

En Viaje

(El máximo de lectura por el mínimo de precio)

REVISTA MENSUAL DE LOS FF. CC. DEL ESTADO—CHILE

CARLOS BARELLA

DIRECTOR

OFICINAS ESTACION MAPOCHO — SECC. PROPAGANDA Y TURISMO

TELEFONO 61942 — DIRECTOR: 64438 — CASILLA 9092

AÑO XVI

FEBRERO DE 1948

N.º 172

TURISMO Y PROPAGANDA

Cuentan que los huevos de gallina son más cotizados que los de otras aves de corral, porque la gallina, cuando pone un huevo, lo cacarea bien, al paso que las patas, por ejemplo, ponen el huevo y se quedan muy calladitas. Por eso, tal vez, los huevos de gallina gozan de tan buen precio en el mercado.

Chile, en el aspecto turístico, corresponde al huevo de pata. Huevo que vino al mundo sin el debido cacareo. En cambio nuestros vecinos del continente, ¡caramba que cacarean su turismo!

Nosotros nos conformamos con proclamar, puertas adentro de nuestra casa, que somos el país más hermoso de la tierra, que disfrutamos del mejor clima y que nuestras fuentes termales tienen virtudes curativas únicas en el mundo; pero eso, desgraciadamente, lo sabemos nosotros no más. En Estados Unidos, casi se nos desconoce y se nos ignora como país turístico.

¿La razón de este desconocimiento? Que nuestras autoridades, encargadas del turismo, no envían un solo volante de propaganda al extranjero. En las agencias de viaje de Nueva York, Washington y otras importantes ciudades de la gran República del Norte, hay en vitrinas y escaparates folletos, affiches, fotografías y guías de turismo sobre Brasil, Argentina, México, Cuba, Uruguay y otros, mientras en esa exhibición cotidiana de los valores turísticos del continente no aparece ni el nombre nuestro.

Y a este paso nos estamos quedando, para el consumo interno, con los paisajes más lindos del mundo; pero nuestros avisados vecinos, entre tanto, embolsan los millones de dólares que los norteamericanos están gastando en turismo.

Estaría bueno ya que cacareáramos un poco, imitando así a las gallinas, que son las mejores propagandistas de su producto. Dejemos nuestra apatía y decidámonos, de una vez por todas, a hacer algo efectivo y práctico por nuestro turismo.

No bastan nuestros paisajes, es necesario que el mundo los conozca y para eso debemos hacer una buena propaganda turística en el extranjero.

La Empresa de los Ferrocarriles, por intermedio de su Sección Propaganda y Turismo, desarrolla una eficiente labor; pero eso no es ni puede ser todo, por cuanto hay un organismo estatal encargado de hacer esa labor. Nos referimos a la Dirección de Turismo, dependiente hasta hace poco de la DIC. y que ahora ha pasado, nos parece, a la Universidad de Chile.

Es hora ya que se dé a ese organismo la autonomía que necesita, para que pueda desarrollar una labor efectiva. La postergación del turismo, como industria nacional, es una traición a nuestro porvenir económico y es cederle a nuestros vecinos un mercado que puede ser, a corto plazo, una sólida base de nuestra riqueza, prosperidad y bienestar.

EL F. C. DE SALTA A ANTOFAGASTA

En el curso de este mes debe quedar inaugurado el Ferrocarril de Salta a Antofagasta, magnífica obra de ingeniería iniciada, en virtud de un acuerdo comercial entre Chile y Argentina, hace alrededor de 22 años.

Este ferrocarril, que ha reclamado con insistencia el Norte argentino, servirá para dar salida al Pacífico a ricas provincias de la República hermana, hasta hoy privadas de medios expeditos y rápidos para vaciar su vasta producción en centros consumidores. Por otra parte, dicho ferrocarril beneficiará directamente a las provincias chilenas de Tarapacá, Antofagasta y Atacama, que recibirán los variados productos de las provincias transandinas, produciendo así un abaratamiento en el costo de la vida de las mencionadas provincias que, por su lejanía del centro del país, llevan una vida comercial lenta y poco próspera.

Será este uno de los ferrocarriles más altos del mundo, pues en el punto denominado Abra Chorrillos alcanza a una altura de 4,475 metros sobre el nivel del mar.

Para formarse una idea clara de los beneficios de este ferrocarril a la provincia de Salta, basta consignar estas cifras: de Salta a Antofagasta hay 916 kilómetros y de Salta a Buenos Aires 1,598 kilómetros. Como se ve, el nuevo trazado acorta considerablemente la distancia al mar, lo que equivale a decir que se facilita así el transporte de la producción casi en un cincuenta por ciento. Por otra parte, el nuevo ferrocarril significa para el Norte nuestro el aporte de una fuerza económica, estimuladora de la producción y el comercio regionales y finalmente significa un vínculo más de amistad entre las dos naciones, unidas por tantos y tantos lazos de afecto e interés comunes.