

HACIA UN TURISMO INTERCULTURAL: EL CASO ATACAMEÑO

ALEJANDRO BUSTOS CORTES ¹

Resumen

Este artículo reflexiona sobre el accionar del turismo en el mundo atacameño actual y de qué manera, desde la perspectiva del turismo intercultural, la actividad turística puede desarrollarse sobre la base de un crecimiento económico, constante y sostenible y que sea capaz de satisfacer en igual-

dad de condiciones las necesidades y aspiraciones tanto de atacameños como de los turistas.

Palabras Clave: turismo intercultural; pueblo atacameño.

Abstract

This article deals with an analysis of tourism activities carried out in the Atacamenian area at present, and from the perspective of intercultural tourism, tourism projects may develop on the basis of constant and sustained economic growth,

in order to equally satisfy the needs of the Atacamenian population as well as the expectations of tourists.

Key Words: intercultural tourism; atacamenian people.

¹ Antropólogo, Doctor en Ciencias Políticas y Sociología, mención Antropología. Docente e investigador en la Universidad de Antofagasta, Chile. Líneas de especialización: Antropología social y ambiental. Dirección Postal: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Campus Coloso. Universidad de Antofagasta, Antofagasta, Chile. Teléfono 56 – 55 - 637498. E-mail: abustos@uantof.cl

Introducción

Se sabe que el mundo atacameño vive un fuerte proceso de aculturación producto del impacto de la modernidad, cuyos síntomas se manifiestan, en la profunda, intensa y sostenida acción del turismo sobre el medio ambiente y la cultura; la incorporación de grandes capitales en faenas mineras metálicas y no metálicas; la construcción de una red de caminos y del gasoducto internacional vinculados a las necesidades de una economía globalizadora; la configuración de un corredor bioceánico, que ya funciona, de hecho, y que atraviesa por el corazón del pueblo atacameño.

Por su postergación histórica e injusta, los atacameños exigen, actualmente, mejores condiciones de vida, en un contexto socioeconómico caracterizado no sólo por una cultura distinta a la del resto del país, sino de manera muy especial, por tener gran parte de su gente sumidos en la pobreza.

Ante esta situación, el pueblo atacameño busca, por caminos diversos, integrarse adecuadamente al proceso de modernización y también desde distintos enfoques, fortalecer y/o revitalizar su propia identidad.

La crisis de identidad, por efecto de la asimilación sociocultural, parece agudizarse, y da la impresión que queda poco tiempo para tomar acciones que puedan revertir estas tensiones sociales. Esto obliga - no sólo como una inquietud intelectual sino, ética y social - a emprender rápidamente la búsqueda de respuestas y de elementos concretos que, desde la óptica atacameña, puedan contribuir en todo aquello que el pueblo atacameño desee construir por sí mismo.

No obstante la existencia de este complejo problema sociocultural, los atacameños mantienen una gran fortaleza cultural y espiritual. Al igual que en el pasado, sus pueblos y ayllos son lugares de encuentro de gentes provenientes de diferentes lenguas, sociedades y culturas que llegan a estas acogedoras comunidades atacameñas para conocer su extraordinario patrimonio cultural, por intereses científicos, por razones comerciales y de inversión minero - industrial, por disfrutar del clima y el paisaje que ofrecen sus recursos naturales como el Valle de la Luna, el Salar de Atacama, los géiseres del Tatio, el río Loa, o simplemente, para descansar y meditar.

Este creciente desarrollo de la actividad turística motivado por el descubrimiento de los recursos naturales y culturales atacameños ha generado efectos positivos y negativos en el medioambiente, en la economía y en la cultura de las comunidades indígenas, estableciendo nuevas formas de relaciones sociales y de intercambios internacionales propios de la globalización.

El pueblo atacameño a través de su larga historia ha demostrado que las relaciones con el vecino y el visitante, son las mejores condiciones para una convivencia armónica y para un desarrollo integral. Actualmente, la Comuna de San Pedro de Atacama es una de las localidades de Chile que en términos absolutos recibe anualmente más turistas extranjeros que nacionales, lo que le da ese perfil característico y enriquecedor de una sociedad multiétnica y multicultural.

Desde hace algunos años y como consecuencia de la experiencia vivida y el conocimiento acumulado por investigaciones antropológicas realizadas en la Comuna de San Pedro de Atacama, ha motivado al autor de este artículo, una preocupación especial sobre el destino de la extraordinaria riqueza de patrimonio natural y cultural del pueblo atacameño y, de qué manera la actividad turística viene usufructuando de esta enorme oferta de bienes patrimoniales.

El objetivo de este escrito es reflexionar sobre el accionar del turismo en el mundo atacameño actual y de qué manera desde la perspectiva del turismo intercultural la actividad turística puede desarrollarse sobre la base de un crecimiento económico, constante y sostenible y que sea capaz de satisfacer en igualdad de condiciones las necesidades y aspiraciones tanto de atacameños como de los turistas.

II. Elementos y Conceptos Básicos de Turismo

Desde mediados del siglo XX, el turismo figura entre los sectores de la economía mundial que presenta un crecimiento dinámico y sostenido. Esto se debe a que el viaje o traslado de las personas, es algo propio de la condición social y humana, y un elemento constitutivo de la vida económica, social y cultural de todos los pueblos.

El origen del turismo moderno se remonta a mediados del siglo XIX, junto con la revolución industrial que se desarrolla en Europa y en Estados Unidos. Desde 1811, el concepto *tourism* se corresponde con la teoría y la práctica del viaje de placer, siendo el placer la motivación del viaje, durante el cual se visitan varios lugares según un itinerario previamente diseñado. Sin embargo, en esa época era muy limitado el número de personas que podían hacer un viaje de placer por su propio país y, más aún, salir al extranjero, ya que los transportes tirados por caballos eran costosos.

A partir de 1840, la situación cambia con la incorporación del ferrocarril y el barco a vapor, que como medios de transportes permiten el traslado masivo de personas a largas distancias y en poco tiempo. Por esos años, aparece la primera Guía "*Baedeker*" *Un viaje por el Rhin* y, a partir de entonces, en toda Europa los viajeros comienzan a utilizarlas como medio de información turística para desplazarse por distintos países y llegar a las soleadas costas del Mediterráneo. También, es el comienzo de las agencias de viajes, los promotores turísticos, el cheque viajero (*American Express*) y los hoteles de lujo como la *cadena Ritz*, además del desarrollo de una mediana y pequeña hotelería que servirá de base para el turismo masivo que caracterizará el siglo XX.

A fines del siglo XIX, ya tiende a modificarse el carácter elitista del turismo, pues se generaron cambios sociales propios del desarrollo industrial, como el fortalecimiento de las clases medias y obreras y, una serie de reivindicaciones sindicales (disminución de la jornada laboral, vacaciones, sobresueldos, etc.), que favorecieron las condiciones para el desarrollo del turismo nacional, donde el viaje penetró las costumbres, convirtiéndose en una necesidad social vinculada a los períodos de descanso.

Las razones de la expansión del turismo nacional e internacional, durante el siglo XX se encuentran, como se ha dicho, en la elevación general de los ingresos en los países industrializados y la adopción de leyes sociales que reconocieron a los trabajadores el derecho a las vacaciones. Otros factores fueron la expansión de la industria del automóvil y la baja de los precios de los pasajes, que hizo posible viajes masivos de veraneantes, especialmente, en los meses de verano. A esto se agregó, el uso del transporte aéreo, que obligó a mejorar la capacidad de los aeropuertos. Por otro lado, los servicios de recepción e información mejoraron sustancialmente, pues los países adoptaron políticas positivas en materia de facilidades aduaneras, se multiplicaron los atractivos, las ofertas turísticas, etc.

Actualmente, las consecuencias económicas de la expansión del turismo nacional e internacional son de gran envergadura, tanto por sus efectos en la estructura económica de los países, como en las inversiones, el producto nacional bruto y, en las rentas y empleos, todo lo cual, ha llevado a considerar al turismo como una *industria sin chimenea*.

Según las últimas estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es una de las actividades económicas que ha experimentado mayor crecimiento a nivel mundial. En el año 2000, las llegadas turísticas internacionales en todo el mundo ascendieron a 698 millones, cifra que representa un crecimiento del 7,4% respecto de 1999.

Sin embargo, las consecuencias sociales, medioambientales y culturales no siempre son positivas, por el impacto que produce el turismo en aquellos atractivos que no están preparados para acoger las demandas a miles de personas deseosas de conocer el patrimonio ambiental y cultural de un pueblo.

Turismo y Turista Nacional y Extranjero

El turismo, “constituye el conjunto de relaciones y hechos conformados por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su sitio de residencia habitual, en tanto tal permanencia y tal desplazamiento no sean motivados por una actividad lucrativa cualquiera” (Lanquar, 1978: 15). Como puede desprenderse de esta definición, la razón esencial del turismo no es sólo para satisfacer el placer, sino que los turistas también pueden ser mujeres y hombres de negocios, deportistas, académicos, funcionarios internacionales, trabajadores en seminarios de capacitación, estudiantes en viaje de estudios, personas que requieren un tratamiento de salud, etc.

A partir de 1963, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el turismo y los viajes internacionales, realizada en Roma, desarrolló una definición que sirviera de base para la homologación de estadísticas internacionales del turismo y para su uso en los estudios de mercado. Esta cubre dos categorías de visitantes: los turistas extranjeros y los excursionistas.

Son *turistas extranjeros*, los visitantes temporarios que permanecen por lo menos veinticuatro horas y más en el país visitado y cuyos motivos de viaje pueden agru-

parse en descanso (placer, vacaciones, salud, estudios, religiones y deportes); o por razones de negocios, familiares, misión y reunión.

Son excursionistas, los visitantes temporarios cuya permanencia no sobrepasa las veinticuatro horas en el país visitado (comprendiéndose los viajes en cruceros).

Turista nacional, es toda persona que reside en un país y que se traslada dentro de esa nación, pero a un lugar distinto al de su residencia, por veinticuatro horas y por motivos diferentes al de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado. Aunque los motivos de viaje son similares a las del turista extranjero, existen diferencias lingüísticas, culturales, económicas y de nacionalidad entre el turista nacional y extranjero.

Es habitual, que al turista extranjero se le presenten dificultades con el idioma, con la alimentación, con los estilos de vida del pueblo que visita, o con los distintos tipos de moneda que deberá canjear. En cambio, el turista nacional no presentará esas dificultades y dejará sus divisas en su propio país, mientras que el turista extranjero importará divisas para dejarlas en el país que visita.

El Turismo En Chile

Según muestran los antecedentes proporcionados por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), dependiente del Ministerio de Economía, el turismo en Chile se ha expandido en los últimos años debido a los siguientes factores:

- “La positiva imagen del país como una nación democrática, ordenada y estable en lo político, económico y social, condición imprescindible para construir un destino turístico.
- La confianza en los empresarios reflejada en las cifras de inversión en el sector, que ha generado nuevas ofertas de servicios turísticos.
- El desarrollo de infraestructura, especialmente vial y aeroportuaria, en que el país está empeñado.
- Las acciones de difusión internacional de nuestra oferta turística.
- El crecimiento económico con énfasis en la equidad, que ha permitido nuevos sectores de nuestros compatriotas como participantes de la demanda por servicios turísticos.” (Servicio Nacional de Turismo, 2000: 22)

En términos económicos el turismo en Chile aporta aproximadamente un 4% al Producto Interno Bruto del país. Según las estadísticas del año 2000, Chile recibe una cifra de alrededor de 1,7 millones de turistas, lo que en términos económicos, se traduce en una entrada de cerca de 900 millones de dólares anuales.²

² Ver “Chile País Turístico”, Mesa Público – Privada, Agenda de trabajo 2002 – 2005, Santiago, 2002

Actualmente la industria turística genera empleo a 159.000 personas, equivalentes a un 3% de la ocupación total del país. Además, cerca de 25.000 empresas entregan prestaciones de servicios turísticos en los rubros de alojamiento, transporte, agencias de turismo, gastronomía, etc.

En la presente década se espera un crecimiento sostenido del turismo, convirtiéndose en uno de los sectores más dinámicos y de mayor crecimiento del país. De hecho la demanda interna por turismo se ha ido desarrollando sobre la base de mayores exigencias de calidad de los servicios, a que la población tiene mayor poder de compra y que el turista es un observador crítico del cuidado del medio ambiente. Asimismo la oferta de turismo en Chile compite en mercados cada vez más exigentes, especialmente en América Latina.

La oferta turística ha incorporado últimamente el *turismo de aventura*, el *ecoturismo* y el *agroturismo*, con una expansión hacia zonas del territorio que hasta hace pocos años no desarrollaban actividades turísticas. Pero además se ha incorporado el concepto de *turismo cultural* que la Organización Mundial del Turismo la define como una forma de turismo cuyo objetivo, entre otros, es el descubrimiento de monumentos y sitios culturales y de las tradiciones histórico culturales y antropológicas de los pueblos. Se prevé que en los próximos años habrá en Chile un creciente interés por la cultura, el patrimonio y las relaciones con las etnias locales, de manera que cada vez más el turista optará por conocer y vincularse con los patrimonios cultural y natural.

El Turismo en la Región de Antofagasta

En el contexto del desarrollo del turismo nacional, la II Región se presenta también como una alternativa válida y potencial - ante los otros sectores tradicionales de las actividades económicas regionales como la minería -, basada en el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales y culturales, tanto de los sectores de la costa como en el interior cordillerano.

Las estadísticas (Servicio Nacional de Turismo, 2003), indican que en la Región existen declarados 69 establecimientos de alojamiento turístico, con 3.698 camas instaladas. El total de turistas nacionales y extranjeros que pernoctaron en esos establecimientos alcanzó a 428.215 personas, de las cuales, el 72.9% (312.355) fueron chilenos y el 27.1% (115.860) extranjeros. En los últimos años, es posible apreciar que aún cuando la afluencia de turistas chilenos a la II Región sigue siendo dominante, el porcentaje de turistas nacionales se ha mantenido estable (con alzas y bajas). Sin embargo, se ha ido incrementando la participación de los extranjeros, tendencia que es posible constatar, con mejor precisión en San Pedro de Atacama, que es el lugar de mayor atracción y receptor de turistas extranjeros.

En el interior de la Región de Antofagasta y en particular las Comunas de San Pedro de Atacama, Calama y Ollagüe, existe un enorme potencial y variedad de recursos

naturales y culturales que constituyen un patrimonio único en Chile. Estos bienes ya están siendo explotados y han generado un insospechado desarrollo turístico en ciertas localidades como San Pedro de Atacama y su entorno.

En efecto, el “boom” del turismo en San Pedro de Atacama tiene antecedentes que se remontan a poco más de treinta años, cuando se descubre a través de las exploraciones e investigaciones científicas el potencial ecológico del Salar de Atacama y los antecedentes arqueológicos e históricos del pueblo atacameño. A partir de entonces, los flujos turísticos nacionales y extranjeros se hicieron cada vez más intensos. Además, desde el punto de vista económico esto ha generado un crecimiento y concentración sin precedentes de los servicios turísticos en San Pedro de Atacama en los últimos años.

En la Comuna de San Pedro de Atacama, entre 1998 y 2003, el número anual de turistas nacionales se presenta con tendencias altas y bajas. En 1998, el porcentaje de turistas nacionales (55.7%) superaba a los extranjeros (44.3%), pero desde 1999 y en los años siguientes, el porcentaje de turistas extranjeros será mayor que los chilenos. También a partir de ese año el número de turistas nacionales ha sufrido una baja que sólo tiende a revertirse el año 2003 (35.027 personas). Considerando ese período, el año 2001 hubo un 28.7% de turistas chilenos y el 2002, un 27.9% siendo éstos los años más bajos de turistas nacionales en San Pedro de Atacama.

TABLA N° 1
TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS PERNOCTADOS
COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA (1998 – 2003)

TURISTAS PERNOCTADOS					
Año	Nacional		Extranjero		Total
	Número	%	Número	%	
1998	37.993	55.7	30.266	44.3	68.250
1999	32.542	48.2	34.958	51.8	67.500
2000	37.820	45.8	44.698	54.2	82.518
2001	18.565	28.7	46.064	71.3	64.629
2002	22.220	27.9	57.427	72.1	79.647
2003	35.027	34.2	67.337	65.8	102.364

Fuente: SERNATUR, II Región (2004)

En otras palabras, desde 1999 es posible constatar que el número de turistas extranjeros ha tenido un crecimiento sostenido. Tanto es así que el volumen de turistas extranjeros se duplicó en los últimos seis años llegando el año 2003 a 67.337 personas, cifra que además equivale al 65.8% del total de pernoctados en la Comuna de San Pedro de Atacama.

Para atender esta creciente la demanda turística de la Comuna de San Pedro de Atacama ofrece servicios turísticos, cuenta con 31 agencias de viaje, 20 establecimientos que prestan servicio de alimentación (restaurantes, bares) y 37 alojamientos turísticos (cinco hoteles de 3 a 4 estrellas, 16 hostales, y el resto son residenciales, campings), que disponen una capacidad total de 988 camas.

Este incremento del turismo ha producido un impacto en la disponibilidad de camas que ofrecen los establecimientos de alojamiento, que el 2003 alcanzó a 265.368 camas. Esto equivale a un 38% de ocupabilidad de camas en la Comuna de San Pedro de Atacama. Asimismo se observa que desde el 2001 ha habido un aumento constante en el número de personal empleado en los establecimientos de alojamiento turístico.

TABLA N° 2
PERNOCTADOS EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO
COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA (1998 – 2003)

PERNOCTADOS						
Año	Nacional	Extranjero	Total	Disponible Camas anual	Ocupabilidad Camas anual	Personal Ocupado
1998	37.993	30.266	68.250	191.754	36%	-
1999	32.542	34.958	67.500	241.050	28%	-
2000	37.820	44.698	82.518	245.584	33%	-
2001	18.565	46.064	64.629	230.889	28%	1.366
2002	22.220	57.427	79.647	252.629	31%	1.489
2003	35.027	67.337	102.364	265.387	38%	1.624

Fuente: SERNATUR, II Región (2004)

En la Comuna de San Pedro de Atacama se concentra la mayor capacidad de alojamientos y camas, pero en algunos pueblos atacameños es posible alojar en albergues turísticos que son administrados por las mismas comunidades. De este modo se ha constituido una asociación de turismo conocida como Likanhuasi, que proporcionan además de los albergues otros servicios para el turista.

En el contexto de la cooperación interinstitucional entre las comunidades atacameñas y la Corporación Nacional Forestal (CONAF) se realizan acciones de manejo de sus atractivos turísticos en torno a la gestión de áreas protegidas como ocurre en la Reserva Nacional Los Flamencos (sector de Chaxa), en las lagunas Miscanti y Meñiques, en el Valle de la Luna. Asimismo algunas comunidades atacameñas participan en la administración de recursos arqueológicos del Pukará de Quito y la Aldea de Tulo, bajo el patrocinio la Corporación de Desarrollo Indígena (CONADI) y el Consejo de Monumentos Nacionales.

Cabe destacar, a modo de ejemplo, que la Reserva Nacional los Flamencos recibe aproximadamente 40 mil visitantes al año generando un ingreso aproximado de 250 mil dólares al año, que se reinvierte en la operación de los proyectos turísticos comunitarios, en actividades de conservación y también para libre disposición de las propias comunidades atacameñas.

En San Pedro de Atacama dominan los *operadores turísticos*, es decir, pequeños empresarios que han derivado en actividades comerciales turísticas diversas como las agencias dedicadas al transporte de personas y a realizar excursiones hacia atractivos turísticos del entorno de San Pedro de Atacama, Calama y hasta el altiplano boliviano.

No obstante lo anterior, el turismo aporta una parte significativa del empleo, directo e indirecto en San Pedro de Atacama: en hoteles y restaurantes (15%), en comercio (10%), en construcción (18%), y en transportes y comunicación (9%) (Instituto Nacional de Estadísticas, 2002).

Otro indicador que refleja los notables avances del sector del turismo, es el ingreso de pasajeros por pasos fronterizos, que en la Región son: Ollagüe, San Pedro de Atacama y Socompa. Casi el 80% ingresa por San Pedro de Atacama, mientras que el resto usa el Paso de Ollagüe, el cual se relaciona con el tránsito del Ferrocarril Antofagasta – Bolivia. Muy pocas personas utilizan el Paso Socompa por donde transita el Ferrocarril Antofagasta – Argentina.

Se puede esperar, en el futuro próximo, un incremento de estos flujos de pasajeros, especialmente, en la Comuna de San Pedro de Atacama, como producto de la habilitación de los pasos de Jama y de Sico en la frontera con Argentina y que forman parte del proyecto de integración subregional del Corredor Bioceánico.

Efectos del Turismo en la Sociedad Atacameña

Actualmente, existe consenso entre los especialistas y las autoridades gubernamentales, que el turismo es mucho más que el simple consumo de bienes y servicios. En efecto, desde el punto de vista macrosociológico puede argumentarse que existen países desarrollados que cuentan con los medios económicos para hacer turismo y, aquellos otros, que son receptores de turistas.

La Comuna de San Pedro de Atacama se ubica entre los principales 8 destinos de los turistas extranjeros en Chile. Como se ha indicado del total de turistas que visitan San Pedro más del 60% de ellos son extranjeros y el resto son del país. Según cifras estimadas el año 2000 las divisas aportadas por el turismo a la localidad alcanzaron sobre los 5 millones de dólares. Dado su impacto económico parte de la comuna fue declarada como Zona de Interés Turístico Nacional.

No se cuenta tampoco con datos que permitan conocer qué cantidad de esos recursos quedan efectivamente en la comuna, pero según tipo de turismo se estima que

los usuarios gastan diariamente en los siguientes rangos de valores: turismo de intereses especiales entre 400 a 500 dólares; por turismo estándar de 150 a 300 dólares; y finalmente en la categoría de turismo popular entre 50 a 80 dólares (RIDES, 2005).

Chile pertenece a la tradición de países receptores de turistas que vienen de Europa, América del Norte o del Asia-Pacífico (Japón, Australia, Nueva Zelanda), no obstante que, por razones de vecindad, la mayor participación es de argentinos, en ciertas épocas del año. Es posible constatar este hecho en la publicidad turística, que muestra a Chile como un país generoso en hospitalidad y dispuesto a satisfacer al turista extranjero en sus mínimos deseos. Pero también es posible comprobar, que la existencia de ciertas condiciones socioeconómicas precarias (pobreza, cesantía, etc.), la falta de una conciencia turística, la escasa participación de las comunidades en el aprovechamiento de los recursos patrimoniales naturales y culturales, hacen que la mentalidad del chileno respecto del turista extranjero sea todavía de desencuentro.

Teniendo en consideración lo hasta aquí descrito es posible observar que la actividad turística en San Pedro de Atacama es un fenómeno en expansión que ejercerá fuerte presión en el medio ambiente y en la sociedad atacameña. El turismo no puede ser considerado separado de los efectos negativos y destructivos de una actividad económica descontrolada. Algunos síntomas de este impacto están generando debates al interior de las comunidades atacameñas.

Encuentros y Desencuentros Culturales y Sociales

El encuentro entre el turista (en particular el extranjero) y los habitantes del país que visita, tiene efectos culturales y sociales. Se trata de una relación breve, que a veces dura unos días, de hecho apenas algunas horas, puesto que el idioma, las condiciones de recepción y la concepción misma del turismo contribuyen, como se ha dicho, a limitar dicho encuentro. No alcanza a generarse una relación más profunda sino que superficial, ya que el turista quiere verlo todo, en poco tiempo y, en muchos casos, está poco disponible para un contacto directo con el habitante que supuestamente lo recibe. De este modo, el tipo de relaciones tiende a la incomunicación, a segregar a las personas, a formar *ghettos* en las comunidades y a favorecer la incomprensión.

Desde un punto de vista antropológico, se ha podido constatar que este es un tema extremadamente sensible, ya que la menor tensión o error en el comportamiento entre el turista y el lugareño, puede destruir un contacto que debería haber sido cordial y amistoso, transformándolo en una relación de incomprensión y rechazo.

Generalmente, ocurre, que este tipo de relación no es espontánea, sino que viene condicionada ya sea por la propaganda turística o por las expectativas personales del turista. Lo que descubre el viajero al llegar, es una *cultura empaquetada*, regulada según el precio del *espectáculo*, donde se expone lo exótico, como por ejemplo, una caricaturización de una representación folklórica o un extraño baile

ceremonial fuera de su contexto.

El turismo masivo hace imposible todo contacto. Una gran cantidad de turistas paseando día y noche por las calles de San Pedro de Atacama, constituye en cierto modo, algo ficticio, una banalización de los modales y costumbres, así como el desarrollo de una cultura de masas que se aproxima a la *aculturación*, es decir, a una mala integración de la cultura de los turistas nacionales y extranjeros por parte de la cultura atacameña. Todo esto, como consecuencia de la ruptura de cierto equilibrio social, provocado por no haber tiempo suficiente para establecer una relación más profunda entre visitante y visitado y, por el espacio limitado - una cierta “apropiación” por parte del turista del espacio atacameño - lo que acarrea problemas de aglomeración, roces y molestias en la población local.

En San Pedro de Atacama, existe un aumento sostenido del número de visitantes extranjeros, que junto al crecimiento del comercio del turismo, están cambiando los comportamientos y actitudes de los atacameños, que se entremezclan entre una aceptación y rechazo de esta actividad.

Algunos reclamos y críticas dicen relación con la “*invasión incontrolada de visitantes*”, con la “*escasa participación en los beneficios económicos del turismo*”, con el aumento de los “*costos de los productos alimenticios*” y de “*especulación de los precios*” del comercio establecido y su enriquecimiento sin límites, con el “*aprovechamiento y deterioro hacia el patrimonio natural y cultural atacameño y que les pertenece en primer lugar*”, con el aumento del “*consumo de alcohol*”, el apareamiento del consumo de drogas, especialmente, entre los jóvenes y de malos hábitos que los padres no pueden controlar, además de ruidos molestos provocado por la atención hasta altas horas de la noche de restaurantes, bares o discoteques, etc.

La Organización Mundial del Turismo ha advertido que:

la presencia de turistas en gran cantidad tiende a alentar costumbres de consumo que no convienen a la población en su conjunto, puesto que corresponden a los gustos de los visitantes que gozan de ingresos superiores a los ingresos corrientes en el país de recepción. Por lo demás, ciertos servicios suministrados a los turistas son pedidos por la población en su conjunto, pero pueden serle suministrados. Se trata sobre todo de aquellos que están en contacto cercano con la industria turística quienes se encuentran inducidos a este género de esperanzas y, ellos pueden tender, debido a sus niveles de ingresos, sus esperanzas y su estilo de vida, a acentuar las diferencias de nivel social en su país (Lanquar, 1978: 151)

No obstante lo anterior, cabe preguntar si acaso el turismo es el único y verdadero culpable de crear las condiciones para desarrollar una relación negativa entre el turista y el atacameño. La respuesta debe plantearse desde la perspectiva del destino de la actividad turística y de lo que quiere el pueblo de acogida. De hecho, los efectos nefastos que se le

reprochan al turismo en América Latina, (ej. el turismo masivo en Cuzco y Machu Pichu (Perú), en México, el Caribe, etc.) aparecen, igualmente, como consecuencia de otras actividades económicas, sociales o políticas que necesariamente no son originadas por el turismo, como puede ser el impacto de la televisión, la “industrialización” de la artesanía, o el desarrollo de “megaproyectos” como la apertura de caminos internacionales, las industria extractiva de minerales, etc.

Además, se sostiene que el turismo es también causante de la degradación y contaminación del medio ambiente: como la “apropiación” por parte de los inversionistas de los mejores espacios y paisajes para asegurar una mayor y rápida rentabilidad de sus inversiones, la modificación de recursos de la flora para procurar una mejor “oferta” del paisaje, la alteración de la ribera de los ríos y lagos o de las zonas de surgencias de aguas termales para la construcción de balnearios, la destrucción de la fauna por la caza o la pesca y, hasta la recolección indiscriminada de plantas exóticas, hierbas medicinales, fósiles, minerales o rocas, todas muy solicitados por los turistas como “souvenir”. De hecho, las causas del deterioro del medio ambiente por efectos del turismo se deben a una inadecuada planificación, al desconocimiento de las regulaciones jurídicas del patrimonio natural y, a la insuficiente fiscalización por parte del Estado de los proyectos y el crecimiento de los servicios del turismo.

Mucho de lo dicho anteriormente está presente en San Pedro de Atacama y la explicación de este fenómeno debe buscarse en el contexto de los cambios extraordinarios producidos por efectos de la modernidad y la globalización de la cultura.

Casi como una sentencia incuestionable muchos plantean que la globalización, como fenómeno propio de la modernidad, es una realidad avasalladora y no una elección de los pueblos. Como ejemplo, en el siglo XX, el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión, han ido intercomunicando el mundo, pero hoy el computador, el teléfono celular, la televisión digital por cable, la red internet y, los transportes terrestres y aéreos con pasajes de bajo costo que han desarrollado y popularizado extraordinariamente el turismo, han hecho más estrechas y complejas las relaciones entre los pueblos.

No obstante lo anterior,

... la dinámica básica permanece intacta: los bienes circulan. La gente circula. Las ideas circulan. Y las culturas cambian. La diferencia en la actualidad es la velocidad y la magnitud de esos cambios. La televisión tardó 13 años en reunir 50 millones de usuarios, a Internet le tomó solamente cinco. Pero no todos están felices al respecto. Algunos sociólogos y antropólogos occidentales y no pocos políticos extranjeros piensan que un tipo de clonación cultural tendrá lugar a partir de lo que denominan “el asalto cultural” de McDonald’s, Coca Cola, Disney, Nike, MTV y el idioma inglés mismo; más de una quinta parte de la población mundial habla algo de inglés. Cualesquiera que sean sus antecedentes o sus agendas, los críticos están convencidos de que la influencia occidental – frecuentemente reducida a la influencia estadounidense – aplastará todo pliegue cultural

hasta la formación de un gran “McMundo”, como lo nombra un observador (Zwingle, 1999: 12-13).

III. La Interculturalidad Incorporada al Turismo

Frente a los temores de la globalización cultural, se propone asumir la interculturalidad. Esto significa, respetar la diversidad cultural y no imponer a otras sociedades patrones culturales propios. Se trata de entablar una comunicación con interacción, intercambio, apertura y solidaridad efectiva, entre individuos, grupos o instituciones, pertenecientes o procedentes de culturas diferentes.

En consecuencia, se hace necesario dejar de lado los prejuicios sociales antes de buscar el encuentro intercultural. La visión *etnocéntrica* nos empuja a creer, por ejemplo, que Chile es menos desarrollado que los países europeos o Estados Unidos y, del mismo modo, alimenta la creencia que somos superiores culturalmente a otros países del entorno andino. También, asumimos superioridad cultural sobre los pueblos indígenas y otras minorías étnicas, como gitanos y ciertos grupos de extranjeros. Para algunos, por ejemplo, les parece bien que los turistas extranjeros europeos o estadounidenses dejen divisas en Chile, pero no les parece que lleguen y se queden otros extranjeros asiáticos a establecerse y competir en el comercio establecido o, a buscar empleo como ocurre con muchos trabajadores peruanos y bolivianos que entran como turistas y por no tener residencia legal pasan muy rápidamente a ser ilegales, y en algunos casos, a sufrir la expulsión del país.

Antes de establecer juicios sobre una cultura ajena, debemos evaluar la propia, considerar todos los aspectos culturales que conforman la estructura del grupo y cuáles son nuestros prejuicios hacia otras sociedades.

El mundo atacameño vive acelerados procesos de aculturación producto del impacto de la modernidad, que se expresan, como hemos visto, en la profunda, intensa y sostenida acción del turismo, la incorporación de grandes capitales en faenas mineras metálicas y no metálicas; la construcción de una red de caminos y gasoducto internacional al servicio de una economía globalizadora; y la configuración de un corredor bioceánico que une puertos de los océanos Pacífico y Atlántico.

Debido a su histórica marginación social, los atacameños exigen mejores condiciones de vida, en un medio socioeconómico caracterizado no sólo por una cultura distinta a la del resto del país, sino por tener a gran parte de sus habitantes sumidos en la pobreza. Ante esta situación, diferentes grupos atacameños buscan, por caminos diversos, integrarse adecuadamente al proceso de modernización y, también desde distintos enfoques, fortalecer y/o revitalizar su propia identidad.

³ “Ley N° 19.253, Sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas”, Comisión Especial de Pueblos Indígenas (1994), Santiago.

Las crisis de identidad, por efecto de la asimilación, parece agudizarse y da la impresión que queda poco tiempo para tomar acciones que puedan revertir estas tensiones sociales. Esta situación obliga - no sólo como una inquietud intelectual sino, ética y social - a emprender rápidamente la búsqueda de elementos que desde la óptica atacameña puedan contribuir a aquello que los atacameños desean construir por sí mismos.

Ante la pujante, avasalladora e incontrarrestable globalización de la cultura y modernización del mundo andino parecen existir, a grandes rasgos, tres opciones para el pueblo atacameño: la asimilación total; tomar posiciones en el fundamentalismo indígena o la complementariedad, en este caso, mediante la interculturalidad.

En efecto, el concepto de interculturalidad se opone, por una parte, al colonialismo cultural y económico social que persigue la supresión de una cultura o su fusión (asimilación) a otra generalmente dominante que ha sido el rol histórico que ha cumplido la sociedad chilena en los períodos de la conquista, la colonia, la república y que, lamentablemente, continúa hasta ahora.

La interculturalidad se opone también, al fundamentalismo cultural, que supone la posibilidad de supervivencia y desarrollo de las culturas indígenas sólo en la afirmación de principios fundantes, fundacionales y fundamentales con las que convive. Este peligroso discurso, es el mejor modo de perpetuar esa situación de dominación histórica sobre los pueblos indígenas manteniendo, en este caso a los atacameños, al margen del conocimiento moderno y de su participación social y política en la sociedad actual. En síntesis, la interculturalidad implica la superación de estas expresiones etnocentristas.

En la sociedad chilena es un hecho concreto que el pluralismo cultural existe. En los últimos años, en especial después de la promulgación de la Ley Indígena, la interculturalidad, como concepto, paradigma y desafío, emerge con fuerza, señalando que es necesario ir más allá de la aceptación de la existencia de diversas culturas, buscando sobre todo el intercambio, la reciprocidad, la relación mutua y el diálogo cultural.³

Tanto en América Latina como en Chile, prácticamente, ha sido abandonada la vieja idea que para lograr la unidad de un país es necesaria la homogeneidad o la asimilación cultural. Las ciencias sociales en general, a través de investigaciones científicas han demostrado, por ejemplo, que las lenguas indígenas son sistemas extraordinariamente perfeccionados y útiles para la mantención de la comunicación humana y la identidad de esos pueblos; y que la existencia de la multiculturalidad representa sistemas adecuados para encauzar la modernidad y el progreso, posibilitando a los pueblos indígenas la apropiación del conocimiento y tecnología desarrollada por otras culturas, valorando de este modo sus propios saberes y reafirmando su identidad.

El concepto de interculturalidad exige el reconocimiento de entidades culturales distintas unas de otras y la promoción de sus derechos de existir como pueblos y como culturas. También promueve la acción y la comunicación entre individuos, grupos o instituciones, pertenecientes a culturas diferentes o procedentes de culturas diferentes.

En síntesis, entre los propósitos de la interculturalidad podemos indicar que:

- Es una *filosofía de acción* social para defender a la comunidad humana de la

dominación, de la discriminación y del racismo. Es una filosofía de la coexistencia en un contexto pluralista.

- Es un medio para comprender la *naturaleza pluralista* de nuestra sociedad y de nuestro mundo.

- Es la forma para llegar a ser conscientes de la *diversidad de saberes*, de conocimientos y de hacer saber la existencia y el reconocimiento de las diferencias entre los pueblos de nuestro país, de América Latina y del mundo.

- Es un método de comprensión de la complejidad de las relaciones entre las diversas culturas a niveles personal, comunitario y societario.

- Es un medio para comprender la naturaleza de las crisis contemporáneas en el plano social, económico, político, ecológico y cultural a escala mundial y, también, un medio para encontrar las respuestas.

Considerando lo expuesto anteriormente es de esperar que el turismo en el contexto de la interculturalidad contribuya al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades. El Código Ético Mundial para el Turismo aprobado por Chile en 1999, propone en su Artículo 1°:

La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto a la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza (Servicio Nacional de Turismo, 1999: 6).

El Turismo Intercultural

El *turismo intercultural*, ofrece una de las mejores posibilidades para el desarrollo de una actividad económica, social y cultural que desarrolle armónicamente el conocimiento y entendimiento entre los pueblos. Es decir, las actividades turísticas deben organizarse considerando “*las peculiaridades y tradiciones de las religiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres*” (Servicio Nacional de Turismo, op. cit.)

De hecho el *turismo intercultural* es, esencialmente, una forma de relación que busca el contacto entre culturas en condiciones de igualdad y con visión crítica, por lo tanto, tiene un carácter enriquecedor, ya que favorece el desarrollo de pueblos y culturas en contacto.

Un turismo intercultural para el desarrollo del pueblo atacameño debe tender a conservar la identidad, cautelar el patrimonio natural y cultural, y potenciar las relaciones positivas. Pero, para que se produzca este tipo de relaciones interculturales - sobre todo cuando existen desigualdades - entre mayorías y minorías, se requieren dos elementos básicos: en primer término, que el grupo mayoritario (vg. turistas nacionales y

extranjeros) manifieste interés y deseo de encuentro con la otra cultura y, en segundo lugar, equiparar las condiciones de calidad de vida del pueblo atacameño para que puedan acceder en igualdad de condiciones a la educación, a la salud, a viviendas, al trabajo y a los servicios del propio turismo en el extenso territorio de Atacama.

El pueblo atacameño a través de su larga historia ha demostrado que las relaciones con el vecino, el visitante y el extranjero son las mejores condiciones para una convivencia armónica y para un desarrollo integral. Como se ha dicho, la Comuna de San Pedro de Atacama es una de las localidades de Chile que en términos absolutos recibe anualmente más turistas extranjeros que nacionales, lo que le da ese perfil característico y enriquecedor de una sociedad multiétnica y multicultural y ésta debe ser considerada una ventaja para el pueblo atacameño. De esta forma tanto las comunidades atacameñas como los agentes del turismo deberán preocuparse de conocer y respetar a los turistas que los visitan.

El turismo ejercerá un efecto positivo en la sociedad atacameña en la medida que contribuya a la protección del patrimonio natural y cultural. Esta es una tarea que debe ser asumida por la sociedad chilena en su conjunto, de tal forma que la actividad turística se desarrolle sobre la base de un crecimiento económico, constante y sostenible y que sea capaz de satisfacer en igualdad de condiciones las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

Conclusiones

El mundo atacameño atraviesa por un fuerte proceso de aculturación producto del impacto de la modernidad uno de cuyos síntomas se manifiestan en la profunda, intensa y sostenida acción del turismo sobre el medio ambiente y la cultura.

Es posible constatar que el pueblo atacameño busca, por caminos diversos, integrarse adecuadamente al proceso de modernización y también, desde distintos enfoques, fortalecer y/o revitalizar su propia identidad. No obstante, el efecto de la asimilación sociocultural, continua agudizando la crisis de identidad lo que conlleva tensiones sociales entre los actores que participan en las diferentes esferas de las actividades productivas de la Comuna de San Pedro de Atacama.

Particularmente el creciente desarrollo de la actividad turística nacional e internacional motivado por el atractivo de los recursos naturales y culturales de la comuna, ha generado efectos positivos y negativos en el medioambiente, en la economía y en la cultura de los atacameños. Se están estableciendo no sólo nuevas formas de relaciones sociales y de intercambios internacionales propios de la globalización, sino que también, se están planteando nuevas visiones sobre el destino y el impacto futuro del turismo en las comunidades. Tal es así, que actualmente, la Comuna de San Pedro de Atacama es una de las localidades de Chile que en términos absolutos recibe anualmente más turistas extranjeros que nacionales, lo que le da ese perfil característico y enriquecedor de una

sociedad multiétnica y multicultural.

Los resultados obtenidos en este estudio sobre el impacto del turismo en San Pedro de Atacama muestran que las acciones del turismo intercultural y la actividad turística son complementarias y que pueden contribuir al desarrollo de un crecimiento sustentable de la comuna, siendo capaces de satisfacer en igualdad de condiciones las necesidades y aspiraciones tanto de atacameños como de los turistas.

Bibliografía

- Bonfil, G. (1995). El etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización. En: *Obras escogidas de Guillermo Bonfil*, Tomo 2, (pp. 467–480). México D.F: Instituto Nacional Indígena.
- Bustos C., A. (1999). *Patrimonio Cultural Atacameño y Turismo*. Antofagasta: Editorial Universidad de Antofagasta.
- Bustos C., A. y Lehnert, R. (2000). *Historia del Pueblo Atacameño*. Antofagasta: Editorial Fundación Minera Escondida.
- Cabeza, A. y Simonetti, S. (Compiladores). (1997). *Convenciones Internacionales sobre Patrimonio Cultural*. Segunda Serie, 20. Santiago de Chile: Consejo de Monumentos Nacionales.
- Cariqueo, F. (1997, Octubre). Las ADI y el Pueblo Mapuche, preparación para el siglo XXI. *Pueblos Indígenas, Nueva Era*, Año II: 7, 36–39.
- Comisión Especial de Pueblos Indígenas (1994), *Ley N° 19.253, Sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas*. Santiago de Chile: Ministerio de Bienes Nacionales.
- Comisión Nacional del Medio Ambiente (1994), *Ley N° 19.300 Sobre Bases del Medio Ambiente*. Santiago de Chile: CONAMA.
- Corporación Nacional Forestal y Servicio Nacional de Turismo (1991), *Guía Práctica para el visitante de Áreas Silvestres Protegidas*, Santiago de Chile: SERNATUR.
- Consejo de Monumentos Nacionales (1996), *Ley de Monumentos Nacionales N° 17.288*. Santiago de Chile: Consejo de Monumentos Nacionales.
- Gobierno de Chile (2004). *Política de Nuevo Trato con los Pueblos Indígenas. Derechos Indígenas, Desarrollo con Identidad y Diversidad Cultural*. Santiago de Chile: MIDEPLAN.
- Gundermann, H. (2000). Las organizaciones étnicas y el discurso de la identidad en el norte de Chile, 1980-2000. *Estudios Atacameños*, 19, pp. 75-91.
- Instituto Nacional de Estadísticas (2002). *INE, Comuna de San Pedro de Atacama, Censo 2002*. Santiago de Chile: INE.
- Lanquar, R. (1978), *Turismo Internacional*. Colección Temas del Hombre. Buenos Aires, Argentina: Editorial Huemul.
- RIDES (2005), *Bienestar humano y manejo sustentable en San Pedro de Atacama, Chile*. Resumen Ejecutivo. Santiago de Chile: RIDES.
- Secretaría Regional Ministerial de Planificación y Coordinación (1999), *Área de Desarrollo Indígena, Atacama La Grande*. Antofagasta: SERPLAC, II Región.
- Servicio Nacional de Turismo (1998), *Política Nacional de Turismo*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Servicio Nacional de Turismo (1999), *Código Ético Mundial para el Turismo, XIII Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Servicio Nacional de Turismo (2000), *Política Regional de Turismo, Región de Antofagasta*. Antofagasta: SERNATUR.
- Servicio Nacional de Turismo (2001) *Lineamientos para la elaboración de una Política de Turismo Cultural*. En Chile: Políticas y planes de Turismo. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Servicio Nacional de Turismo (2002), *Chile País Turístico, Mesa Público – Privada, Agenda de Trabajo 2002 – 2005*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Zwingle, E. (1999, Agosto). Los bienes circulan. Las ideas circulan. Y las culturas circulan. *National Geographic*, N° 2, 2-33.

RECEPCIÓN DE MANUSCRITO:
17 MAYO 2005

ACEPTACIÓN DE MANUSCRITO:
07 AGOSTO 2005