

Relatos Turísticos:

Propuestas para incorporar el patrimonio cultural y natural en las empresas turísticas en los servicios y rutas turísticas de Arica y Camarones.

Contenido

3

Presentación.

4

Los relatos turísticos: una tendencia creciente en la industria del turismo.

5

Los relatos turísticos y sus características.

6

Incorporando los relatos turísticos a mi empresa.

17

¿Cómo puedo escribir / contar mis relatos turísticos?

22

Compartiendo los relatos turísticos con mis clientes.

Ediciones Universidad Central de Chile.
Comité Editorial Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje.
Universidad Central de Chile.

Santa Isabel 1186, Santiago de Chile
infofaup@ucentral.cl

Primera edición marzo 2018

Relatos Turísticos: Propuestas para incorporar el patrimonio cultural y natural en los servicios y rutas turísticas de Arica y Camarones.

Autores: María Carolina Casals Iglesias, Cristóbal Espinosa Urriola, María Javiera Errázuriz Contreras y Evelyn Pfeiffer Espinoza.

Inscripción en el Registro de Propiedad Intelectual.

ISBN

Diseño Gráfico: Consulting Design.

Diagramación e impresión:
Andros Impresores

Fotografías: Cristóbal Espinosa.

Santiago de Chile, 2018.

Presentación

Cada temporada, nuestros visitantes nos piden productos y servicios nuevos, que hagan de su estadía una experiencia inolvidable. Ya no es suficiente tener un lindo hotel, cumplir los horarios de las excursiones o vender una artesanía. Nuestros clientes piden algo más: que su estadía en el destino sea algo memorable.

Para responder a lo que nos piden, muchas veces invertimos grandes sumas de tiempo y dinero para mejorar productos y servicios, pero no logramos encantar a nuestros clientes. ¿Cómo podemos innovar en nuestras empresas para hacer única la experiencia de turistas y excursionistas? Una alternativa es incorporar nuestros relatos locales.

Cuando contamos nuestras historias a los que nos visitan, lo que estamos haciendo es comunicar un relato. Estos relatos son narraciones extensas o pequeñas, reales o irreales, de incidentes que tienen significación para la comunidad o un grupo de personas.

Con este manual, el empresario podrá incorporar relatos turísticos al quehacer de su empresa, tanto en el diseño de sus servicios, el vínculo con los clientes y visitantes, y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural de interés turístico, aprendizajes que se enmarcan en el proyecto Diseño de experiencias memorables en el borde costero de Arica y Parinacota (Código 16BPER- 66848), financiado por Corfo con su línea de Bienes Públicos Estratégicos Regionales para la Competitividad, ejecutado por la Universidad Central de Chile y apoyado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el Servicio Nacional de Turismo y el Programa Transforma Turismo Activo y de Naturaleza en Entornos Patrimoniales.

Los relatos turísticos:

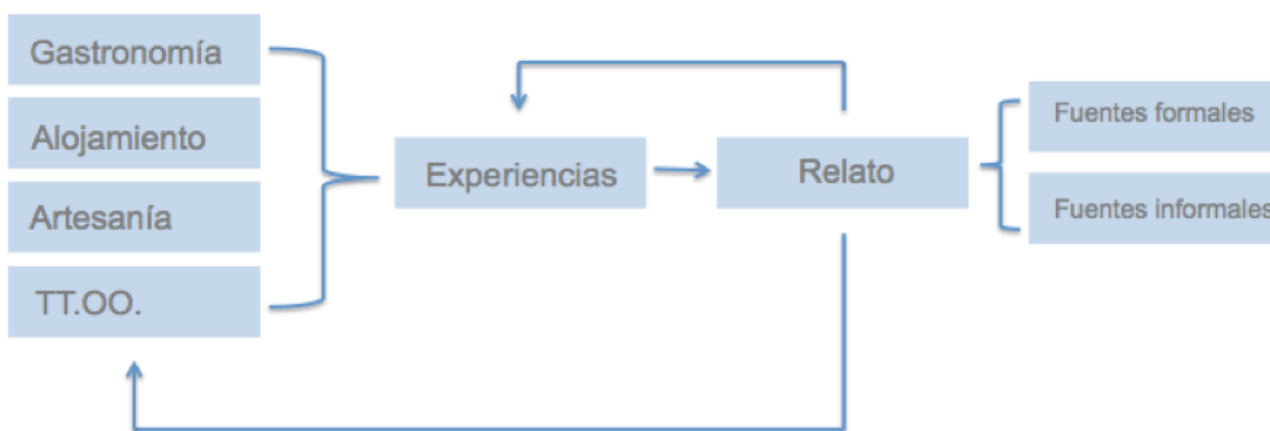
una tendencia creciente en la industria del turismo.

En los últimos años, la industria turística ha dado gran cabida a los relatos, ya que ellos -reales o ficticios- entregan ventajas competitivas y opciones para la vivencia de experiencias turísticas significativas. Los destinos, si sus relatos están bien contruidos, pueden considerarse como una opción de escape a la realidad.

Las nuevas tendencias, que promueven el desarrollo de experiencias auténticas en destinos con productos turísticos responsables e innovadores, hacen de los relatos un eslabón relevante para la gestión turística. Las empresas y los planificadores de turismo deben crear ofertas de viajes atractivas donde el relato es parte de todo el proceso, incluso antes de la llegada de los turistas al destino. Si existe una sincronía entre los relatos y los productos turísticos, la experiencia turística resulta mucho más coherente, y es posible posicionar la imagen turística de un destino con mayor éxito y facilidad. Los turistas no compran productos, por el contrario, ahora compran diversas opciones de experiencias con relatos locales, que hacen de sus viajes una vivencia única.

Cada destino turístico tiene un relato, formal o informal. Cuando este relato es reconocido y coherente con los productos turísticos, ayuda a la definición de las experiencias turísticas en dichos destinos.

Figura 1. Relación Relato y Experiencia Turística



Fuente: Instituto del Patrimonio Turístico (2016)

La figura 1 muestra cómo el diseño de relatos permite entregar o destacar contenidos y línea conceptual a los elementos turísticos que, por sí solos o en conjunto, componen la experiencia (gastronomía, alojamiento, artesanía, tour operadores). A su vez, estos elementos son insumo para el diseño del relato en tanto contengan atributos del territorio relevantes.

Un buen relato turístico, reúne las siguientes características:



FUNCIONAL	COMPRESIVO	CERCANO	TANGIBLE	EMOTIVO
Reduce el nivel de desconocimiento	Facilita la comprensión del destino	Se escriben dirigidos al lector, visitante o residente	Invitan a vivir una experiencia	Apelan a lo cercano y cotidiano
Disminuye el tiempo de ubicación y traslado	Sin contenidos complejos ni muchos detalles abstractos	Con textos dinámicos, motivadores y entretenidos	Consideran la oportunidad de generar nuevos emprendimientos o mejorar negocios en busca de sofisticar la experiencia	Se construyen a partir de las prácticas culturales locales, facilitando la conexión emocional entre habitantes y visitantes
Permite la planificación de gastos en viaje	Expone procesos, evita los datos dispersos			
Sugiere itinerarios y actividades	Tiene un mensaje principal, simple e interesante			

Figura N°2: Características de los relatos turísticos

Los relatos turísticos y sus características.

Los relatos turísticos conectan a los turistas en un plano emocional. Por ello, deben reflejar una buena historia, directa y simple, vinculada en una experiencia. Lo anterior implica que los relatos no son la sumatoria de atractivos o servicios turísticos de un destino.

En el marco del proyecto Diseño de experiencias memorables en el borde costero de Arica y Parinacota (Código 16BPER- 66848), financiado por Corfo con su línea de Bienes Públicos Estratégicos Regionales para la Competitividad, ejecutado por la Universidad Central de Chile y apoyado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el Servicio Nacional de Turismo y el Programa Transforma Turismo Activo y de Naturaleza en Entornos Patrimoniales.

Los relatos turísticos no solo van dirigidos a los viajeros de Arica y Camarones. Están pensados también de insumo para que guías turísticos armen su guión, o para quien quiera ofrecer un menú con identidad conozca más sobre alimentos patrimoniales, o para alguien que esté pensando en cómo decorar su hostel o restaurant tenga ideas sobre temas con pertinencia local, y por supuesto para quien quiera contar historias y sorprender con datos originales al turista.

Incorporando los relatos turísticos a mi empresa.

Como nos insertamos en una industria muy particular, nuestro relato debe entender los códigos del turismo, y pasar por un proceso de transformación, que sea de interés para los visitantes. A lo anterior se suma algo muy importante: hay historias que deben quedar en el ámbito privado de cada comunidad y, por otra parte, no todas las historias son de interés para el turismo.

Conversar sobre nuestros antepasados, comida, fiestas y sitios relevantes entrega valor y significado a la experiencia de los visitantes, para que de esa forma puedan escapar momentáneamente de sus rutinas y actividades normales de la vida; el relato es la puerta de entrada a otra realidad donde interactúa la visión interior y el entorno, creando valor y sentido en la práctica turística, y reivindicando la propia identidad de quien la experimenta.

Si logramos que nuestro relato conecte al visitante con su propia historia de vida, podemos desencadenar sentimientos y, en consecuencia, una experiencia de alto valor emocional. De esta manera, los relatos turísticos junto a los atractivos turísticos, pueden motivar el traslado de los visitantes y hacer más competitivo un destino, ya que facilitan la permanente reinención de dichos territorios. Es por esto, que les invitamos a incorporar los relatos de sus familias y comunidades en sus productos y servicios turísticos.



En el marco del proyecto Diseño de experiencias memorables en el borde costero de Arica y Parinacota (Código 16BPER- 66848), financiado por Corfo con su línea de Bienes Públicos Estratégicos Regionales para la Competitividad, ejecutado por la Universidad Central de Chile y apoyado por el el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el Servicio Nacional de Turismo y el Programa Transforma Turismo Activo y de Naturaleza en Entornos Patrimoniales, se realizaron talleres territoriales y asistencias a empresas y emprendedores, para incorporar los relatos a sus negocios o proyectos.

En los talleres se convocó a empresas y emprendedores territoriales o productivamente homogéneos, para empatizar con los requerimientos e intereses del cliente actual y potencial, lo que implicó un análisis colectivo e individual de sus clientes y sus características. Posteriormente, se realizaron visitas individuales a instalaciones del empresario o emprendedor, para identificar el o los relatos que sentían más cercanos a su oferta y a su potencial



Figura N° 3: Pasos para incorporar los relatos turísticos en empresas locales.

cliente. Posteriormente, se identificaron las ideas para implementar ese relato a partir de los temas y elementos significativos, para lo que se utilizó un mapa de ideas buscando relaciones y oportunidades. Una vez capturada la idea, se estimó el presupuesto y tiempo para su implementación, así como los principales requerimientos administrativos y legales.

El aprendizaje de estas actividades permitió elaborar una propuesta de pasos prácticos para incorporar los relatos turísticos a empresas locales, que detallamos a continuación y que esperamos les puedan ayudar a hacer de sus empresas y emprendimientos “lugares con relato”.



Banco de imágenes Sernatur

1. Identificar a nuestros clientes.

El primer paso es conocer a nuestros clientes. Ponerse en los zapatos del usuario final es observar en modo empático. Entender a nuestros clientes como una persona que viaja a nuestro destino, que quiere conocer nuestro patrimonio y que busca vivir nuevas experiencias, idealmente que sean significativas.

Para identificar a sus clientes, responda las siguientes preguntas

- Nacionalidad de sus clientes
- Rangos de edad
- Nivel socioeconómico
- ¿De dónde vienen?
- ¿Con quién viajan?
- ¿Cuándo prefieren viajar?
- ¿Cómo prefieren viajar?
- ¿Qué quieren conocer cuando visitan el destino turístico donde ofrezco mis servicios?

2. Definir los relatos turísticos a incorporar a mi empresa.

Una vez que identifico a mis clientes, el siguiente paso es seleccionar los relatos a incorporar a mi empresa. Para lo anterior, le sugerimos descargar la guía de relatos en www.relatosturisticos.cl y seleccionar aquellos que:

- Pueden responder a las necesidades de sus clientes.
- Son más significativos para Ud. y su empresa.
- Al corto plazo, puede incorporar con pequeños cambios y presupuesto.

3. Idear cambios en servicios y productos utilizando los relatos.

Una vez hecha la selección, dibuje un mapa de ideas para incorporar el relato en su empresa. El mapa de ideas es una forma de representación de la información de manera clara, organizada y rápida, que permitirá visualizar las opciones de servicios y productos a partir del relato escogido.

Este mapa se caracteriza por tener una idea central, de pocas palabras y preciso. El mapa se inicia siempre desde el centro de la hoja, colocando la idea central de forma destacada. En el contorno de esta idea principal, se van colocando los elementos/ideas claves. Estas ideas se van relacionando con otras con líneas, flechas u otros recursos. Se recomienda destacar las ideas más fuertes.

Para dibujar un mapa de ideas requerirá una hoja en blanco, lápiz mina y goma de borrar. Deben identificar todas las áreas de su empresa que pueden incorporar el relato.

A continuación se presenta un mapa de ideas de un emprendedor que quiere iniciar un negocio a partir del relato de La Buena Comida de Arica.

Las ideas propuestas deben tener las siguientes características:

- Vincularse con los relatos: lo que permitirá lograr autenticidad y relevar los atributos del destino.
- Respetar los entornos naturales, sociales y culturales del destino.
- Buscar y potenciar la diferencia de la competencia (oferta actual del destino).

Algunos consejos para este proceso:

- Todas las ideas son válidas.
- No hay ideas malas.
- Fomente las ideas poco realistas, ya que ellas le pueden llevar a otras opciones de ideas.
- Muchas alternativas permiten elegir posibles soluciones. La mejor manera de llegar a una buena idea, es desechando un montón de ideas.
- Para las ideas, tenga en cuenta los recursos y atractivos turísticos del destino.
- Para mantener el foco de esta fase, mantenga la pregunta ¿cómo puedo vincular el relato a mi negocio?

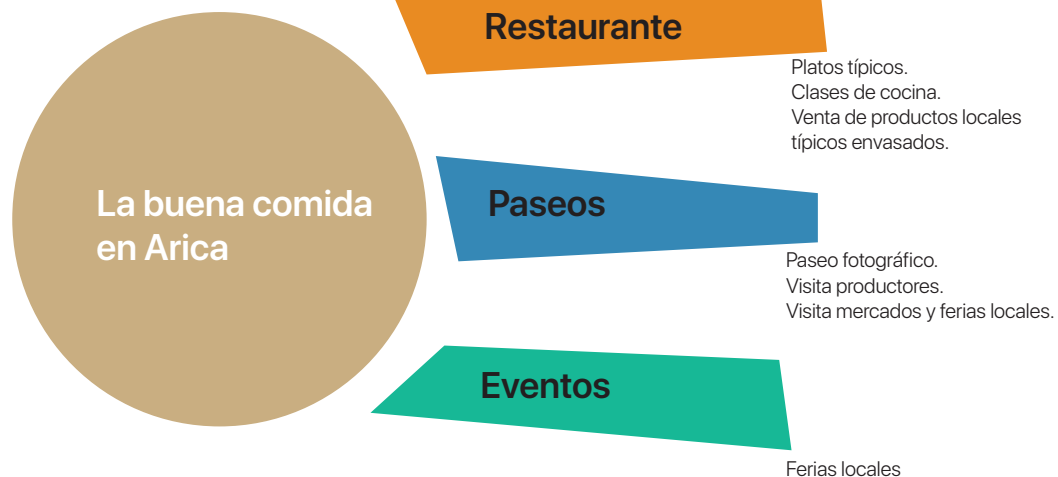


Figura N° 4: Mapa de ideas servicios turísticos vinculado al relato La Buena Comida en Arica.

Una vez finalizado el mapa de ideas, escoja 3 que puedan:

- Ser llevadas a cabo al corto y mediano plazo por la empresa o por recursos humanos disponibles en el destino.
- Postularse a fondos concursables públicos y/o privados.
- Resulten innovadoras y sorprendentes, es decir marquen una diferencia con la competencia actual.
- Cumplan con la legislación vigente (patentes, seguros, permisos, etc.)
- Se vinculen con empresas del territorio, es decir sea capaz de integrar un producto turístico.

4. Incorporar las ideas.

Podemos incorporar los relatos de muchas formas. A continuación presentamos algunas ideas prácticas, de fácil realización y sin grandes costos, que podrían convertir a su negocio en un lugar “con relato”.

Si ofrece servicio de alimentación:

- **Incorpore imágenes o textos en las cartas que detallen el origen de los productos, la historia de su empresa o algún relato significativo del destino.**

Por ejemplo, escriba en el reverso de su carta algunos párrafos dedicados al Qhapaq Ñan o Sistema Vial Andino, conexión de más de 23.000 kilómetros de largo que va desde Colombia hasta Chile central y que permitió al Imperio Inca expandir su poder político y económico.

Para llegar a construir la obra precolombina más impactante del cono sur, al inka le vino bien la tecnología y los principios de reciprocidad de las sociedades andinas anteriores a su poderío. El inka aprendió y enseñó, lo que convirtió a este camino en una vía de conocimientos que iban y venían, buena unión de saberes que permitió por ejemplo que en el Imperio Inka jamás se pasara hambre, logro del que fueron parte localidades como Socoroma.



□ **Complemente su carta con recetas tradicionales. Entregue una pequeña reseña o historia de ellas a sus comensales. Si son muy complejas o muy caras de preparar, invente nuevas recetas con productos locales.**

El maíz del Valle de Lluta se cultivaba ya en tiempos prehispánicos y, desde esa época, para el mundo andino es alimento para el cuerpo y el alma. En torno a él se realizan cultos y ceremonias para la siembra y la cosecha, está presente en las “cruces de mayo” y para el carnaval en algunos de los pueblos del valle, además de utilizarse para nacimientos o entierros.

Legado del imperio inca y disponible en cada época del año, su forma es gruesa, su grano claro, el sabor dulce y luce especialmente bien en humitas, pastel de choclo y estofados.

□ **Organice clases de cocina y prepare recetas típicas con sus clientes. Esta es una buena opción para temporada baja o para horarios en que no ocupe su cocina.**

Pruebe hacer clases de cocina en la temporada de frutas. Ofrezca jornadas para preparar postres utilizando plátanos, guayabas, mangos, chirimoya, papaya o pepino dulce.

□ **Informe a sus clientes a través de fotografías o con sus meseros, sobre el origen de sus productos y las historias de sus proveedores locales.**

Cuente a sus clientes la historia de las aceitunas en la zona. El olivo llegó al Valle de Azapa desde Sevilla durante el siglo XVI por orden de la Corona española, vista la necesidad de producir aceite de oliva para las minas de Potosí. Resulta que se llevó muy bien con las tierras de Azapa, e igual de bien con el ingenio aymara y quechua, para quienes la cosecha era una fiesta que se conoce hasta el día de hoy como Raima, del aymara Raymi.

La aceituna, fruto del olivo, es tan apetecida por su piel fina, gran tamaño, color desde verde a vino tinto, sabor y hueso pequeño, todas cualidades que les da su crecimiento en el valle. Es por eso que cuentan con “Sello de Origen como Indicación Geográfica”, reconocimiento que busca valorar productos chilenos de fuerte vinculación local.

El aceite de oliva, casi tan popular como las aceitunas, comenzó a producirse en el Siglo XVIII y así lo comprueban las prensas y trapiches - prensa colonial española- de esa época, toda una modernidad para esos años. Lamentablemente los molinos coloniales para aceite que también existieron en el valle, desaparecieron.

□ **Ambiente de acuerdo a su destino. Una buena decoración puede hacer de su local un lugar con personalidad y revivir una buena historia.**

Si vive en Codpa, ambiente su restaurante con el vino Pintatani. Al Valle de Codpa -ubicado a 115 kilómetros de la ciudad de Arica y a 2.200 metros sobre el nivel del mar- entraron cepas de vino para los actos litúrgicos de conquistadores españoles. De la exacta forma artesanal que en esos años, algunas familias de Codpa preparan el vino Pintatani, tinto y dulce, llamado así por haberse producido alguna vez en un valle altiplánico que llevaba ese nombre. Todavía se prepara usando la técnica del pisa pisa donde como lo indica la tradición, cuatro hombres de la familia pisan las uvas dentro del lagar.

Si vende productos locales, recuerdos o artesanías:

- **Incorpore alguna frase, una imagen o un dibujo que usted quiera destacar de su destino en etiquetas, papel de envolver o bolsas de empaque.**

Si su empresa se localiza en un destino que tiene patrimonio arqueológico, puede colocar frases e imágenes vinculadas a estos sitios y recomendaciones para su protección y un acercamiento responsable.

- **Si vive en un destino donde antes existían industrias o producciones económicas significativas, incorpore este patrimonio en sus recuerdos (llaveros, imanes, postales)**

Si vende souvenirs en Arica, un motivo interesante para diseñar souvenirs es el tren de Arica - La Paz. Comerciantes y turistas, incluso muchos que venían desde lejos solo para subir al tren -porque el recorrido era algo que valía la pena conocer en sí mismo, más que Arica, más que La Paz, aseguran ex viajeros-, vivían la experiencia del tren extremo de montaña. Algunos con frío y alguna incomodidad, pero igualmente un imperdible para los aventureros. Otros disfrutaban de los lujos del Tren Dorado que corrió alguna vez: coche dormitorio, salón, comedor y videobar, donde testigos aclaran que el alcohol nunca fue problema porque en altura apenas emborrachaba..

- **Equipe un espacio para sus visitantes, en el que puedan aprender de usted y de sus productos.**

Motíuelos a tejer un telar, a hilar la lana natural. Acá podrán sacarse fotografías y tener un lindo recuerdo que mostrar a sus conocidos. ¡Es publicidad gratis!



Si tiene un alojamiento turístico:

- **Reemplace los números de habitación por nombres de poetas, hitos geográficos o flora y fauna local. Puede ser difícil al principio, pero verá que esto le puede dar más carácter a su local.**

Si usted tiene un alojamiento turístico en Arica, puede reemplazar los números de las habitaciones por nombres de culturas prehispánicas. Aunque el norte grande, con la presencia del desierto de Atacama, es una de las tierras más áridas del mundo, ha sido habitada durante unos 11.000 años. Culturas como los chinchorros, aymara e incas son algunos de los protagonistas de un rico legado cultural.

- **Organice estadias especiales en las que pueda tematizar de acuerdo a las características de sus clientes.**

Promocionar un “fin de semana de piratas” en temporada baja puede ayudarle a captar demanda de visitantes interesados en conocer la historia de piratas y corsarios que recorrieron las costas de Arica. Trabaje asociativamente con tour operadores para ofrecer diferentes opciones donde la historia local sea el producto estrella.

- **¿Por qué no colocar en la recepción un pizarrón, en el que día a día escriba una experiencia distinta?**

Todos los relatos sugieren distintas experiencias turísticas. Una manera de informar, y extender la visita de sus huéspedes es escribir opciones de visita que no necesariamente sean muy conocidas.

- **Si tiene un alojamiento turístico y vive en un destino que es reconocido por sus artesanías, incorpórelas en su empresa.**

Un aguayo o una bajada de lana natural hacen la diferencia. Sea creativo. Una pieza decorada con artesanía local es mucho más acogedora que una habitación decorada con productos “hecho en”.



Si tiene un operador local o una agencia de viajes:

- **Coloque un mapa mural, con alternativas de experiencias en cada atractivo turístico y un calendario de eventos.**

Escoja las experiencias turísticas de los distintos relatos que usted puede ofrecer como tour operador. Ubíquelas en un mapa y pídale a sus clientes que compartan sus fotografías una vez finalizado los servicios. Colóquelas alrededor del mapa mural. Verá que se convertirá en un punto de detención obligado de su local.

- **Haga de sus rutas algo memorable y no solamente paradas para sacar fotografías.**

El propósito de una ruta no sólo es dinamizar económicamente un territorio a través de la oferta de productos y servicios turísticos, sino también crear una experiencia memorable en el turista que le permita descubrir un destino a través de sus atractivos, y conocer los elementos que componen la identidad cultural, natural y simbólica de un territorio a través de un recorrido coherente.

Una manera de definir y enriquecer la experiencia de una ruta, es la incorporación de relatos turísticos. Muchas veces, la ruta turística es la encargada de unir a través del recorrido los distintos atractivos que se desprenden del relato. Por ejemplo, cuando tenemos un relato sobre el origen de un plato tradicional costero, una ruta turística puede unir distintos atractivos como un mirador costero, una playa en particular donde se extraigan productos del mar, una caleta y una cocinería que prepare el plato.

- **Si ofrece box lunch en sus tours, incorpore productos y recetas locales. Reemplace la barra de cereal industrial por alimentos típicos del destino.**

Puede incorporar frutos de los valles de Arica. Ya es milagroso que haya valles fértiles en el desierto, pero más lo es que ahí crezcan frutos subtropicales, frescos y variados en formas y colores. Aunque de suelos arenosos y ricos en boro y arsénico, los valles de Lluta, Azapa, Chaca y Camarones cuentan con algo de suelo apto para el cultivo. Es poco, pero más que suficiente para la producción de frutos subtropicales como plátanos, guayabas, mangos, chirimoya, papaya, pepino dulce, entre otros.

- **Conviértase en el operador local que ofrece experiencias memorables.**

Hace algunos años la Fundación Altiplano empezó un ambicioso plan de restauración de 31 templos andinos construidos a partir del siglo XVI en torno a la Ruta de la Plata. Además de la restauración crearon la Ruta de las Misiones, con programas de turismo personalizados, para conocer las iglesias de lugares como Codpa, Belén, Esquiña, Guañacagua y Socoroma, junto a atractivos como el Parque Nacional Lauca y el Lago Chungará.

¡No olvide!

Incorporar los cambios en sus canales de comunicación, ya que permitirán captar la atención de nuestros clientes:

- Incluya en su página web, los relatos que están vinculados a su empresa o destino turístico. Si se entusiasma, escriba los relatos de su familia y publíquelos en su web.
- Renueve sus fotografías y videos, contándoles a sus clientes las nuevas experiencias que pueden vivir en su empresa y destino. Refuerce sus propuestas con correos electrónicos antes de fechas importantes como feriados y temporadas de vacaciones.
- Genere nuevos contenidos para sus cuentas de twitter o instagram. Cuente relatos cortos, que enganchen a sus clientes.

Empoderar a sus trabajadores con estos nuevos relatos. Por esto:

- Transfiera a sus trabajadores los relatos, identifique con ellos los temas más significativos y motíelos a contar estas historias a sus clientes. Por ejemplo, al momento de tomar una orden de algún plato, que cuenten la historia de ese producto o receta.
- Si alguno de sus trabajadores tiene dotes actoriales, puede disfrazarse o vestirse de época y contar un relato a los clientes. La idea es generar un espacio emotivo, lúdico, que comunique lo que antiguamente se vivió en el destino.



5. *Evaluar y medir con los clientes.*

Todo cambio conlleva comentarios de nuestros clientes. Por esto es muy importante conversar con ellos, identificando qué les pareció, si cumple con sus expectativas y si nos recomendarían.

No se requiere elaborar encuestas complejas. Al comienzo, acérquese a conversar con sus clientes, cuénteles por qué hace los cambios y pregúnteles que podría mejorar. Ya cuando tenga más recursos y tiempo, le sugerimos utilizar las redes sociales como tripadvisor, que disponen de recursos para ser evaluados por los clientes.

Cuando tenga todos los comentarios, analícelos. Identifique cómo puede superar los obstáculos considerando su realidad como empresa. Si los comentarios apuntan a cambios importantes, acérquese a una institución de fomento productivo para ser asesorado y postular a un fondo concursable.

Responda las evaluaciones. Es muy grato como cliente, haber propuesto un cambio y ver que con esfuerzo y ganas se llevó a cabo.



¿Cómo puedo escribir/contar mis relatos turísticos?

De acuerdo a nuestra experiencia, los relatos constituyen una herramienta relevante en el turismo, sólo cuando son reconocidos por la comunidad como propios. Diseñar relatos sin la participación de los residentes de dicho destino, llevará ciertamente a un trabajo estéril, que puede ser de utilidad en un inicio, pero que no resultará coherente con los patrones culturales del territorio a visitar. Un relato construido participativamente tiene mayores posibilidades de convertirse en una buena historia, que hará más fácil contarlas a los visitantes del destino.

Proponemos los siguientes pasos para construir un relato turístico:

Pasos para construir un relato turístico



Paso 1 Localizar

El primer paso es delimitar el área o zona en la cual se desarrollará el relato. ¿Es una historia familiar o son hechos que sucedieron en la localidad y comuna? Este elemento es clave para definir el alcance del relato, como también si debemos vincularnos con otras personas para construirlo.

Paso 2 Investigar

Recuerde que no todos los temas son relevantes para los visitantes, es decir no todas nuestras historias sirven para el turismo. Se considera que un tema puede servir para el turismo cuando:

- Hace del producto, servicio o destino algo particular y auténtico.
- Puede motivar el traslado o visita de las personas

Usted puede investigar de dos formas. La primera es conversar con personas que hayan estado involucradas con los hechos o que tengan mucho conocimiento de estos. Los bibliotecarios, profesores, dirigentes locales, en fin, personas que tengan un fuerte vínculo con la comunidad pueden ser grandes aportes para construir sus relatos.

La otra alternativa es investigar a través de fotografías, libros, mapas, plataformas electrónicas, videos, etc. Es muy importante comparar la información, ya que cada recurso contendrá datos que pueden no concordar.

Recuerde que también puede utilizar la guía de relatos turísticos (que se descarga en www.relatosturisticos.cl), para identificar temas que sean de interés y que se pueden transformar en nuevo relatos al incorporar sus experiencias personales.

Paso 3 Conversar

Una vez que usted dispone de los contenidos para su relato, le sugerimos conversarlos con miembros de su familia o comunidad, dependiendo su alcance. Intente conversar con personas de la localidad que tengan conocimientos, saberes o experiencia en el territorio. No necesariamente deben ser profesionales, pueden ser cultores populares, artesanos, miembros de organizaciones locales de base, etc.

¿Por qué es importante conversar nuestras propuestas? Debemos discutir nuestras ideas ya que pueden no reflejar el patrimonio cultural y natural que interesa a la comunidad para poner en valor turísticamente, pudiendo ser eliminado o modificado. Además, hay información que no se encuentra disponible, por lo que conversar nos dará a luces sobre el enfoque desde donde conviene abordar el relato, permitirá aclarar dudas y aportará a que nuestro relato entregue información vigente y novedosa.

Cuando conversemos nuestra propuesta, es importante discutir si ella:

- Permite vincular a la comunidad local con los visitantes.
- Son auténticas y reflejan las prácticas culturales de una comunidad.
- Pueden ser compartidas con los visitantes.
- Si tienen la capacidad de transmitir un mensaje, valores y emociones al visitante.
- Responden a las necesidades de los visitantes.

Paso 4 Comunicar

Si usted opta por escribir sus relatos, recuerde que el relato debe favorecer un vínculo cercano entre el lector y el tema sobre el que se escribe, para lo que sugerimos las siguientes recomendaciones:

- El relato debiera agregar valor al tema de interés turístico, ya sea con la entrega de información nueva o con apoyo a la interpretación de temas redactados en lenguaje académico que no son de comprensión universal. Si el texto no va a aportar a lo que ya está disponible, no vale la pena escribirlo.

- Los viajeros tienen distintos oficios, edades e intereses. Nunca se debe suponer que el lector conoce el tema sobre el que se escribe y por lo tanto no se debe usar tecnicismos ni omitir información por muy obvia que parezca. Si fuera necesario, se debe explicar el concepto.

- Usar lenguaje simple permite una lectura fluida. Palabras complicadas o frases pretenciosas alejan al lector. Un buen ejercicio es intentar no usar palabras que uno no ocuparía al hablar, o imaginar que se le está contando la historia a alguien que no tiene idea del tema.

- Que el relato sea liviano no quiere decir que pueda ser poco riguroso. Desinformar en turismo es igual de grave que en ciencia, leyes u otros rubros, por lo tanto, se debe usar fuentes oficiales y ante cualquier duda, verificar con un experto validado en el tiempo.

- El relato debe contar una historia; un texto que solo informa es aburrido.

- El relato debe tener una estructura clara con introducción, desarrollo y conclusión. Antes de empezar a escribir, ayuda mucho hacer un esquema con el hilo conductor que seguirá el texto.

- Es más fácil escribir un borrador y después editarlo, que esperar a que un párrafo esté perfecto para seguir al próximo.

- Un mismo tema se puede abordar desde distintas miradas. Se recomienda elegir un concepto -algo así como el “nombre de la película”- y usarlo como guía al escribir el relato. Por lo general ese concepto se ve reflejado en el título y cuando el relato se empieza a dispersar o abrirse mucho a generalidades, una buena ayuda para volver a la idea principal es recordar el título.

- Evitar el uso de adjetivos. Por ejemplo, en vez de escribir que un “bosque es impactante”, es mejor describir la altura, forma y color de sus árboles para que el lector por sí mismo entienda ese impacto.

- Considerar los aspectos naturales y culturales del tema. Por ejemplo, si el tema principal es sobre naturaleza, de todas formas, hay contenidos culturales asociados que ayudan a que el relato sea más cercano. Lo mismo para temas culturales, siempre asociados a un paisaje o ambiente determinado.

- Explique el origen y el significado de los nombres propios de los lugares. En internet podrá encontrar varios recursos que puede descargar, pero aconsejamos consultar también a personas de la localidad.

- No repetir palabras. Se puede buscar sinónimos en <http://www.wordreference.com/sinonimos/>

- Ante cualquier duda de ortografía revisar el Diccionario de la lengua española.
<http://www.rae.es>



Si usted
opta
por contar
sus relatos,
sugerimos
las siguientes
recomendaciones:

- Comunique sus historias con pasión, sin exagerar, intentando ser honesto en lo que se comunica. Establezca sus puntos de vista, sin caer en una “verdad absoluta”.
- Use un lenguaje sencillo, un tono natural e informal, y si se decide por ocupar recursos humorísticos recuerde que estos no deben molestar a sus clientes.
- Apóyese con fotografías, mapas, objetos. Atraiga los sentidos de las personas que lo escuchan con recursos claves, pero no base su relato en la exposición de estos objetos.
- Intente mostrar el destino a los visitantes: mientras más opciones de experiencias pueda comunicar, estos visitantes podrán extender su visita en el destino y, por ende, realizar más gastos en empresas locales.
- Recuerde que, al momento de narrar su relato, este debe tener un buen comienzo, un desarrollo que entregue contenidos y un final memorable.

Recuerde

*Nada vuelve a ser lo mismo
a la vuelta de un buen viaje.
Nuevas formas de ver la vida
y una sabiduría especial
para entenderla es la recompensa
de quien mientras recorría
pudo observar más allá de lo que veía
a simple vista.*

*Para llegar a esa experiencia
ayuda entender el origen y significado
de lo que se está conociendo;
cada comida, caminata, paisaje,
construcción, celebración y por supuesto
cada comunidad,
lleva detrás una historia que vale la
pena escuchar.*



Compartiendo los relatos turísticos con mis clientes

En el marco del proyecto Diseño de experiencias memorables en el borde costero de Arica y Parinacota (Código 16BPER- 66848), financiado por Corfo con su línea de Bienes Públicos Estratégicos Regionales para la Competitividad, ejecutado por la Universidad Central de Chile y apoyado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el Servicio Nacional de Turismo y el Programa Transforma Turismo Activo y de Naturaleza en Entornos Patrimoniales, se escribieron relatos para el destino turístico de Arica y Camarones.

Estos relatos turísticos son historias simples, para que todos sin necesidad de ser grandes científicos o eruditos puedan comprender el territorio de una forma profunda y reveladora.

Antes de escribir fuimos a la biblioteca y revisamos más de cien libros hasta encontrar los temas de historia, arqueología, naturaleza y otros de interés turístico para Arica y Camarones. Después las comunidades involucradas eligieron los temas definitivos y también el mensaje que querían transmitir a los viajeros.

Para entender mejor de estos temas entrevistamos a expertos de la región y con buena bibliografía y testimonios empezamos a escribir con especial cuidado en usar un lenguaje simple que cualquiera, sin importar origen, oficio ni edad, pudiera entender fácilmente. Una vez terminados, la comunidad entregó sus observaciones, corregimos y el trabajo final se puede descargar en www.relatosturisticos.cl

En este sitio web encontrará:

- Mapas que facilitan el desplazamiento en el destino con distintos ejes temáticos.
- Fichas que presentan un resumen del relato y sus experiencias asociadas.
- Guía de experiencias que reúnen la totalidad de los relatos redactados.

Todo este material se puede imprimir en hoja carta, en blanco /negro o a color y está pensado para entregar a sus clientes.

Nuestro patrimonio es nuestro principal atractivo turístico, debemos cuidarlo y difundirlo con respeto.

Un destino turístico que respeta su patrimonio cultural y natural es un destino a visitar.

www.relatosturisticos.cl