

MAR 5 1965
1259/1064

TURISMO VISUAL

De todo podrá acusarse al actual régimen, menos de falta de personalidad.

Cada uno de sus actos lleva un sello propio, la huella de un estilo personal, no desprovisto de humorismo, y siempre inconfundible.

Aquí tenemos, por ejemplo, la Empresa de los Ferrocarriles del Estado.

En cualquier parte del mundo las empresas ferroviarias tienen trenes. A veces no construyen hoteles, ni compran bolstos de lotería, ni reciben encargos de provincia; pero lo que es trenes no les falta nunca.

Más aún, sus directores, en vez de hablar pestes del servicio, parecen tener el "hobby" de hacer viajar a los peatones.

En Chile pasa lo contrario: los Ferrocarriles edifican hoteles desde el mar a la montaña; reciben comisiones, compran bolstos de lotería; ofrecen a los viajeros cheques, cheques, damas de compañía y toda clase de entretenimientos y comodidades, menos trenes.

A mayor abundamiento la Empresa no hace esfuerzos para desanimar a los viajeros.

Centro de Estudios de Economía Chilena
Pontificia Universidad Católica de Chile

Así, se han visto publicamos con profusión, en estos días, grandes avisos de la Empresa que, al dar cuenta de supresión de nuevos trenes dicontextualmente:

"Esta medida tendrá que ocasionar graves molestias al público, porque la disminución de trenes hará que los que han podido quedar en servicio sean insuficientes para la movilización y seguramente en más de una ocasión quedarán pasajeros sin poder viajar, aparte de los muchos que deberán viajar de pié".

Por cierto, que es una piadosa prevención, porque, dada la frecuencia de cheques y accidentes ferroviarios, lo probable es que los pasajeros no retornen. Hasta se ha insinuado la idea de que las bolsterías no expidan ya bolstos de ida y vuelta por ser el segundo de escasa utilidad para el cadáver; pero por muy caritativos que sean los sentimientos que inspiran tales anuncios, no cabe duda que que otra empresa ferroviaria mas afecte a los caducos métodos de propaganda - como diría el Ministro del Interior - habría encontrado, acaso, formas de redacción más tentadoras.

Verbigracia:

"¿Quiere usted irse al cielo, sin pasar por los lentos y engorrosos trámites de la agonía a domicilio?"

"Tome usted un boleto de los Ferrocarriles del Estado".

"Por un módico pasaje, la Empresa de los Ferrocarriles, tras un artístico viaje en posición de Mercurio, - la mano derecha en la ampollita eléctrica y el pie izquierdo en el aire - asegura a usted un gran roce social y las más variadas y pestreras emociones: choques agradables y trágicos, ruptura del perno real, etc."

"Viaje usted a ultratumba, antes que la destrucción total del material rodante le impida gozar de la oportunidad que hoy le ofrecemos".

Cualquiera se tentaría, ¿no es verdad?

A falta de esta "rúclase", basada en hechos verdaderos, la Sección Propaganda y Turismo de la Empresa - porque también la tienen nuestros ferrocarriles - prefiere otra totalmente artificiosa y que contradice lamentablemente la propaganda antiviajera de la Dirección General.

Se ve así, el curioso ~~contradictorio~~ que, mientras la Dirección conmina a los presuntos pasajeros con toda clase de molestias y termina por pedirles que no viajen sino en caso de absoluta necesidad, la Sección Propaganda y Turismo, les endilga frases como las siguientes:

"Conozca usted su país". - A lo sumo debiera decir la estación próxima.

"Viaje usted, con comodidad y sin riesgos, utilizando los servicios de los Ferrocarriles del Estado".

"Aproveche los cheques - no dice los choques - que le ofrece la Empresa, etc."

Ante tal colisión de opiniones, - por fortuna sin víctimas -, entre la Dirección General y la Sección Turismo, se comprende claramente que ambas anulan sus impulsos y que, en consecuencia, alguna de las dos está demás.

¿Pero, cuál? La Sección Propaganda y Turismo o la Dirección General? ¡Arduo problema! Entretanto solo hay una solución para ponerlas de acuerdo.

Que ambas inviten a los turistas del mundo, no a utilizar los ferrocarriles, sino a verlos.

Si los turistas tienen un ápice de curiosidad acudirán al llamado, porque realmente nuestra Empresa ofrece un espectáculo único y digno de

verse.

Con trenes como los de Chile, el turismo que se impone es el visual: No se viaja; se mira.

Ferrocarriles para viajar hay a montones en todas las regiones de la tierra; pero, para no viajar, solo hay aquí.

Muy apático tendrá que ser el "globe trotter" para no venir a admirar tan original y rara curiosidad ferroviaria.

Queda, pues, todavía, un venere turístico por explotar.

28 de Abril de 1943.

CELICH UC

Centro de Estudios de Literatura Chilena

Pontificia Universidad Católica de Chile