

SITIOS PATRIMONIALES Y MANEJO DEL TURISMO



POR JACQUES LE MAREC¹

La inscripción de un lugar en la Lista del Patrimonio Mundial/UNESCO es un acontecimiento importante.

Sólo hay que ver la voluntad que ponen los Estados, de manera directa o indirecta, para que los lugares más representativos de sus territorios formen parte de esta prestigiosa Lista del Patrimonio Mundial. Hoy puede verse con claridad que lo que fue emprendido por la UNESCO hace unos treinta años con el establecimiento de la Convención sobre el Patrimonio Mundial (París, 1972) ha alcanzado su objetivo inicial.

Bajo estas condiciones, no es de extrañar que este tipo de inscripción encuentre una escucha favorable por parte de la población y que sea el origen de un fuerte aumento de las visitas que recibe un sitio, es decir del número de turistas.

Este gran crecimiento turístico, base de un desarrollo económico deseable, no debe hacer olvidar los riesgos que hace correr a los lugares así visitado, entre los que se puede destacar:

- Deterioro debido a la multitud de visitantes y a la polución, al cabo de cierto tiempo puede significar una pérdida del interés por el lugar y llegar de esta manera al resultado inverso, es decir, el de una pérdida del número de visitantes que no encontrarían ya lo que habían venido a buscar, con todas las consecuencias locales en cuestiones económicas y sociales que podemos imaginar;

- Implementación inadecuada de infraestructura: algunas veces la realización de obras mal adaptadas o muy numerosas contribuyen a la polución material y visual, siendo irreversible a mediano o largo plazo;

- Pérdida de la identidad social y cultural de las poblaciones locales que se encuentran enfrentadas a llegadas masivas de extranjeros, este último término incluyendo en este caso los habitantes de otros países así como personas del mismo país que desconocen la situación local; la introducción de nuevos comportamientos por ellas

¹ Publicado en "Taller para el Manejo y Conservación de las Salitreras Humberstone y Santa Laura", del Consejo de Monumentos Nacionales. Misión de Asuntos Internacionales del Departamento de Turismo de la Secretaría estatal de Turismo de Francia.

puede también generar al cabo de un tiempo cambios profundos e irreversibles y romper así con las relaciones sociales tradicionales.

Es por ello que los proyectos turísticos deben de hacerse teniendo en cuenta de ahora en adelante y de manera imperativa el desarrollo sostenible.

Este turismo, que llamaremos solidario, ayudará a las poblaciones a transmitir a sus descendientes parte de su patrimonio pero también haber conservado un equilibrio social, habiendo asegurado a la vez un desarrollo económico y una apertura hacia el exterior apropiados y controlados por ellas mismas.

He de reconocer que quedé muy impresionado por la visita hecha ayer en las salitreras de Santa Laura y Humberstone, y el trabajo hecho desde un año y medio por la Corporación Museo del Salitre. Encontré allí testimonios económicos, sociales y culturales que constituyen la memoria viva y una parte de la historia de Chile, y también del mundo.

Por eso sería una pena que pudiese el turismo ser responsable de problemas en este lugar; para evitarlo, me parece deberse tener en cuenta varios aspectos para hacer del turismo ese factor de desarrollo económico sostenible del que hablaba antes.

Por ello, me voy a referir al ejemplo del desarrollo del turismo en un patrimonio minero particularmente famoso ahora en Francia, el del Centro Histórico minero de Lewarde, situado en el norte del país, cerca de Bélgica.

El sitio, una antigua mina de carbón explotada hasta 1971, que tuvo hasta 1.000 mineros trabajando, los que extraían 1.000 toneladas de carbón al día, pudo ser convertido al cabo de unos años en un atractivo centro de turismo e investigación industrial. Todo ello, gracias a un acción llevada en común por todos los actores interesados: el Estado, la Región, el Departamento, el Municipio, la Asociación de municipios mineros, el Consejo económico y social regional pero también, cosa primordial, la empresa explotadora y los sindicatos de mineros, sin olvidar la población local que no deseaba ver desaparecer por completo aquello que había marcado a tantas familias, generación tras generación.

En este sitio se encuentran tres estructuras complementarias: (1) museo-galería de mina reconstituida cuya visita es guiada por un ex-minero-, (2) Centro de Archivos y (3) Centro Cultural, Científico y Técnico de la Minería y de la Energía, que trata de forma permanente las cuestiones actuales relativas a estos tipos de problemas en Francia así como en el mundo entero.

Para su información, hay que añadir que las obras de acondicionamiento iniciales, que duraron 10 años, desde 1984 hasta 1994, costaron más de 5,6 millones de dólares, sin contar los aportes efectuados directamente por la empresa en material, ni la mano de obra.

Veinte años después de su lanzamiento, el balance de este Centro resulta particularmente elocuente: el número de visitantes se ha multiplicado por 8, lo que es muy superior a las previsiones iniciales pero que también produce algunos problemas de gestión del lugar (paradoja de la fama), los recursos propios fueron multiplicados por 40, 60 empleos fueron creados y la notoriedad ha traspasado hoy el límite de la región.

¿Cuáles son entonces las llaves del éxito? Quisiera abordar ahora algunos puntos concretos, prácticos, diría básicos que me parecen particularmente importantes:

El primero de ellos consiste en la voluntad compartida por todos para poner en pie tal proyecto. En Lewarde, como lo dije antes, todos los actores han reunido sus esfuerzos para llegar a ese resultado.

Y, viendo la movilización que produce su proyecto aquí, no dudo en la voluntad de todos para llevarlo a buen término juntos.

A mi parecer, todo esto debe concretizarse por medio de un organismo de gestión claramente identificado, que será responsable del sitio, así como de su destino, y que también asociará a todos los actores públicos y privados, sin olvidarse de la población local que debe participar en el devenir de este sitio. En Lewarde, tomó la forma de una asociación, estatuto muy corriente en Francia, y creo que aquí no habrá en este sentido ninguna dificultad porque este organismo ya existe (Corporación Museo del Salitre).

El segundo punto que no se debe de perder de vista es de responder a la expectativa del público.

El problema es que el público es variado, razón por la cual es conveniente establecer, desde el principio, a la vez las características de los visitantes que vienen actualmente al sitio, suponiendo una encuesta precisa, y a aquéllos que podrían venir en el futuro y quizás la que ustedes buscan prioritariamente, lo que necesita una reflexión de todos previa y profunda.

Claro que los turistas locales tendrán otras exigencias que el resto de la población chilena, que vendrá aquí por un tiempo más o menos largo, o bien que los turistas extranjeros, cuyo tiempo de estancia será probablemente más corto puesto que formará parte de un periplo en el norte de Chile o, como lo hice yo mismo, en dos países o más. Además, las demandas de los latinoamericanos serán seguramente diferentes de las de los norteamericanos o de los europeos, ya que cada uno tiene su propia cultura y su forma de viajar.

Por otra parte, habrá que distinguir lo que espera cada uno de los visitantes, desde los individuos, a los grupos y familias con niños, sin perder de vista tampoco a los escolares que forman un público particular pues la pedagogía deberá ser reforzada.

Todo esto constituye un puzzle que parece complicado pero, a partir de encuestas y de la reflexión previa, empezará a destacar ciertos tipos de turistas, claramente identificados. Existen hoy suficientes estudios sobre los hábitos para contestar a las preguntas que inevitablemente serán llevados a plantearse.

La otra palabra clave es la calidad. A partir de esta noción, hay que destacar varios puntos sobre los cuales voy a decir algunas palabras. Son cosas muy importantes para los turistas y lo son más y más cuando la frecuentación aumenta; no es lo mismo de recibir en un sitio 5.000 visitantes o, por ejemplo, 100.000.

Primeramente la accesibilidad del lugar. El visitante debe poder llegar fácilmente al sitio, cualquiera que sea su punto de salida, lo que supone una buena señalización, bien situada y clara. El estacionamiento debe de ser práctico, separando los coches de los autobuses. Además, aunque el paisaje no es favorable (por las grandes vistas que otorga el desierto), sería bueno que los visitantes no tengan como primera vista del sitio una concentración de vehículos cerca de la entrada, lo cual les daría una mala primera impresión.

Por otra parte, el lugar debe siempre que se pueda estar abierto al público durante todo el año y durante un máximo de horas diarias, pudiendo ser adaptables según las temporadas.

El rigor y la búsqueda permanente de autenticidad son también factores incontestables para llegar al éxito. El público se dará rápidamente cuenta si se ve engañado y se debe presentarle algo realista aunque, por motivos de seguridad, somos conscientes de que los visitantes no pueden hacer todo lo que querrían.

Los mensajes que les serán transmitidos deberán reposar sobre un gran rigor científico y técnico y añadir, además de elementos culturales, aspectos geológicos, sociológicos, económicos, etc..

La calidad del recibimiento es muy importante. Debe notarse desde el primer momento en la que el turista tome contacto con el sitio, ya bien sea por medio de Internet, por ejemplo, como al momento de reservar. Los precios deben adaptarse a las especificidades de los visitantes: individuales, grupos, familias, escolares, estudiantes, personas mayores.

El turista debe de sentirse bien una vez en el lugar, ser recibido con amabilidad, informado cada vez que formula una demanda, y encontrar todas las comodidades que se le deben de aportar: una o varias tiendas de productos adaptados a todas las categorías de visitantes, lugares donde alimentarse y donde pueda refrescarse, sitios donde sentarse y descansar o para relajarse, baños limpios, papeleras integradas y vaciadas a menudo...

Todo esto puede parecer detalles para muchos, pero viene siendo muy importante para la comodidad del turista y contribuye al final a dar una imagen positiva del lugar del cual hablará más tarde.

En regla general, los turistas se muestran cada vez más interesados por la calidad del medio ambiente, lo que constituye un elemento fundamental para la elección de sus destinos turísticos. La inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial/UNESCO es una muestra de esta calidad, pero lo importante es seguir, colaborando con la población local que sabrá implicarse en este sector tan importante para todos.

El aspecto pedagógico es fundamental porque el visitante desea comprender lo que ve. Se deberá tenerlo en cuenta por medio de textos explicativos situados en los diferentes puntos del recorrido, en el interior de los edificios como en el exterior, con paneles por ejemplo y si posible en varios idiomas (al menos en español e inglés).

La escenificación del lugar también es importante. El visitante debe de tener la impresión de tomar parte de su historia así como de su vida actual, y no pensar que se encuentra en un sitio yerto. Debe sentirse formar parte del entorno, lo que supone por ejemplo realizar animaciones, interactividades, y más aún en un sitio que posee un alma verdadera como es aquí el caso.

También es conveniente tener todo tipo de documentación necesaria, adaptada a todos los visitantes, en varios idiomas para facilitar la comprensión.

Para aquellos que hayan elegido la visita acompañados por un guía, sería mejor realizarla en compañía de personas locales, quienes conociendo bien las salitreras lograrían transmitir su entusiasmo al contar sus vidas y la de sus familias, anécdotas, etc. Para algunos guías, se debería prever una formación en otro idioma para que puedan de esta manera comunicarse con los turistas que no entienden el español.

La organización interna del lugar también es un factor indispensable para el éxito.

Debe ponerse una señalización clara y coherente, bien integrada, para facilitar los desplazamientos y localizar los diferentes puntos y los centros de visita. Esta señalización aparece en los paneles repartidos por la zona así como en los documentos entregados al público, cosa aún más importante en este caso, puesto que el sitio se encuentra situado de manera particular, debido a que está formado por dos partes complementarias.

También habrá que tenerse en cuenta que, si algunos turistas harán la visita caminando, lo que supone la creación de un camino, otros desearán encontrar pequeños modos de transporte adaptados en el interior, por lo menos en lo que corresponde el enlace de Santa Laura a Humberstone. Pero vi ayer, en la presentación del plan a cinco años, que había una proposición interesante sobre este punto. Sin embargo, habrá que resolver el problema planteado por la existencia de una importante carretera entre las dos partes del sitio.

Además, lugares de reposo deberán situarse en varios puntos atentamente estudiados, sobre todo con el sol que puede ser muy peligroso en esta región.

La accesibilidad en el interior de la zona debe permitir a todos de llegar sin dificultad a los diferentes puntos, incluyendo a las personas mayores, las personas minusválidas y también a las personas con niños pequeños.

Los lugares donde alimentarse serán diversificados, integrados y utilizarán edificios ya existentes; un área de *pic nic* podría completar eventualmente los servicios ofrecidos en este dominio.

En cuanto al alojamiento, el hotel que se encuentra ya allí tendrá que ser rehabilitado, tanto al exterior como al interior, preservando la arquitectura del lugar, lo que es propuesto por el proyecto presentado ayer.

No sé si el número de visitantes necesitará otros hoteles pero me parecería más interesante desarrollar formas de alojamiento alternativo, lo que es posible en los numerosos edificios de Humberstone.

Sin embargo, no hay que olvidar que la mayor parte de los visitantes estarán únicamente de paso.

Un estudio de mercado muy completo, si no existe aún, deberá determinar el número de turistas potenciales en el sitio, el número atendido en los próximos años, el importe de los gastos que ellos podrían realizar en el lugar, tanto en billetes de entrada como en restauración, alojamiento y productos derivados comprados en la o las tiendas. Esto permitirá de analizar las realizaciones necesarias.

Pero, para que este proyecto pueda ser un éxito, deberá apoyarse en una comunicación estudiada para alcanzar directamente o indirectamente a todo público susceptible de venir a este lugar.

El hecho, para un sitio, de ser inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial es indiscutiblemente un gran triunfo que podría bastar para que vengan visitantes y para convencer a los profesionales del turismo.

Pero un sitio, por muy prestigioso que sea, tiene que poder apoyarse sobre una identidad propia, una imagen que comunicar al exterior, que deben ser claras y establecidas a largo plazo para que, poco a poco, entren en las mentes y que sean una muestra de reconocimiento del dicho lugar.

Además, para atraer a los turistas durante más tiempo e incitarles a pasar por lo menos una noche dentro o cerca del sitio, una escenografía empleando luces, y quizás una reconstitución histórica, podrían ser estudiadas; la magia del sitio es un contexto favorable para realizar esta idea.

Por fin, como lo dije anteriormente, el visitante ha de poder hallar en el lugar todos los soportes de comunicación necesarios, desde el folleto útil para su visita hasta el libro, CD-Rom (que ya existe) o cualquier recuerdo que podrá llevarse consigo.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la comunicación necesita de mucho dinero, así que debe de ser bien pensada, lo antes posible, y apoyarse sobre ciertos principios sencillos: insistir sobre la calidad de la oferta y el interés específico del lugar, elegir buenos vectores según cual sea el tipo de visitantes atendidos y los costes ocasionados.

Otro aspecto más puntual pero también fundamental consiste en evaluar las ofertas propuestos a los turistas, para poder ver de esta manera lo que ha correspondido a sus expectativas y lo que les ha defraudado, lo que tiene que ser mejorado así como lo que falta. Esto debe de ser realizado desde el principio, para así evitar de comenzar algo en inadecuación con la demanda, y tendrá que hacerse de forma permanente pues un sitio no debe de quedarse sin cambio alguno. Podría utilizarse una encuesta que fuera

rellenada por los visitantes antes de marcharse del lugar o un libro de oro, en todo caso tendrán que haber documentos de los cuales sacar buen partido.

Otro, y último punto importante a destacar, consiste en la necesidad de incorporar el sitio en su espacio regional y, si es posible, más allá todavía.

Lo primero que hay que tener en cuenta es que, históricamente, este lugar no vivía en autarquía, sino que estaba abierto al exterior con las exportaciones de salitre realizadas con el puerto de Pisagua, los peregrinajes hechos a La Tirana, Iquique y los paisajes de la pampa. Para permitir a los visitantes una comprensión global de lo que era la vida dentro y cerca de las zonas de explotación, todos los lugares en relación con la historia de estas minas deben de ser propuestos en circuitos específicos incluyendo visitas, restauración y también alojamiento para ofertas de «paquetes» de dos días o más. Serán estudiados con los tour operadores y las agencias de viajes locales.

El sitio podría ser introducido también dentro de rutas del norte de Chile incluyendo por ejemplo el Atacama, la mina de cobre de Chuquicamata, Iquique, Arica y el Parque Lauca, puntos claves pero no exhaustivos. Así los tours operadores podrían estar interesados por esta oferta diversificada.

Aunque una presentación como ésta no permita de tratar profundamente de todos los temas, procuré bosquejar un cuadro de los puntos fundamentales que la organización del turismo de un sitio como las oficinas salitreras de Santa Laura y Humberstone debe de intentar responder.

La interesante presentación del Plan a cinco años que vi ayer me hace pensar que muchos de estos puntos han sido tenidos en cuenta pero, creo que podremos discutir y profundizar estas cuestiones durante los talleres. Antes de volver en 2007 ó 2008 para admirar los resultados...

Quisiera añadir una última cosa, es que Francia, bien sea a través de la convención que ha firmado con la UNESCO o por medio de su Secretaría de Estado del Turismo, seguirá este asunto con una gran atención.

Tengo que precisar que esta convención entre Francia y la UNESCO prevé que acciones estructurantes como el apoyo al montaje de una organización institucional o de instrumentos jurídicos, así como a la formación de personas, puedan obtener una ayuda, aunque también hay otras posibilidades.

En lo que se refiere al Secretaría de Estado, podría por ejemplo ayudarles, si lo quieren, a hallar expertos o empresas capaces de aportar su saber hacer a favor del sitio. Existe ya una cooperación con Chile, que ha llevado al envío de varias misiones relativas al ecoturismo, así como a la creación de alojamientos específicos como hospedajes rurales. Por otro lado, nuestro Ministro se reunió con el Señor Jorge Rodríguez Grossi, Ministro de Economía y Energía, y recibimos en París varias delegaciones compuestas de personalidades chilenas que vinieron a Francia para descubrir su organización turística, en instituciones como sobre el terreno.

Además, otras cooperaciones están en preparación, y fui el lunes pasado con los servicios de la embajada de Francia, y después con el Señor Oscar Santelices, Director Nacional del turismo, para preparar nuestra programación para 2004.

Todo eso muestra la vitalidad de los intercambios entre nuestros países en el turismo, lo que me da la certeza que la colaboración entre Francia, Chile y la UNESCO tiene buenas perspectivas.

Gracias por su atención.