparació mental és encara més important, ja que la pressió psicològica és constant. Les preocupacions que crea la ment per garantir la seguretat. Per aquest fet vaig estar tres dies preparant-me. Com evitar el transport privat i només agafar busos públics en un lloc poc desenvolupat és complicat saps. L'altra aspecte a destacar va ser com aconseguir el suport de la meva família, en cas de que quelcom dolent passés.” (YC).

En altres casos, aquest suport familiar no va requerir molts esforços, com és el cas de WH i SD, qui, com s'ha mencionat anteriorment, comptaven amb famílies de mentalitat més oberta.

“La meva família sempre m'anima a viatjar. Realment depèn de la família que tens a la Xina, però la meva és de mentalitat molt oberta” (SD).

D'altra banda, com a viatgeres amb més experiència de *solo travel* tenim a WH, la qual ja ha viatjat sola a 10 països, entre els quals hi ha Cambodja, Tailàndia, Estats-Units, etc., i a LX que ha viatjat sola a Espanya, Croàcia i Grècia. En els dos casos, en el seu primer viatge, la preparació va ser mínima.

“Tenia el 100% de confiança en mi mateixa des del primer moment fins ara. No és un gran problema per mi viatjar sola” (WH).

“No em vaig preparar el meu primer viatge per mandra. Vaig comprar els bitllets unes setmanes abans, i vaig mirar algun lloc per visitar. Aquesta era tota la meva preparació” (LX).

Reflexió de l'autor:

El risc i les preocupacions anteriors al viatge en solitari són aspectes que s'han estudiat de forma ampla en el turisme.

El factor seguretat ha esdevingut la major preocupació de les entrevistades en la planificació del viatge. Més importants que les necessitats bàsiques per a realitzar-lo, com comprar els bitllets d'avió, reservar el tren, comprar objectes que s'utilitzaran durant el trajecte, etc., ho han estat les psicològiques. La forma en que es preparaven mentalment abans de començar el viatge, en termes de coneixements sobre el transport, en termes de confiança, el saber si la família estaria en contacte constantment. Aquest procés representa una continua negociació interior per a fer front a les pors, inseguretats i potencials perills.

4.3.4 El viatge. *L'experiència viscuda*

"Una nòmada seré de per vida, enamorada d'indrets llunyans i inexplorats"

Isabelle Eberhardt

La paraula experiència, està formada pel prefix ex, que vol dir separació, l'arrel del verb peri- que es pot traduir del llatí "intentar" i el sufix -entia que equival a la qualitat d'un agent. És la forma de coneixement que es produeix a partir d'aquestes vivències u observacions. A partir de l'estudi de Chiang & Jogaratnam (2006), l'experiència és establerta com el motiu més significatiu a l'hora de començar un viatge sol, fortament relacionat amb viure diferents cultures i formes de vida, a més a més de visitar destinacions meravelloses i esdeveniments culturals que no podrien viure en el seu entorn habitual.

Hi ha una sèrie d'aspectes que van influenciar el seu viatge com la durada, els moments inesperats, l'allotjament, les experiències negatives i la inseguretat.

La **durada** va variar dels 5 dies (WH a Cambodja), als 40 (voluntariat de XY a Egipte). En els casos que el viatge va durar poc, aquest va ser un factor que varen lamentar totes les entrevistades:

"Després de tornar de Cambodja, em va agradar tant, que vaig voler tornar-hi en el futur" (WH).

"Com a mínim viatge 5 dies en la mateixa destinació, per tal de tenir una mínima percepció de la seva cultura." (SD).

En el cas de CX, mai oblidarà la sensació de vestir quimonos tradicionals a Kyoto, quan va sentir una percepció de *déjà vu*:

"Mai oblidaré el moment que vaig vestir el quimono tradicional de Kyoto, en aquell instant em sentir com si ja hagués format part de la cultura japonesa"

Per a LX, el dia que va conèixer un fotògraf professional buscant llocs bonics de Santorini per a fotografiar-se, quedarà fixat per sempre en la seva ment:

"També vaig conèixer un jove de Hong Kong que era fotògraf de professió. Aquell dia vàrem buscar paisatges especials per fotografiar-los. També vam descobrir la tenda artesanal que fa els millors iogurt grecs del món. Se que pot sonar simple però en aquell moment em vaig sentir molt lliure i feliç"

Com es deia a Forrest Gump en la pel·lícula de 1994, la vida és com una capsa de bombons, mai se sap el que un es trobarà. Els viatges es nodreixen sobretot d'allò desconegut, de la improvisació, de la fragilitat que dona la incertesa, de les **sorpreses inesperades**: WH destaca el moment que va decidir matinar a les 4 de la nit per emprendre una aventura a uns banys termals de la muntanya, que estaven a 4 hores amb cotxe de la capital:

"A Filipines vaig tenir una experiència inoblidable. En un restaurant estava parlant amb una noia que semblava xinesa. Després vaig saber que els seus pares havien emigrat de la Xina per venir aquí. Ens vam fer amigues des del primer moment, i em va invitar a visitar un lloc únic, molt allunyat dels atractius turístics. Recordo matinar a les 4 del matí, confiant amb una noia que havia

conegut feia un dia, i vam anar a l'aventura. Em va portar a uns banys termals, enmig de la natura. Aquell lloc era meravellós i estàvem soles. Aquell moment quedarà sempre en la meva retina.

“Quan em preparava per abandonar l’hotel, va succeir un fet molt entranyable. En el moment de realitzar el check out, a les 6 de la matinada, vaig veure el propietari de l’hotel dormint en el sofà de l’entrada. Li vaig preguntar si havia begut la nit passada. “No, només volia acomiadar-te abans que marxessis” em va respondre” (YC).

En referència a l'**allotjament**, la majoria va escollir els llocs més barats per tal de reduir despeses del viatge. Però en altres casos, es va preferir pagar més diners per garantir la seguretat:

“No tenia molts diners, per tant vaig anar als establiments més barats” (SD).

“Vaig estar en establiments una mica cars, per motius de seguretat. Egipte és un país molt llunyà de la Xina, i de fet hi han alguns riscos per una viatgera en solitari. Algunes amigues meves van ser robades al carrer, per tant volia anar amb molt de compte” (XY).

També hi va haver algunes **experiències negatives**, com en tots els viatges, però evocant la història totes ho recorden positivament. En el cas de YC, va tenir una situació bastant incomoda, que li va provocar decepció:

“Quan vaig tornar a l’hotel, el propietari em va oferir alcohol, però vaig preferir veure te. El que realment em va molestar, va se que li estava ensenyant una cançó que havia après tocant la guitarra, i de cop es va posar a parlar per telèfon, durant una llarga estona. Aquest fet em va decebre molt i vaig decidir marxar a fora, per sopar. Quan vaig tornar, el propietari em va preguntar què havia fet malament ell, perquè marxés tant sobtadament. Va ser un moment bastant complicat, se’l veia molt decebut”.

“Vaig tenir una mala experiència amb una dona gitana que venia flors; al donar-me’n una, em va demanar diners per menjar. Uns moments després li vaig donar un euro, tot i que no estava gaire còmoda. Després em va donar una altra flor i em demanava més diners, però li vaig tornar” (LX).

La **inseguretat** va estar present també en alguns moments del viatge, però cap viatgera va tenir cap incident:

“La primera nit que vaig sortir per conèixer l’ambient nocturn de la ciutat, el carrer desprenia una forta olor a drogues. En aquell moment no hi havia ningú i em vaig sentir insegura” (LX).

“Tenia els diners davant meu en tot moment, perquè em van avisar que havia molts lladres en el centre de Bangkok” (MA).

Reflexió de l’autor:

A partir de l’estudi de Chiang & Jogaratnam, 2006, l’experiència és establerta com el motiu més significatiu alhora de començar un viatge sol, fortament relacionat amb viure diferents cultures i formes de vida, a més a més de visitar destinacions meravelloses i esdeveniments culturals que no podrien viure en el seu entorn habitual.

L’experiència de *solo travel* és valorada positivament per totes. Més en el cas de WH i LX, que ho han repetit. Totes elles ho recordaven de forma més o menys detallada la seva experiència, amb molts moments inoblidables.

A pesar dels moments d’inseguretat, les experiències negatives i les possibles decepcions, ho consideren un punt d’inflexió a les seves vides, un aprenentatge cabdal.

4.3.5 Immersió cultural i mimetisme. *Aprenentatge i transformació*

“Educar la ment sense educar el cor, no és educació”

Aristòtil

Segons l’adaptació entre la viatgera i el territori, es va produir un mimetisme, fruit de la immersió cultural i interacció amb els locals. A través de l’anàlisi fenomenològica, van sorgir nous conceptes com el sentit de la responsabilitat i el sentit del lloc. Un cop acabada l’experiència, en algun cas va aparèixer la melangia, i es va produir un aprenentatge i una transformació interior.

Es defineix un viatge d’immersió com aquell en que es vol conèixer amb més temps i calma la cultura real del lloc visitat.

És una adaptació a la vida de la població local, un procés d'aprenentatge que va de l'exterior a l'interior. Significa sortir del que és familiar i conegut, per obrir-se a una rutina de costums, maneres, i ritmes de fer completament nous, i que implica una intensa **interacció amb els locals**.

Des de que YC va arribar a un hotel perdut de la muntanya, va connectar molt ràpidament amb el director de l'hotel i el seu ajudant, els quals li van oferir de veure 白酒² i compartir una estona:

"Només arribar a l'hotel, el propietari i el seu amic em van oferir beure 白酒, però els vaig respondre que preferia veure te. Vaig tenir un debat molt interessant amb ells, i després em van invitar a dinar. Es van mostrar molt hospitalaris i fins i tot el seu ajudant, em va oferir anar a beure les estrelles en el pic de la muntanya. "

Aquest fet la va fer reflexionar sobre el que ella defineix com a **sentit de la responsabilitat**: un viatger pot ser acceptat molt ràpidament per altres cultures, sempre i quan sigui amable, respectuós i agraït. Però segons ella, és important ser conscient de la responsabilitat que comporta. El fet de voler interactuar amb els locals, obliga també a vigilar i a respectar les seves maneres de fer.

Un altre factor, conseqüència de la immersió cultural pot ser el d'adquirir més consciència d'un mateix. Quan canvia completament l'escenari d'actuació ens pot transformar totalment la percepció del que ens agrada i del que no, dels nostres propis hàbits. Un canvi radical va ser el de XY, la qual des de petita sempre havia volgut viatjar sola, doncs era el seu somni. Un cop realitzat va adonar-se de que havia perdut l'interès pel viatge. Que realment preferia estar a casa, llegint o amb els amics. En aquest aprenentatge ella va introduir el concepte de **sentit del lloc**:

² Beguda destil·lada transparent que va dels 40% als 50%

“Després de viatjar a Egipte, vaig descobrir que no estava interessada en viatjar. Prefereixo estar a casa llegint llibres o compartint moments amb els amics. Si vas a un nou lloc, totalment diferent a la teva cultura, estàs visitant un entorn que és familiar per els que hi viuen allà. En la meua ciutat natal Dalin, hi ha molts turistes, però no entenc perquè hi venen, ja que per mi és un espai molt familiar i amb carència d’atractius. El viatge en solitari va canviar totalment la meua percepció i ara ja no és una activitat atraient per mi.

Després del viatge, és comú trobar-se amb un sentiment d’enyor, de certa **malenconia**, relacionat amb la tristesa dolça de recordar esdeveniments del passat:

“Després del meu viatge, vaig tenir sentiments de tristesa relacionats amb la melangia, especialment al recordar els moments inoblidables” (YC).

La immersió també pot estar lligada a la **multiculturalitat**. Aquest fenomen es produeix quan una persona realitza una experiència de llarga durada en una cultura diferent. Conseqüentment, es pot donar el cas que cap cultura exerceixi de dominant (Hector, J., 1978). Per a LX, després de fer el seu primer viatge sola a Espanya i quedar-s’hi a viure durant un any, se sentia més pròxima amb la forma de pensar d’aquí, que amb les costums tradicionals xineses.

“La meua experiència a Espanya va canviar totalment la meua forma de pensar. Vaig començar a sentir que en alguns aspectes em sentia molt més pròxima a la cultura espanyola” (LX).

Com les papallones que canvien el color de les seves ales per adaptar-se a la natura, l’esser humà, té la capacitat d’adaptar-se a l’entorn per sobreviure, en un procés de **mimetisme** (Bates, H. W., 1892). En alguns casos hi ha la necessitat d’adoptar certs comportaments per obtenir quelcom, passar desapercebuts o pel contrari ser el centre d’atenció. Les viatgeres van haver d’experimentar per força un procés d’adaptació al seu nou entorn. MA a cada moment que tenia la sensació de que alguna cosa l’allunyava del seus plans, s’assegurava que el factor seguretat estigués sempre cobert:

"Quan quelcom estava fora dels meus plans, necessitava temps per assegurar-me que era segur per mi".

"Tenia pensat agafar sempre el transport públic, però un dia una dona em va oferir el transport privat, per anar a una ciutat que estava a 6 hores de distància. Al principi no ho veia molt clar, però al dir-me ella que si passava quelcom dolent podia telefonar el 110, em va donar confiança" (YC).

Progressar, saber adaptar-se a cada circumstància, canviar d'un estadi a un altre, d'una forma de ser i de fer a una altra forma nova. Cada integrant va experimentar una **transmutació** en termes d'augment de confiança en sí mateixa. YC després de fer el viatge es va atrevir a explicar-ho al seu pare:

"Vaig aprendre que era capaç d'anar a llocs que poden semblar com a molt perillosos, quan realment no ho són, sempre que no busquis el perill. Després del viatge vaig guanyar molta confiança i li vaig dir al meu pare. Semblava que ell estava d'acord amb mi i mostrava molt d'interès per saber-ho tot i veure les fotografies. Però en el futur si torno a viatjar sola, no li diré, ja que soc conscient que no m'ho permetrà. És un bon pare, però de mentalitat molt tradicional" (YC).

LX se sent ara una persona molt més valenta, després dels seus tres viatges en solitari:

"Tot el que va passar, bo i dolent em va agradar, perquè vaig aprendre moltes coses. Després de la meva primera experiència, sento que ara estic molt preparada per prendre nous reptes".

Aquesta confiança també està relacionada amb l'autonomia, en saber-se autosuficient, com en el cas de SD:

"Aquest viatge m'ha fet sentir com a millor persona. Tinc la sensació que he de veure més països, per tal d'aprendre més. Quan ets jove, has de viatjar sola, perquè és molt divertit i enriquidor"

O en el de YX:

"Després de l'experiència, soc una persona totalment diferent. Em sento amb molta més confiança i més independent. Quan viatges en un país molt llunyà com Egipte, no tens altre opció de cuidar de tu mateixa, en un lloc que has començat de zero. Va ser una oportunitat per veure el meu reflex i millorar les meves mancances"

Reflexió de l'autor:

El contacte amb una cultura diferent, suposa introduir-se en unes noves costums, creences, comportaments que obliguen a una permeabilitat, que serà adaptativa a cada nova situació, a una major paciència i empatia i equanimitat davant les dificultats i el vaivé emocional inevitable. Viatjar suposa des del primer moment poder mirar el passat i la pròpia identitat amb molta més distància, tant física com anímica, i poder sintetitzar més clarament allò viscut. Tot aquest còctel acaba inevitablement transformant l'individu.

4.4 ANALISI DE DADES EN EL CONTEXT CULTURAL XINÈS

La cultura és quelcom que s'ha après i no s'ha heretat biològicament. És una informació compartida, resultat de la interacció i l'aprenentatge entre un grup de persones, la qual influència els seus comportaments i creences (Matthews et al., 2018). No obstant, mentre que el concepte de cultura es pot percebre sovint com una forma d'entendre un grup, cada individu l'aprèn de forma independent.

En el marc de la Xina, segons la tradició arrelada en el **confucianisme**, les dones tenen que estar a casa cuidant dels familiars. MA considera que la majoria de famílies segueix pensant d'aquesta manera arcaica, i està molt contenta d'haver viatjat en solitari ara, perquè creu que quant es casi, serà molt més complicat:

"La majoria de les famílies xineses creuen que les dones han d'estar a casa, tal com la tradició estableix. Soc molt afortunada d'haver pogut viatjar en solitari, perquè no se si en el futur, podré prendre aquesta decisió i repetir l'experiència."

Quant YC va viatjar a la província de Guizhou, la propietària d'un hotel es va quedar molt sorpresa i meravellada de veure que una noia podia viatjar sola, un fet que en el seu context seria impensable:

“La propietària d’un hotel em va preguntar amb molta curiositat: --Estàs viatjant tu sola?. Estava molt sorpresa. Em va dir que ella mai havia anat a la ciutat sense la companyia d’un home, sovint el seu marit, pare o germà, i em va elogiar molt aquella tarda”.

D'altra banda, WH, SD i XY, tenen una opinió molt diferent al respecte, relacionada amb el **canvi de mentalitat** que s’ha produït a la Xina:

“Des de la dècada dels 90, la mentalitat està canviant molt. No només en la meua família, però en tot el país. Avui en dia tenim internet, on es pot veure a dones viatjant soles, fet que influència molt el pensament de les joves” (WH).

Reforçant aquesta afirmació, Teng (1996) considera que a la dècada dels 90 les dones xineses ja no són víctimes d’una clara desigualtat, que viuen un procés progressiu d’empoderament, amb veu pròpia a la societat i amb llibertat per viatjar. Un altre exemple és SD, a la qual no li van impedir viatjar en solitari, sinó que des d’un principi la van motivar a fer aquest tipus d’activitats.

“La meua família sempre em va animar a viatjar a l’estranger. Avui en dia depèn de la família en que neixes, i jo tinc la sort que la meua té mentalitat molt oberta”.

El context també pot provocar un **xoc cultural** al canviar de cultura. Aquest pot esdevenir una sensació d’aïllament i de solitud en el procés d’adaptació. En el cas de les entrevistades va ser un element positiu que les permetia poder diferenciar i integrar alhora la seva tradició, al poder observar les diferències.

En el cas de XY, va quedar molt sorpresa quan una noia que havia conegut durant el trajecte en bus, la va acompanyar tot el dia per ensenyar-li tota la ciutat de *Dishna*. Aquest fet ella mai s’ho podria haver imaginat en el seu país.

“Un dels moments que recordo més del viatge és quan vaig sentir el xoc cultural. Viatjant amb bus, vaig conèixer a una noia d’Egipte. Durant tot el trajecte vam estar parlant i al arribar a la ciutat ella va decidir passar tot el dia juntes. Al meu país, mai passaries el dia amb un estranger que acabes de conèixer, però ella ho va fer amb mi” (XY).

Reflexió de l’autor:

Segons els darrer informe del Fòrum Econòmic Mundial sobre la igualtat de gènere, la Xina es troba encara en 2017 en el lloc número 100 de 144 països i va acabar 2018 en el lloc 103 de 149.

Després d’escoltar les entrevistades, podríem considerar la seva tendència al desplaçament com una forma de rebuig i fugida al destí probable de confinament a la llar, quan formin una nova família. La casa es podria percebre així com un indret massa feminitzat, estàtic, i inhibidor de la pròpia individualitat i creativitat.

4.5 CONCLUSIONS DE LA PART EMPÍRICA

En aquest treball hem intentat comprendre l'experiència de set dones xineses d'entre 20 i 26 anys de viatjar soles a un altre país o província, a partir dels seus testimonis personals. Els casos són englobats en la tipologia de viatges d'oci, amb l'excepció d'un cas que va ser fruit d'un programa de voluntariat.

Hem pogut apreciar les seves variades motivacions, les grans dificultats en un entorn encara excessivament masculista, i les importants transformacions psicològiques durant i després del viatge.

La recerca de seguretat ha estat un dels temes més presents, així com el de l'oposició familiar. S'ha de reconèixer el coratge de les entrevistades, la funció de capdavanteres en la seva societat; el cas de YC és potser l'exemple més impactant.

El silenci, paradoxalment, també ha sigut un factor que ha aportat informació a les entrevistes, en general denotava certa ingenuïtat però també prudència i reserva, com en el cas de LX: quan s'adreçava la conversa al voltant dels condicionaments socials, les respostes eren desviades cap a altres temes.

Podríem establir com a conclusió general dels set relats, més que considerar-los com a un important precedent social, la gran importància que el viatge ha tingut a les vides respectives. Totes coincideixen en valorar la sort de poder viatjar soles, en el seu empoderament com a persones lliures.

旅行

viatge

独自旅行

viatge en solitari

5. Conclusions

*"People will forget what you said, people will forget what you did,
but people will never forget how you made them feel"*

Maya Angelou

Aquest estudi aporta "llum" en l'àmbit de *female solo travel* a la Xina. Es van entrevistar set noies dintre el segment dels 20 als 26 anys amb estudis universitaris, sobre la seva experiència, i la influència que havia tingut abans, durant i després del viatge. A partir de la seva narrativa, l'autor ha après que les experiències estan compostes per motivacions, efectes de l'entorn, preparació, l'experiència real i la immersió produïda durant i després del viatge. Aquest capítol està dividit en dues parts, amb la conclusió principal de la recerca, i les limitacions i recomanacions per futures recerques.

5.1 CONCLUSIÓ PRINCIPAL

Segons l'Oficina Nacional d'Estadística de la Xina, les dones representen el 48,75% de la població total, un desequilibri que s'atribueix àmpliament a les polítiques del país per a un fill i a una preferència cultural per a la descendència masculina. Fins fa molt poc, les dones xineses que viatjaven acostumaven a acompanyar el pare, el marit o el fill. Actualment, la majoria de dones xineses que viatja, són estudiants universitàries o professionals. El boom econòmic a partir de la dècada dels 90 va permetre un important suport del govern per anar a estudiar a l'estranger, i en l'actualitat trobem un nombre important d'estudiants xineses fent intercanvi amb molts altres països.

Diuen que una persona per a ser sàvia ha de ser "llegida i viatjada". Les set viatgeres que tractem en aquest estudi el que més valoraven de la seva experiència era el seu aprenentatge, el seu enriquiment i desenvolupament com a persones. A la Ruta de Sant Jaume es repeteix sovint que la ruta et dona sempre més del que tu li demanes. En aquesta necessitat d'exploració i aventura que és el *solo travel*, els premis per a elles semblen ser

l'autorealització i la interacció social (també assenyalen l'aprofundiment en l'anglès i la immersió en altres pobles i cultures).

De tota manera, la seva actitud no deixa mai de ser un desafiament social, car les set protagonistes construeixen la seva identitat desafiant els estereotips i les possibles expectatives d'una dona asiàtica. Si les vacances en família perpetuen els tradicionals rols de gènere, el *solo travel* és l'oportunitat d'escapar d'aquests papers previsibles.

Es podria afirmar que no els manca valor i que demostren més capacitat de risc que els homes, ja que realment els amenacen durant el viatge bastants més perills. En alguns casos, estan convençudes que quan s'integrin socialment formant una llar els espera una vida molt més estàtica i menys creativa, per molt que el seu ideal sigui el de seguir viatjant i treballant en el món del turisme i el comerç internacional.

No oblidem també que l'espai i el paisatge turístic estan sexualitzats i racialitzats, privilegiant especialment les experiències de viatges dels homes occidentals heterosexuales. Això les obliga a una preparació del viatge molt més documentada i més concentrada en garantir uns mínims de seguretat.

A la Xina les dones que no han trobat parella se les anomena despectivament "dona que sobra". El *solo travel* femení es refereix a les viatgeres que arriben soles a cada destí, independentment de si comparteixen o no experiències pel camí amb altres companys de viatge. És una activitat, de fet, molt recent, per això les entrevistades no tenen més de 26 anys i per això aquest treball no disposa d'antecedents d'investigació prou remarcables.

Hem pogut observar com la soledat de la viatgera, que pot ser un inconvenient per la incertesa i la vulnerabilitat que suposen, acaba sent un avantatge per la llibertat de moviment que representa, per la immediatesa de les decisions, per la capacitat d'improvisació, per la flexibilitat, per la facilitat de relacionar-se amb persones i pobles allunyats dels circuits turístics.

El viatge actua d'eficient mirall de les pròpies mancances, et prepara per adaptar-te a qualsevol eventualitat, és un poderós despertador de l'empatia i de l'equanimitat, com ho testimonien continuadament aquests set relats.

Segurament viatjar sol facilita aquest "sortir d'un mateix", facilita aquest transcendir el propi jo (que s'acostuma a identificar amb la saviesa), doncs el viatge obliga inevitablement a una continuada atenció a l'aquí i ara, a viure el present més immediat d'una manera més precisa i intensa, per la pròpia necessitat de supervivència, per la necessitat d'anar resolent una gran quantitat de vicissituds successives i inesperades.

Un amic dels meus pares, ex monjo de Montserrat, en Jacint Carbonell, ens preguntava un dia: tenint clar que som gotes molt petites d'un oceà (de l'oceà de la vida)..., en què t'identifiques, amb la gota de l'aigua o amb l'aigua de la gota?

Potser viatjar sol permet més aquest oblidar-se d'un mateix, i concentrar-se un pèl més en la immensitat...

5.2 LIMITACIONS I RECOMANACIONS PER INVESTIGACIONS FUTURES

Lamentablement no hem pogut disposar d'antecedents útils en l'estudi del fenomen xinès del *solo travel* femení, considerem que és un terreny massa orfe. Esperem que aquest treball signifiqui una punta de llança per a possibles investigadors futurs.

Les set entrevistes no deixen de ser un testimoni excessivament reduït de la realitat actual, tot i que poden representar amb certa idoneïtat l'important i accelerat canvi de tendència que s'està produint actualment en el gegant asiàtic.

S'ha realitzat un estudi purament hermenèutic, basat en l'observació i en la interpretació de les respostes escrites.

L'autor hauria preferit poder sumar més informació, cercant més fonts publicades en el país de la Xina i realitzant una segona ronda d'entrevistes a les protagonistes, per seguir la metodologia purament hermenèutica.

Per a futures recerques, seria interessant ampliar el marge d'edat, així com la localització de les participants, per a tenir una visió més panoràmica i precisa. Alhora convindria verificar aquest estudi amb estadístiques i investigacions paral·leles sobre el tema. En estudis quantitius, es podria investigar el fet insòlit de si hi ha més dones que homes que viatgen en solitari. Com a conceptes extrets de l'anàlisi fenomenològica, seria interessant un estudi de la relació entre la felicitat i el viatge en solitari, i els conceptes del sentit del lloc i el sentit de la responsabilitat.

旅行

viatge

独自旅行

viatge en solitari

6. Bibliografia

- Aitchison, C. C. (2005). Feminist and gender perspectives in tourism studies: The social-cultural nexus of critical and cultural theories. *Tourist Studies*, 5(3), 207–224. <https://doi.org/10.1177/1468797605070330>
- Agrusa, J., Kim, S. S., & Wang, K. C. (2011). Mainland Chinese tourists to Hawaii: Their characteristics and preferences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(3), 261–278. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.562853>
- Arce, A. Z., Trinidad, L., Esparza, M., Cristina, M., & Hernández, B. (2018). Una mirada histórica a la construcción del imaginario turístico A historical look at the construction of the tourist imaginary. 141–162.
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657–681. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
- Bialeschki MD. 2005. Fear of violence: contested constraints by women in outdoor recreation activities. In *Constraints to Leisure*, Jackson EL (ed.). Venture Publishing: State College, PA; 103–114.
- Brown, G. (2006). Mapping Landscape Values and. *Tourism*, 113(November 2012), 101–113. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Cid, C. (2003). *Historia de las religiones*. Barcelona: Optima.
- Chiang, C. Y., & Jogaratnam, G. (2006). Why do women travel solo for purposes of leisure? *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 59–70. <https://doi.org/10.1177/1356766706059041>
- De Botton, A. (2002). *The art of travel*. London: Hamish Hamilton.

- Elsrud, T. (2001). Risk creation in traveling: Backpacker adventure narration. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 597–617. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00061-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00061-X)
- Falk, M., & Katz-Gerro, T. (2017). Modeling travel decisions: Urban exploration, cultural immersion, or both? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(3), 369–382. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1182455>
- Foo, L.M. (1999). "International solo travellers to Australia." Research Report, 1(2), 1-5. Bureau of Tourism Research Report.
- Gadamer, H. (1989). *Truth and method*. New York: Crossroad.
- Galí, N. i Donaire, J. A. (2003). "La Imagen a Priori de los Destinos Turísticos Monumentales: El Caso de Girona". *Papers de Turisme*, 34, 78-97.
- Heidegger, M. (1962). *Being and time*. NY: Harper & Row.
- Heimtun, B., & Morgan, N. (2012). Proposing paradigm peace: Mixed methods in feminist tourism research. *Tourist Studies*, 12(3), 287–304. <https://doi.org/10.1177/1468797612461088>
- Høffding, S., & Martiny, K. (2016). Framing a phenomenological interview: what, why and how. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 15(4), 539–564. <https://doi.org/10.1007/s11097-015-9433-z>
- Hofstede, G. (1990). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Huang G.HC., Gove M. (2015) Confucianism, Chinese Families, and Academic Achievement: Exploring How Confucianism and Asian Descendant Parenting Practices Influence Children's Academic Achievement. 41-66. https://doi.org/10.1007/978-3-319-16390-1_3

- Jong-Hyeong Kim. The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction[J]. *Journal of Travel Research*, 2018, Vol. 57(7):856–870.
- Kavazidou, M. (2016). Hosting a kid , yet a foreign kid : The experience of women hosting ' refugees on holidays '.
- Klinenberg, E. (2012). *Going solo: The extraordinary rise and surprising appeal of living alone*. New York: Penguin Press.
- Laesser, C., Beritelli, P., & Bieger, T. (2009). Solo travel: Explorative insights from a mature market (Switzerland). *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 217–227. <https://doi.org/10.1177/1356766709104268>
- Lauterbach, A. A. (2018). Hermeneutic phenomenological interviewing: Going beyond semi-structured formats to help participants revisit experience. *Qualitative Report*, 23(11), 2883–2898.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027>
- Manen, M. (2017). But Is It Phenomenology? *Qualitative Health Research*, 27(6), 775–779. <https://doi.org/10.1177/1049732317699570>
- Matthews, M., McCullough K., Myers (2002). Maiden voyages: the rise of women-only travel. *PATA Compass Magazine*: 36–40.
- Matthews, L., Brown, R., & Kennedy, D. (2018). *A Manual for Cultural Analysis. A Manual for Cultural Analysis*. <https://doi.org/10.7249/tl275>

- Mayo, E.J., & Jarvis, L.P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*.
- McNamara, K. E., & Prideaux, B. (2010). A typology of solo independent women travellers. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 253–264. <https://doi.org/10.1002/jtr.751>
- Mehmetoglu M, Dann G M S, Larsen S. Solitary Travellers in the Norwegian Lofoten Islands: Why Do People Travel On Their Own?[J]. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 2001, 1(1):19-37.
- Meredith, R. (2008). *The elephant and the dragon: the rise of India and China and what it means for all of us*. New York: W.W. Norton.
- Mircea, E. (1994). *El diccionario de las religiones*. Paydos, Barcelona.
- Pain R. 1991. Space, sexual violence and social control: integrating geographical and feminist analyses of women's fear of crime. *Progress in Human Geography* 15: 415–431.
- Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park. <https://doi.org/10.1002/nur.4770140111>
- Parahoo, K. (2014) *Nursing Research: Principles, Process and Issues*. Palgrave Macmillan, London.
- Pernecky, T., & Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1055–1075. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.04.002>

- Prayag, G., Cohen, S. A., & Yan, H. (2015). Potential Chinese travellers to Western Europe: segmenting motivations and service expectations. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 725–743. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.868413>
- Prayag, G., Disegna, M., Cohen, S. A., & Yan, H. (Gordon). (2015). Segmenting Markets by Bagged Clustering: Young Chinese Travelers to Western Europe. *Journal of Travel Research*, 54(2), 234–250. <https://doi.org/10.1177/0047287513514299>
- Punch, K.F. (1998) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. Sage, London.
- Riley, P. J. (1988). Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 313–328. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90025-4)
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (1997), *Consumer Behaviour*, 6th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Seow, D., & Brown, L. (2018). *Current Issues in Tourism The solo female Asian tourist*. 3500. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1423283>
- Sofield, T. H. B. (1998). Tourism development and cultural policies in China. 25(2), 362–392.
- Su, Y. (2012). Chinese independent female travellers' experience in European destinations.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze : leisure and travel in contemporary societies*. London ; Newbury Park :Sage Publications
- Valaja, E. (2018). Solo Female Travellers' Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies- As Expressed in Online Travel Blog Narratives.

- Vandermause, R. K., & Fleming, S. E. (2011). Philosophical Hermeneutic Interviewing. *International Journal of Qualitative Methods*, 10(4), 367–377. <https://doi.org/10.1177/160940691101000405>
- Whyte LB, Shaw SM. 1994. Women's leisure: an exploratory study of fear of violence as a leisure constraint. *Journal of Applied Recreation Research* 19(1): 5–21.
- Wilson, E. C. (2004). A journey of her own?: The impact of constraints on women's solo travel. Department of Tourism, Leisure, Hotel and Sports Management. <http://www4.gu.edu.au:8080/adt-root/uploads/approved/adt-QGU20050209.110742/public/02Whole.pdf>
- Wilson, E., & Harris, C. (2006). Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism*, 54(2), 161–172.
- Wilson, E., & Little, D. E. (2008). The solo female travel experience: Exploring the "geography of women's fear." *Current Issues in Tourism*, 11(2), 167–186. <https://doi.org/10.2167/cit342>
- Woodward D, Green E. 1988. 'Not tonight dear!': the social control of women's leisure. In: *Relative Freedoms: Women and Leisure*, Wimbush E, Talbot M (eds). Open University: Milton Keynes; 131–146.
- Xu, H., Cui, Q., Sofield, T., Mei, F., & Li, S. (2014). Attaining harmony : understanding the relationship between ecotourism and protected areas in China. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1131–1150. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.902064>
- Xu Wenyue, Liu Min. The Meanings of Female Solo Travel: A Perspective of Autoethnography[J]. *Tourism Tribune*, 2018, 33(03):23-38.

- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2018). Constructing Space and Self through Risk Taking: A Case of Asian Solo Female Travelers. *Journal of Travel Research*, 57(2), 260–272. <https://doi.org/10.1177/0047287517692447>
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A narrative review of Asian female travellers: looking into the future through the past. *Current Issues in Tourism*, 20(10), 1008–1027. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1208741>
- Yang, E. C. L., Yang, M. J. H., & Khoo-Lattimore, C. (2019). The meanings of solo travel for Asian women. *Tourism Review*, 74(5), 1047–1057. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2018-0150>
- Yang, R., & Tung, V. W. S. (2018). How does family influence the travel constraints of solo travelers? Construct specification and scale development. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(4), 507–516. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1363685>
- Yü-sheng, L. (1979). *The Crisis of Chinese Consciousness: Radical Antitraditionalism in the May Fourth Era*. Madison: University of Wisconsin Press.
<https://doi.org/10.1086/ahr/84.5.1453>
- Zhang, Y., & Hitchcock, M. J. (2017). The Chinese female tourist gaze: a netnography of young women's blogs on Macao. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 315–330. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.904845>
- 裴理. (2017). 性别化旅游背景下的“女游”现象分析[J]. *农村经济与科技*, 81-82.
- 陈美娜. 基于旅游属性与本质的中国旅游起源探析[J]. *才智*, 263.
- 李月, 费磊. (2015). 女性独自旅游的新兴趋势及市场开发对策[J]. *市场周刊(理论研究)*, 76-88.