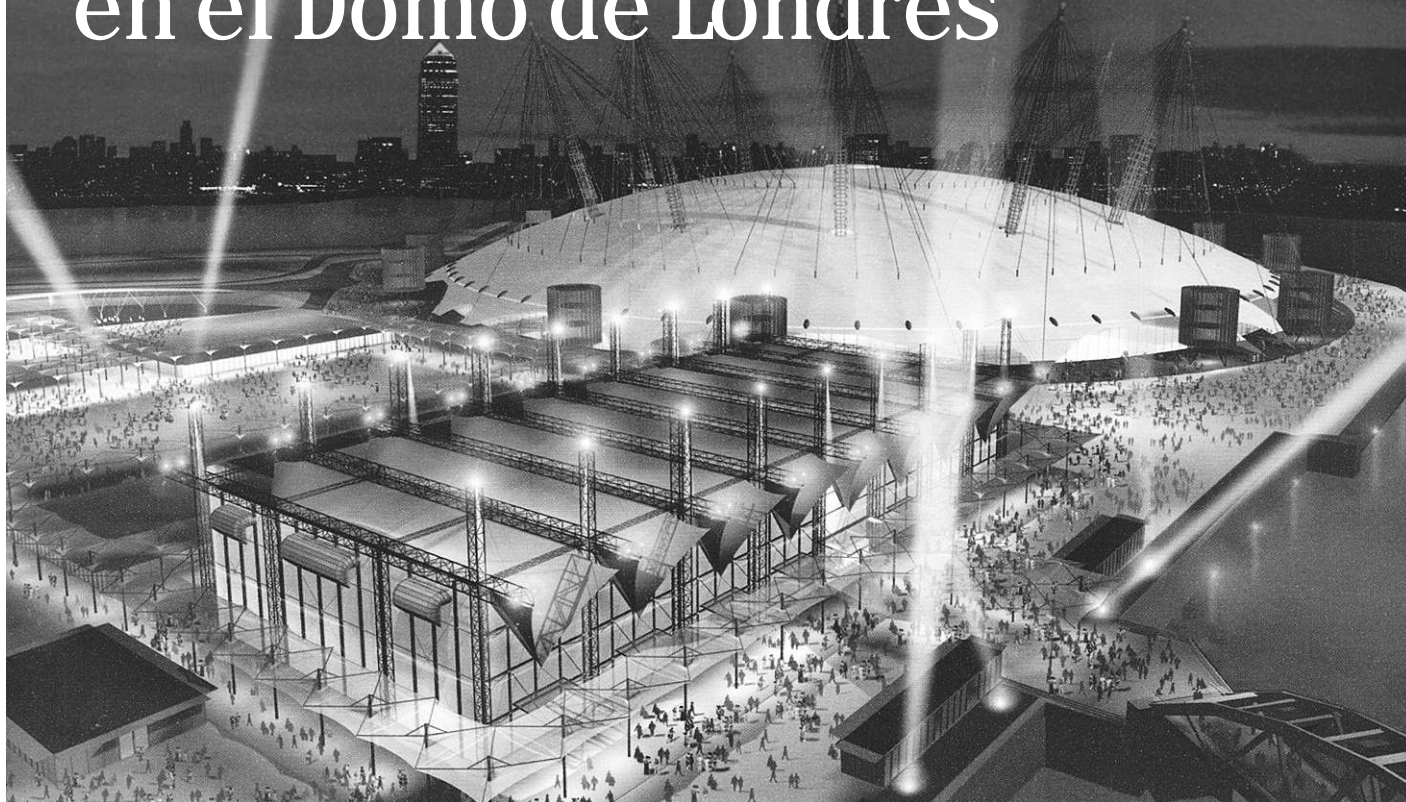


Inspiraciones turísticas en el Domo de Londres



Una inversión de mil doscientos millones de dólares que abre una controversia. Puede servirnos de guía y podemos ofrecer mayor contenido

Alberto Bonadona Cossío

Una gigantesca estructura con un costo cercano a los ochocientos millones de libras esterlinas (unos mil doscientos millones de dólares), se levanta a orillas del Támesis, en la zona de Greenwich, en Londres. Un enorme domo erigido en conmemoración del nuevo milenio y como símbolo de los alcances y futuro de Gran Bretaña. Fue estrenado el 31 de diciembre de 1999 para recibir al nuevo siglo en una ciudad, que por su importancia histórica ya posee grandes atracciones turísticas, y se le añade esta más.

Incluye 16 atracciones principales y espera doce millones de visitantes anualmente. No quiere compararse con Disneylandia, porque no fue diseñado como parque de diversiones, sino como un lugar de "reflexión y enseñanza". A pesar de estas pretensiones, lo cierto es que el conjunto no tiene un hilo conductor y, para muchos críticos, no cumple ni en la reflexión, ni en la enseñanza. Finalmente, si llega a entretener. Pero, de acuerdo al comentario de Rowan Moore

del "Evening Standard": "No logrará que los franceses y los alemanes despotiquen porque no fueron ellos los que pensaron primero en algo similar, ni tampoco enojará a los americanos quienes, con Disneylandia, el parque de los Estudios Universal y los hoteles de Las Vegas, saben como crear mas entretenimiento por el dólar que reciben". Sin embargo, se eleva en el horizonte londinense como un importante hito de la actual Inglaterra. El Primer Ministro, Tony Blair, ha dicho: "Un faro más de los tantos que iluminan a la humanidad como logro de la cultura inglesa".

Llegue o no a tener el éxito esperado, con toda certeza alcanzará a cubrir sus costos y posiblemente generará las utilidades previstas. Se ha querido incluir muchas áreas de la vida humana, explicarlas hasta cierto punto, y reflexionar sobre ellas.

Una de las áreas que mayor número de personas atrae es "El Cuerpo Humano"; representaciones

de un hombre y una mujer gigantescos. El visitante se introduce a los cuerpos donde lo más destacable es un palpitante corazón. No hay mayores explicaciones, ni mayores reflexiones a lo largo del recorrido. En el momento que se espera ambas, uno se encuentra fuera del cuerpo humano.

Otra atracción es la zona del dinero que efectivamente ofrece información pero no es la más precisa. Peor aún, se inicia auspiciosamente con una suerte de juego financiero donde el visitante puede ficticiamente invertir de miles de libras esterlinas, pero los resultados conducen a conclusiones confusas. Si se invierte £ 10.000 en "acciones", el posible retorno es £ 140.000 o nada. Lo cual en la realidad sería algo extraño.

Otra área está dedicada al trabajo moderno y la reconversión laboral. A decir del columnista inglés Moore, "... en esta también se siente el vacío, excepto por algunos eslóganes que alaban a un mundo donde uno puede perder el trabajo

con gran facilidad. Si usted lo pierde, parecen apuntar los eslóganes, es su culpa por estúpido." Así, se han construido varios lugares dedicados a la fe, al aprendizaje, la ecología, la comunicación, el transporte, la personalidad británica, etc. etc. Algunos logran su propósito mejor que otro pero no llegan a hacerlo ni con convicción, ni con la profundidad esperada.

Se mezcla tecnología de punta con elementos simples de la vida diaria de trabajo, a la vez que otros de poca relevancia, o algunos que no llegan a presentar absolutamente todos los aspectos que fueron incluidos en el diseño original. Lo cierto que al concluir la visita al Domo uno se queda con un sabor de algo inconcluso. Volviendo a citar a R. Moore el Domo "... es una pobre recompensa a las aspiraciones, duro trabajo, talento y dinero que se destinaron al interior del Domo; pero cualquier persona que vio la serie de la BBC acerca de su construcción, puede tener una idea de lo que ocurrió. Porque hubo pocas preciosas señales de inspiración o belleza en el proceso de creación de todos aquellos que estuvieron a cargo del diseño. A cambio de ello, todo lo que hubo se refirió a administración eficiente, acerca de cumplir los objetivos, más o menos en este orden: tiempo, dinero, patrocinio y número de visitantes".

Habando de patrocinios es importante observar cuan importantes estos fueron al momento de impulsar y realizar la idea. Importantes empresas británicas se comprometieron a financiar distintas áreas. Entre estas se encuentran British Airways, la industria química Boots, British Telecom, Tesco. Marks & Spencer, Camelot, Sky e incluso una empresa no tan británica como es la hamburguesería Mac Donald. Cada uno comprometió la no muy modesta suma de 12 millones de libras esterlinas.

¿Qué nos puede inspirar el Domo a los bolivianos?

Posiblemente pocos británicos lo visitarán. De acuerdo con una encuesta hecha por The Economist, 56 por ciento respondieron que el Domo nunca debió haber sido construido, y sólo 38 por ciento lo consideraron un éxito. No obstante las limitaciones que el Domo pueda tener, un gran número de turistas sí llegarán a ingresar y pagarán algo más de veinticinco dólares por persona. No tendrá la claridad de propósito filosófico que aparentemente se le quiso dar, ni será un gran centro de diversión; pero será una gran atracción turística.

Cuando se observa la realidad boliviana, se puede pensar en muchas áreas donde el turismo puede ser desarrollado, lugares históricos que ofrecen grandes posibilidades de convertirse en centros turísticos y, quizás, con una mayor profundidad de contenido histórico y hasta filosófico. Sitios, como pueden ser las minas, o ruinas de poblaciones precolombinas, que dieron riquezas

a muchos pero a muy pocos bolivianos pueden ser transformadas en verdaderas atracciones turísticas. A la vez se puede pensar en representaciones de un pasado valioso que podrían construirse en algunos centros urbanos.

En Bolivia podemos apuntar a un sinnúmero de inspiraciones históricas, sociales e incluso filosóficas para lograr crear esas grandes atracciones turísticas. Claro está, no es sólo la atracción turística la que hará que los extranjeros vengan a verlas, sino también un amplio desarrollo de infraestructura hotelera, caminera y otros servicios colaterales, que permiten brindar los servicios que el viajante exige

Los grandes problemas que pueden encontrarse en este sentido, son los que siempre enfrentamos: capital de inversión y medios de comunicación. Por esto, considero que en Bolivia, para lograr un gran desarrollo del turismo, debemos pensar "a lo grande", y para pensar "a lo grande" se hace necesario buscar formas de atraer capitales externos. Estos sólo pueden venir si es que se les ofrecen grandes concesiones, y estas concesiones deben darse en términos muy claros, respetados a lo largo del tiempo y con cláusulas que permitan al Estado boliviano aprovechar al máximo las inversiones que se logren de esta forma.

Potosí, por ejemplo, posee una historia fabulosa y se la aprovecha mínimamente. Algunos avances se han hecho aunque resultan casi imperceptibles frente al potencial existente. Si se espera continuar al mismo paso, el horizonte de lograr algo verdaderamente atractivo y rentable, se coloca en unos veinte años. Sin embargo, Potosí como tantos otros centros, requieren acciones inmediatas que den fruto en un plazo menor a los

cinco años. Si seguimos esperando que se haga lo que se puede con los escasos recursos que los privados bolivianos tienen debemos fortalecer nuestras mermaidas esperanzas. Si abrimos las posibilidades a inversionistas extranjeros, con un amplio apoyo del Estado, podremos esperar con mayor optimismo.

De la misma manera se puede pensar en el carnaval de Oruro, cada vez más deslucido por las precarias condiciones urbanas de esa ciudad. Con una infraestructura deficiente y la improvisación de galerías y otras facilidades, no está lista para atraer a los grandes gastadores del turismo. Una expansión de horizontes y perspectivas podría superar al Domo de Londres en cientos de veces. Para estas empresas no hay la menor duda, en esta etapa de capitalismo consumista, también se requerirán auspicios de toda índole, que, como muestra el Domo, juegan un importante papel a la hora del financiamiento.

Lo sitios potenciales en Bolivia son incontables y se deben impulsar políticas para desarrollarlas y obtener ingresos que sirvan para mejorar nuestras condiciones de vida.

Se puede afirmar que no se necesita observar el Domo londinense para sacar conclusiones sobre el potencial turístico boliviano. Así es. Observando cualquier museo europeo o norteamericano se puede llegar a valorar también lo que tenemos. Pero lo que verdaderamente me empuja a escribir esta nota después de observar el Domo, es la intrascendencia que lo respalda frente a tan ricas experiencias históricas que poseemos en Bolivia así como pensar en que las podemos hacer rentables ■

