

Las amenazas y oportunidades del turismo receptivo

La noticia de que el Perú ha mejorado su posición en el importante Country Brand Index 2009 es, sin duda, muy alentadora. No solo porque implica que el turismo receptivo se está incrementando, sino porque ratifica que nuestro país posee suficientes atractivos para que esa pujante industria generadora de divisas siga creciendo de manera sostenida.

El ranking, elaborado por la consultora internacional Future Brand, proporciona importantes indicadores que el Gobierno Peruano tiene que tomar en consideración, sobre todo ahora que se encuentra abocado a definir una marca país que represente qué somos como colectividad, hacia dónde vamos como nación en desarrollo y cómo queremos ser reconocidos en el mundo.

Es claro que las mejores posiciones del Perú se vinculan, sobre todo, con la imagen que proyecta como país auténtico, respecto de sus raíces ancestrales y tradiciones, así como por su rica historia. No olvidemos que nuestro país es uno de los pocos del planeta considerados como “cunas de civilización”. Según este índice, solo nos superan en este terreno naciones milenarias como Japón, India y Egipto.

Nuestra popularidad y atractivos descienden –de manera explicable– cuando se miden variables relacionadas con el arte y la cultura, ámbitos en los que cuales estamos en el puesto siete, por debajo de Italia, Francia, India, Japón, Grecia y Egipto, nacio-

nesque han sabido preservar sus vestigios y sus manifestaciones artísticas, música y arquitectura, y que hoy gozan de los beneficios de un turismo intenso.

Igualmente, bajamos al noveno lugar cuando se trata de la belleza natural, rubro en el que Tahití, Costa Rica, Canadá, Nueva Zelanda, Fidji, Sudáfrica, Belice e Irlanda llevan la supremacía no solo porque poseen espacios naturales indescriptibles, sino principalmente porque los han sabido conservar y mantener a lo largo de los años. Este noveno puesto es un campanazo de alerta para un país de inmensas riquezas y bellezas naturales. Vale la pena aquí recordar las palabras del botánico británico, David Bellamy (cofundador de Conservation Foundation): “Perú es un país con una diversidad sorprendente en términos humanos y biológicos. Es un hecho que posee entre 82% y 84% del mundo biológico. Si pudiéramos salvar al Perú, podríamos rehabilitar el resto del mundo a partir de este país”.

En líneas generales, el Perú goza de un superávit en aquellos atributos que están enraizados en lo que podríamos llamar la identidad misma del país; valores que se hallan representados en la majestuosidad de Machu Picchu –una de las siete nuevas maravillas del mundo–, las Líneas de Nasca o la Ciudad Sagrada de Caral, que con razón concitan la mayor afluencia de los turistas que visitan el Perú.

La mala noticia es que mantenemos un déficit en materia

de conservación y preservación tanto del patrimonio histórico mueble e inmueble, como de los espacios naturales que requieren de constante vigilancia. En otras palabras, estamos recogiendo las consecuencias de las invasiones y la destrucción de restos arqueológicos, de la depredación de recursos naturales, de los parques naturales, bosques y otros parajes objeto incluso de daños ecológicos severos. A ello se suma la falta de inversión en esos lugares, en materia de transporte, seguridad, buenos servicios y otras medidas relacionadas con el trato preferencial que merecen los turistas.

Evidentemente, tal desbalance tiene que revertirse. El Perú tiene que ampliar su oferta turística, pero sobre todo aplicar una política coherente que garantice la puesta en valor de aquello que nos diferencia de otros países que con un turismo más genérico y sin las riquezas que nosotros sí poseemos, reciben más visitantes.

Como confirma el Country Brand Index, los turistas que llegan al país no lo hacen en razón de su estupenda gastronomía ni tampoco por lo que Lima puede ofrecerles. El turismo que llega al país viene atraído por lo que los operadores turísticos denominan lo exótico de la oferta peruana.

El Estado, Prom-Perú y el sector privado involucrado deben trabajar en esos indicadores que, probablemente, deberían ser el fundamento de nuestra marca país.

MENDIGOS SENTADOS EN BANCO DE ORO

El potencial del sector turismo

Carlos Canales
Ex presidente de Canatur



Tenemos culturas ancestrales, biodiversidad incomparable. Costa, sierra, selva; etnias amazónicas y andinas, sincretismo racial expresados en nuestro mestizaje de movimientos, colores y sabores, somos ricos.

Pero si tenemos casi todo, tanta riqueza y maravilla. ¿Por qué solo llegan a Machu Picchu 800.000 turistas extranjeros? ¿Por qué solo arriban 1'200.000 turistas extranjeros al Jorge Chávez? ¿Por qué estamos solamente con el 0,2% de los turistas del mundo? ¿Y por qué ocupamos el quinto puesto en Sudamérica?

La respuesta fácil es visible: porque tenemos ‘baguezos’, porque tenemos inadaptables que bloquean la línea del tren, la carretera Panamericana y toman aeropuertos; porque hay asaltos e inseguridad en nuestras calles

y carreteras, porque no hay teleférico, porque me paralizan la construcción de mi hotel, porque los peruanos somos envidiosos y porque pensamos en la punta de la nariz y no en el largo plazo.

La respuesta difícil es porque no tenemos sentido de lo que es el turismo como actividad económica generadora de empleo, como herramienta contra la pobreza extrema y la inclusión social, como la que desarrolla infraestructura básica y complementaria en las zonas más extremas de nuestro país, lo que nos lleva a la conclusión de que el turismo no es política de Estado y mucho menos del Gobierno.

La solución es educar y sensibilizar a nuestra población para que valore su identidad y con ello su patrimonio cultural y natural, generando conciencia de que a través del turismo podemos crear millones de empleos, preservar nuestras riquezas y –lo más importante– unirnos para salir del subdesarrollo. La semilla es la creación de un ministerio de turismo, ágil, dinámico, nada burocrático donde el protagonismo lo tenga el sector empresarial como aliado estratégico de su crecimiento; donde la infraestructura se construya pensando en las personas antes que en las mercancías, donde en los colegios se enseñe el respeto al ser humano y a sus propiedades, donde el burócrata se convierta en un facilitador del desarrollo. Demos el paso y no tengamos miedo, total, según Apoyo, el 86% de la población considera conveniente la creación del ministerio de turismo, entonces popularmente es factible.

ILUSTRACIÓN VÍCTOR AGUILAR



EL HABLA CULTA

Por Martha Hildebrandt

BAMBA. Es muy rica la vida que tiene hoy este americanismo en el lenguaje coloquial peruano. Aquí todo puede *bambearse*, es decir, ‘adulterarse’ o ‘falsificarse’: un pisco, un medicamento, la marca de una prenda de vestir. *Bamba* es de incierto origen; su centro de difusión puede haber estado en la Sudamérica septentrional y las Antillas. Su uso primario parece ligado a la joyería y a la numismática. Como adjetivo, *bamba* no varía para el género ni para el número: *sortija bamba*, *perfume bamba*, *licores bamba*.

rincón del autor

Mariella Balbi



Esa frontera artificial creada por el estalinismo se evocó siempre como un lugar sombrío, opresivo, con torreones plagados de metrallas, todo de color gris rata

¡Good bye, Lenin!

El mundo celebra –es una fiesta en todo el sentido de la palabra– la caída del Muro de Berlín. Esa frontera artificial creada por el estalinismo se evocó siempre en películas y reportajes como un lugar sombrío, opresivo, lleno de alambres de púas, con torreones plagados de metrallas, todo de color gris rata. Quien cruzaba de

la Alemania Oriental a la Occidental era todo un valiente. Yo estaba en Estocolmo cuando los noticieros mostraron la algarraba, la felicidad de los alemanes que veían cómo se derrumbaba esa gran muralla de ladrillos, símbolo perfecto del tropello a la libertad. Venía de una larga visita por la Unión Soviética, ya Gorbachov estaba en el poder, pero aún

prevalecía el anterior sistema. Al hacer mis maletas, mi madre, que era mujer de leyes y detestaba las tiranías me dijo: “Mejor lleva papel higiénico”. La miré con verdadero reproche y le respondí que exageraba en demasía.

Me invitaba el nuevo gobierno ruso y mi guía, un periodista amigo, había vivido un tiempo en Lima. El hotelero de un hermoso ‘art

HUMOR PROFANO

Por Molina

Vallejiano

Viajaré a París, no con aguacero, pero sí con pasajes y estadía pagados



QUE LA CULTURA TENGA ASIENTO

Sí quiero ese ministerio

Fernando Vivas
Periodista



El pesimismo antipolítico ya dijo todo lo que tenía que decir contra el proyecto del ministerio de cultura: que daremos de comer a más burócratas ociosos, que haremos un saludo a la bandera y a todos los símbolos patrios, que le daremos en la yema del gusto a los culturosos diletantes, que hay otras urgencias del desarrollo, que el poder político se erigirá en juez de lo que se debe promocionar y, por lo tanto, habrá censuras y favoritismos por doquier.

¡Como si no hubiera ineficiencia, corrupción y tiranía en otras áreas del Estado! ¡Como si no estuviéramos obligados, ante estos peligros innegables, a conjurarlos con correctivos! En primer lugar, hay que exigir al próximo ministerio, si el Congreso aprueba la iniciativa del Ejecutivo, que honre los preceptos de la reforma del Estado en materia de eficiencia en la gestión y meritocra-

cia en la elección de sus técnicos. El ‘Mincul’ tiene que ser ejemplo de manejo ágil, descentralizado, moderno y desprejuiciado. Subrayo lo último porque hay quienes pueden entender que el tema cultural obliga a declaraciones, ceremonias y homenajes ahitos de solemnidad. No vamos a crear un ‘lobby’ para vacas sa-

“El ‘Mincul’ tiene que ser ejemplo de manejo ágil, moderno, descentralizado y desprejuiciado”

gradas, sino un buen ambiente para la promoción cultural en todos los géneros, sones y colores.

En segundo lugar, el nuevo ministerio tiene que evitar la tentación del dirigismo y la bajateza de la censura. La única forma es definir criterios amplios sobre lo digno de conservar como patrimonio y lo digno de promover. Se deben democra-

tizar, en manos de expertos elegidos por instancias de la sociedad civil, las decisiones sobre las obras y artistas que merecen los beneficios de la promoción, sea financiera, de asistencia técnica o formativa. Ya lo hace así el Conacine.

Por cierto, Cecilia Bákula, directora del INC, ya ha señalado, entrevistada por Mariella Balbi en este Diario el 8/11/2009, que el proyecto nacería desarmado en materia de gestión de la cultura viva si no se incluyen en él entes como el citado Conacine. En realidad, da la impresión de que el Gobierno, antes que honrar una promesa de campaña, quiere cumplir con ciertos estándares internacionales creando una cartera sin convicción. Algo similar sucedió con el Ministerio del Ambiente. Esperemos que el debate congresal corrija ese anunciado defecto bautismal.

Que el debate se libere de la lata antipolítica y ubique a la cultura en su estratégica multidimensionalidad, amiga del turismo y de la mirada que pasea sobre nosotros mismos.

deco’, algo detenido en el tiempo pero, vamos, cumplía con su cometido. Ilya, mi colega y amigo, me dijo que bajara rápido para no perder la hora del desayuno. Dejé las maletas y le propuse invitarle un café en lugar de quedarnos en el hotel. “No necesariamente vas a encontrar un café. Necesitas tu ticket”.... “Lo compramos”, interrumpí. “No necesariamente vas a encontrarlo”. Aún regía el sistema de vales, colas, desabastecimiento, y en algún momento me arrepentí de no haberle hecho ca-

so a mí madre. A pesar de ser invitada, la vida cotidiana no era fácil, pero se compensaba con la belleza del país, su impresionante historia y su amable gente.

Hace tres años se estrenó en Lima la genial película “¡Good bye, Lenin!” Ocurrió en la Alemania Oriental posmuro y relatada las peripecias de un hijo, experto en videos, para presentarle todos los días a su madre noticias al estilo del viejo régimen. El hijo temía que si ella, que vivía en su mundo y estaba mal de salud, se

enteraba del feliz suceso (infeliz para la madre que era una cabal militante del Partido Comunista), se le desmoronaría el mundo y le vendría un ataque. Un filme jocoso, divertido y sobre todo ilustrativo de lo que vivieron quienes estaban afincados detrás de la cortina de hierro. Una mezcla de surrealismo con abuso y carencia. Nada que rescatar de aquella aciaga época. Cuando estuve en Berlín, ocho años atrás, vendían pedazos del muro. Obviamente compré uno, compré la historia.