



ISSN 1988-5261

Vol 8, Nº 19 (diciembre / dezembro 2015)

DISCURSOS SUSTENTABLES: RED SEMÁNTICA DE LA SUSTENTABILIDAD DE LOS ACTORES DEL TURISMO EN LA COMUNA DE COYHAIQUE

Francisco Alejandro Carmona Loyola¹

Candidato a Magister en Investigación Social y Desarrollo, Universidad de Concepción, Chile. E-mail: francisco.carmona.l@gmail.com

Resumen

Desde que en 1987 la ONU integró la noción de desarrollo sustentable en el Informe Brundtland, la popularidad del calificativo de “sustentable” ha ido en creciente aumento y masificación a tal punto que a pocos años de su nacimiento ya había comenzado a perder sentido. Así, el término “sustentabilidad” puede ser utilizado para significar casi cualquier concepto o ideal que uno desee, lo que constituye parte de su atractivo. Esta polisemia (coexistencia de significados) es particularmente evidente en el sector del turismo, pues refleja un conjunto de ideales -en principio- relacionados con la protección de las comunidades de acogida, pero que en la práctica indudablemente son muy ambiguos. La sustentabilidad en el turismo surge como una necesidad de las comunidades sobreexpuestas al fenómeno turístico, donde no sólo obtienen ciertos beneficios económicos, sino que además experimentan un conjunto de efectos o daños colaterales, como la destrucción del medioambiente o la sobreexposición de la cultura de acogida.

En términos teóricos, delimitar el espacio semántico de un concepto es una forma de operacionalizar la realidad, que permite adentrarnos a significados ocultos o que se encuentran escondidos en la cotidianeidad de las prácticas diarias (el objetivo del trabajo etnográfico). Para evitar los reduccionismos, y en lugar de buscar un significado unívoco para cada concepto, es necesario buscar, interpretar y construir significados localmente situados; es decir, acotar adecuadamente los límites de la investigación –o la muestra- y rescatar la postura de los actores. El gran desafío, por lo tanto, es adentrarse a la visión del otro y reflexionar sobre sus historias de vida y formas de pensar el día a día del turismo.

En este contexto, este artículo presenta una investigación sobre turismo y sustentabilidad realizada en la Comuna de Coyhaique (Chile) durante el año 2014. La metodología empleada para este trabajo siguió un enfoque cualitativo de redes semánticas y técnicas etnográficas para identificar e interpretar los significados que atribuyen los actores relevantes del turismo de la comuna de Coyhaique al concepto de sustentabilidad. Más allá de una mera descripción, el

¹ Traductor Inglés al Español, Francés al Español y Español al inglés. Bachiller en Idiomas Extranjeros. Licenciado en Traductología. Candidato a Magister en Investigación Social y Desarrollo. Universidad de Concepción. Docente Escuela Americana de Traducción e Interpretación (Eatri), Santiago.

objetivo de esta investigación fue rescatar efectivamente los significados y posturas sobre la sustentabilidad desde los propios actores del turismo; es decir, una forma localmente situada de interpretar el fenómeno turístico, en general, y el concepto de sustentabilidad, en particular.

A pesar de que los aspectos medioambientales fueron un punto de partida en esta investigación, los principales resultados y conclusiones se relacionaron además con sólidas dimensiones culturales, económicas y políticas. Estos elementos dan cuenta de la diversidad de significados del concepto en el ámbito turístico de Coyhaique, pero además reflejan los desafíos actuales –y locales- del territorio. Otro hallazgo importante fue que el turismo va más allá del propio turismo, pues uno de los elementos más concretos que se rescataron fue la relación entre el habitante y el visitante, y la relación entre ambos y el medioambiente. A pesar de que la sustentabilidad del turismo a nivel teórico nos permite identificar grandes desafíos en esta materia, es necesario rescatar el imaginario y los supuestos que condicionan esta actividad de servicios. De estos resultados se desprende que no podemos pensar el turismo o la sustentabilidad sin la historia y diario vivir de los propios habitantes ni avanzar en materia turística sin considerar la cultura de acogida.

Palabras clave: Sustentabilidad - Turismo - Red Semántica - Etnografía - Coyhaique – Polisemia - Significados.

Abstract

Since the UN included the concept of sustainable development in the Brundtland Report in 1987, this notion has progressively gained popularity and spreading to the point that a few years after its appearance started to lose sense. In this way, the term “sustainable” is used to mean almost any concept or aspiration, which is part of its attraction. This polysemy (coexistence of meanings) is particularly clear in the tourism sector, since it shows a number of ideals relating to the protection of host communities; however, this approach in the practice is undoubtedly more ambiguous. The concept of sustainability in the area of tourism rises as a need for communities which have been overexposed to tourism effects, where rather than experiencing only certain economic benefits, they suffer a number of collateral damages and effects, such as the destruction of environment or the overexposure of host cultures.

From a theoretical approach, defining the semantic space of a concept involves operationalizing reality, which allow us reveal meanings hiding in day-to-day practices (the objective of ethnography). In order to avoid reductionisms, and rather than looking for an exclusive meaning for each concept, it is essential to search, interpret and construct meanings locally situated; in other words, to clearly define the research limits –sample- and to rescue the actors' perspectives. The main challenge, therefore, is to go into detail about the vision of the others and to reflect on the history of their lives and ways of thinking tourism on a daily basis.

In this context, this article presents a study about tourism and sustainability carried out in the Commune of Coyhaique (Chile) during 2014. The methodology follows a qualitative approach of semantic networks with ethnographic techniques in order to interpret the meanings that the relevant actors of tourism in the commune of Coyhaique attribute to the concept of sustainability. Beyond a mere description, the objective of this study was to effectively rescue the meanings and attitudes about sustainability from the perspective of the tourism actors; in other words, a locally situated manner of interpreting the touristic phenomenon, in general, and the concept of sustainability, in particular.

Although environmental elements were the starting point of this research, main findings and results revealed strong cultural, economic and political dimensions. Such elements acknowledge a wide range of meanings of the concept of sustainability in the tourism sector in Coyhaique, but also reflect the current –and local- challenges of the territory.

Another important finding was that the tourism phenomenon trespass the frontiers of tourism, since one of the central elements was the relation between visitants and locales, and their relationship with environment. Although the theoretical concept of sustainability in tourism allow us to identify major development challenges, it is necessary to gather the imaginary and assumptions that influence this service activity. Results show that we cannot think tourism or sustainability without considering history and day-to-day life of local populations nor advance in tourism practices without including variables related to host-cultures.

Key Words: Sustainability - Tourism - Semantic Network - Ethnography – Coyhaique – Polysemy - Meanings.

INTRODUCCIÓN

Este artículo se basa en una investigación desarrollada en la Comuna de Coyhaique, Chile, durante el año 2014 sobre turismo y los significados que atribuyen los actores al concepto de sustentabilidad².

La inquietud y la motivación fundamentales para realizar una investigación sobre los significados de la sustentabilidad en el ámbito del turismo es comprender de mejor manera el fenómeno turístico a través de la concepción de los propios actores y, para ello, rescatar las significaciones locales de la noción de sustentabilidad.

Actualmente, existe una cantidad sorprendente de investigaciones que abordan la sustentabilidad desde los más diversos aspectos, desde estudios que buscan medirla a través de complejos indicadores en las dimensiones tradicionales (económica, social, ambiental, etc.) y emergentes (género, urbanismo, etc.) hasta investigaciones centradas en prácticas y relaciones locales.

Esta investigación se justificó en la problemática de sistematizar o identificar los componentes de las diversas definiciones de la sustentabilidad y sus respectivas dimensiones (y énfasis de los actores), pues debido a su uso cotidiano, masificación y generalización, este término actualmente acarrea un conjunto extraordinario de significados, que podría calificarse como “hiperpolisemia”. En términos teóricos esto genera algunas ambigüedades e incluso pérdida de su carga semántica o banalización de significación; sin embargo, en lo cotidiano, refleja una riqueza semántica de nuevos significados que se van construyendo en torno a un término. Esto sin lugar a dudas debe considerarse al momento de estudiar el fenómeno turístico como hecho sociocultural y, además, constituye una perspectiva para comprender las relaciones y la cosmovisión de los propios actores.

Una de las bases de esta propuesta de investigación fue que debido a fenómenos socioculturales, lingüísticos y aspectos propios de la evolución de un significante no es posible establecer una definición unívoca y universal de la sustentabilidad; sin embargo, una de las formas de abordar este fenómeno es identificar las definiciones o componentes que entregan los propios actores involucrados desde lo local. De esta manera, se pretende recoger y recobrar el significado de la sustentabilidad en un área de servicios que está en constante ascenso en Chile.

² Esta investigación se realizó en el marco de la tesis “*Discursos Sustentables: Red semántica de la sustentabilidad de los actores del turismo en la comuna de Coyhaique*” para optar al grado de Magister en Investigación Social y Desarrollo en la Universidad de Concepción, Chile, dirigida por la Doctora Noelia Carrasco Henríquez.

Se seleccionó el área del turismo debido a la expansión que ha tenido en las últimas décadas como vector de desarrollo local y, particularmente, por el posicionamiento de la sustentabilidad como eje central de esta área de servicios, tanto por parte de Sernatur (Servicio Nacional de Turismo de Chile) como diversas entidades que trabajan a nivel local en la protección del medioambiente y las comunidades de acogida. Es interesante mencionar que actualmente en Chile tanto Sernatur como otras entidades públicas y privadas promueven y destacan la sustentabilidad como un pilar esencial de las prácticas.

En términos prácticos, identificar los diversos aspectos de esta noción permitió establecer las dimensiones y tópicos que los actores consideraron como más relevantes y, en consecuencia, ayudó a establecer significados locales y situados de la sustentabilidad del turismo en la comuna de Coyhaique.

La línea de investigación que se escogió para realizar este estudio es el enfoque interpretativo de redes semánticas, ya que esta forma de investigación se beneficia especialmente de la fortaleza descriptiva de las representaciones y de su capacidad para explorar el tipo de relaciones semánticas entre conceptos y, por ende, ayuda a comprender cómo los actores trazan los significados y cómo se agrupan en torno a estos.

La utilidad científica de esta investigación, en consecuencia, es aportar al debate sobre las diversas posturas existentes con respecto a un fenómeno y contribuir a las formas de definir el perfil de los actores y sus relaciones en base a sus discursos. Es preciso señalar, además, que trazar un mapa de los significados evocados por los actores ayudaría a enriquecer la literatura científica tanto en términos de métodos empleados como de técnicas.

Finalmente, las preguntas que esta investigación pretende responder son: ¿Qué significados atribuyen los actores relevantes del turismo de la comuna de Coyhaique al concepto de sustentabilidad? y ¿En qué medida dichos significados inciden en la gestión del turismo en el territorio?

1. Lenguaje y significados

“La cultura es pública porque la significación lo es” (Geertz, 2003:21)

El estudio del lenguaje desde las últimas décadas no se centra en un conjunto de signos abstractos cuya finalidad es sólo la comunicación entre personas, sino que el foco está puesto en el lenguaje como fenómeno psicológico, social, cultural, sin que estas perspectivas sean excluyentes. Así, Luckman (1984:14) propone que “el lenguaje se origina en la evolución de la humanidad y en la vida de todo ser humano, dentro de una particular forma de interacción social, a saber, en actos de comunicación social. En términos generales, es esto lo que define la relación entre el lenguaje y la sociedad”.

Si bien la conciencia del carácter social del lenguaje es antigua, no puede decirse lo mismo del estudio sistemático del lenguaje en la sociedad (Luckmann, 1984:6). A inicios del siglo XX y explícitamente influenciado por la definición de hecho social de Durkheim, Meillet (1904) afirmaba que “una lengua existe en forma independiente de cada uno de los individuos que la hablan, y aunque no posea realidad alguna fuera de la suma de esos individuos, resulta, sin embargo, en virtud de su generalidad, exterior a cada uno de ellos; lo muestra el hecho de que no depende de ninguno la facultad de cambiarla y de que toda desviación individual provoca una reacción”. Esta proposición nos ayuda a comprender la relación que existe entre el hablante y la lengua y permite superar los antiguos debates sobre si la lengua es sólo un proceso mental subjetivo o está condicionado exclusivamente por la estructura. En la propuesta

de Meillet se aprecia de manera precisa una relación dialéctica, o un diálogo, que podría denominarse como la base del fenómeno lingüístico. Sin embargo, el lenguaje es mucho más que una interacción o un diálogo entre el hombre y la sociedad.

Luckman (1984:14) propone que “las lenguas son el motor y el alma de los acopios sociales de conocimientos. Son medios no solamente de ‘mirar’ la realidad, sino que también de abordarla y así, aunque indirectamente, medios de crearla”. Aquí se asocian dos propiedades fundamentales al lenguaje: motor de conocimiento y forma de registrarlo.

Según Lévi-Strauss (1971:134), “el lenguaje se me manifiesta como el hecho cultural por excelencia, y esto por varias razones; en primer lugar, porque el lenguaje es una parte de la cultura, una de esas actitudes o hábitos que recibimos de la tradición externa; en segundo lugar, porque el lenguaje es el instrumento esencial, el medio privilegiado por el cual asimilamos la cultura de nuestro grupo”. Esta perspectiva también es sostenida por el teórico de la traductología Eugene Nida (1999), quien afirma que lengua y cultura son inseparables. Además, “la propia cultura podría describirse como una red de signos. Así, la cultura es una construcción colectiva que se reconstruye o coconstruye por cada nuevo participante” (Cunningham, 2006:573).

Observaremos, por lo tanto, que estos aspectos del lenguaje como fenómeno social y mecanismo de asimilación de cultura son particularmente pertinentes para la delimitación o definición de significados, pues además de su naturaleza lingüística, están arraigados al conjunto de interrelaciones de un grupo o personas que se desarrollan en el diario vivir. “Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considera que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (Geertz, 2003:20). En este contexto, se abordará y debatirá en el siguiente apartado la construcción de “significado” que se empleará en esta investigación.

1.1 Significados, signo Lingüístico y usos del Lenguaje

Dewey y Bentley (1949:297) afirman que “la palabra ‘significado’ es tan confusa que es mejor nunca utilizarla”, lo cual refleja de manera un tanto irrisoria la complejidad de establecer una definición del término “significado”. La primera dificultad de establecer un significado del término “significado” se puede ilustrar con una frase atribuida a san Agustín: “Si no me preguntan por lo que es el Tiempo, me parece que lo sé, pero si me preguntan qué es el Tiempo, ya no lo sé” (García, 1990:27). Evidentemente, todos sabemos lo que es un significado, pero al momento de operacionalizarlo o definirlo surgen una gran cantidad de dudas.

El interés por establecer un significado no es sólo un interés u objeto de estudio de la lingüística, pues como afirma Cunningham (2006), los intentos por definir o construir una explicación teórica con respecto al significado también se encuentra en las artes, las ciencias y humanidades. Aquí creo que es obligatorio integrar, además, la búsqueda de significados en la vida cotidiana; que precisamente es el trabajo de la etnografía.

En el diario vivir buscamos y construimos significados en todos los contextos que nos desenvolvemos: familiares, educacionales, laborales, entre tantos otros. Cuando el niño pregunta sobre el significado de la palabra “sinceridad” por lo general no recibe una respuesta del tipo, “*sencillez, veracidad, modo de expresarse libre de fingimiento*” (RAE, 2014), sino que una explicación del valor de la sinceridad que comúnmente se acompaña con un ejemplo. Aquí, por lo tanto, la búsqueda del significado del niño propicia la interiorización de elementos

valóricos y socioculturales (proceso de socialización primaria³) a través del lenguaje. Indudablemente, esta es una de las tantas formas en que ocurre este proceso en la experiencia de vida de una persona y hay tantos ejemplos como situaciones se pueden dar.

Esta búsqueda cotidiana por el significado no ocurre sólo en un plano individual, sino que también en el marco de coyunturas políticas, sociales o legislativas (por solo nombrar algunas). En el caso de Chile, podemos ejemplificar este fenómeno a través del amplio debate que existe con respecto a cómo se define la “vida” o el “momento de la concepción” en el marco de los debates legislativos en torno a la píldora del día después y el aborto. Por lo tanto, podríamos decir que el establecer un significado también es una forma de acotar y especificar una porción de la realidad de acuerdo a una necesidad y, además, como afirma Traugott (2006), según la preferencia de un grupo de interés particular. En este contexto, el reconocimiento de significados puede considerarse una propiedad inherente al ser humano y que constituye (o va conformando) la trama cultural a la que pertenecen.

A través de ambos ejemplos quedan más claras las dimensiones social y cultural del lenguaje presentadas en la sección anterior, pero además aparece una diversidad de posibilidades para establecer un significado y una definición de un determinado fenómeno o término. Es importante entonces señalar que no todas las asociaciones de un objeto son relevante *a priori* para establecer un significado (Martin, 2006), pues éstas dependen en gran medida en el corte de la realidad que se esté analizando.

Uno de los primeros autores que surge al hablar de significados es el filósofo Gottlob Frège, quien plantea la distinción de significado como “referencia” y significado como “sentido”. Uno de sus más conocidos ejemplos para ilustrar esta dualidad es que la expresión “Lucero del Alba” (*Phosphorus*) y “Lucero del Atardecer” (*Hesperus*) se refieren al mismo cuerpo celeste (Venus), pero con un *sentido* diferente. Siguiendo esta línea, Cunningham plantea que “el significado como referencia propone una identidad, mientras que el significado como sentido propone una interpretación” (2006:566). Esto cobra un especial valor para esta investigación que intenta describir los significados de la sustentabilidad de los actores del turismo de la Comuna de Coyhaique, pues permite afinar la línea interpretativa en que se buscará dicho significado.

En el ejemplo anterior podemos observar que existen dos términos (*Phosphorus* y *Hesperus*) para referirse a un mismo objeto (Venus). Esta amalgama entre término y objeto es lo que se denomina el signo lingüístico. A este respecto, Saussure (1945:86) afirma que “lo que el signo lingüístico une no es una cosa y un nombre, sino un concepto y una imagen acústica. La imagen acústica no es el sonido material, cosa puramente física, sino su huella psíquica, la representación que de él nos da el testimonio de nuestros sentidos; esa imagen es sensorial, y si llegamos a llamarla «material» es solamente en este sentido y por oposición al otro término de la asociación, el concepto, generalmente más abstracto”. El mismo autor denomina la imagen acústica como significante y el concepto como significado. En términos más sencillos el significante es el dato sensible, mientras que el significado es la representación mental.

Antes de continuar es preciso señalar que el signo lingüístico como base del lenguaje no es un elemento estático o inmutable, sino un objeto dinámico y activo, dado que, como afirma Traugott (2006:124), “el lenguaje por sí mismo no cambia, sino que son los hablantes y oyentes quienes utilizan el lenguaje de diferentes manera con el paso del tiempo”.

³ Para más información sobre la relación entre socialización primaria y lenguaje, véase Sánchez (1990)

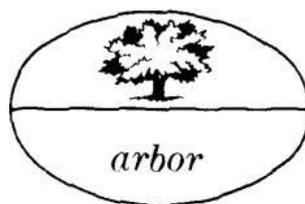


Ilustración 1 - Representación de significado y significante, extraída de Saussure, (1945:92)

A la luz de lo anteriormente expuesto, queda entonces por establecer una manera más precisa para definir un significado. Para esto podemos apoyarnos en los postulados del filósofo austriaco Ludwig Wittgenstein quien sostiene que “el significado de una palabra es su uso en el lenguaje” (2012:61). Revisemos un ejemplo del mismo autor para ilustrar qué es “el uso”.

“Si se dice «Moisés no existió», eso puede significar las cosas más diversas. Puede querer decir: los israelitas no tuvieron sólo un caudillo cuando salieron de Egipto o; su caudillo no se llamaba Moisés o; no existió ninguna persona que haya realizado todo lo que la Biblia relata de Moisés o etc., etc. Según Russell podríamos decir: el nombre «Moisés» puede ser definido mediante diversas descripciones. Por ejemplo, como: «el hombre que condujo a los israelitas a través del desierto», «el hombre que vivió en ese tiempo y en ese lugar y que fue llamado entonces 'Moisés'», «el hombre que de niño fue sacado del Nilo por la hija del Faraón», etc. Y según asumamos una u otra definición la proposición «Moisés existió» recibe un sentido distinto y lo mismo toda otra proposición que trate de Moisés. Y si se nos dice «N no existió», preguntamos también: « ¿Qué quieres decir? ¿Quieres decir que..., o que..., etc.?» (2012§79). Aquí surge la descripción y caracterización como una forma de comenzar a definir un significado, pero también podemos ver claramente el rol primordial del contexto que veremos en la siguiente sección.

Se escogió esta perspectiva en particular, pues permite trabajar con las materializaciones cotidianas de los usos del lenguaje y, por lo tanto, nos distancia del lenguaje como una mera herramienta de comunicación y facilita el rescate de aspectos individuales, sociales y culturales de los actores del turismo. Por otra parte, como se refleja en el ejemplo anterior, esta línea de investigación se abre a una multiplicidad de significados, lo que indudablemente ayudará a rescatar de manera efectiva la perspectiva de los actores.

A la luz de las definiciones de significado y el foco que se propone con respecto al uso es preciso ahondar en los conceptos de sujeto y contexto, pues se relacionan directamente con la interpretación y la cultura.

1.2 Sujeto y Contexto

“Lo importante no es lo que han hecho de nosotros, sino lo que hacemos con lo que han hecho de nosotros” – Jean Paul Sartre

El concepto de sujeto “rechaza que la acción social de los individuos esté definida de antemano por injerencia de algún determinismo de índole económico, geográfico o cultural; en todo caso, considera que estos factores se encuentran entrelazados en la percepción identitaria del sujeto, y que todos ellos ejercen su influencia en el momento en que éste construye su historicidad” (Llanos et al., 2004:89). El foco de esta postura teórica está puesto en la percepción que el sujeto tiene de la realidad como un “resultado de las interacciones de las que participa en la vida cotidiana”. (Rizo, 2006:268).

Esta perspectiva queda más clara cuando la relacionamos con el lenguaje y la comunicación, pues esta misma autora comenta que “en el proceso de comunicación los sujetos proyectan sus subjetividades y modelos del mundo, interactúan desde sus lugares de construcción de sentido” (Rizo, 2006:268). Desde la perspectiva del sujeto, el énfasis está en la realidad o conocimiento situado (Haraway, 1988) de los actores y, además, en sus interacciones.

Cuando relacionamos al sujeto con el significado, por lo tanto, no lo consideramos como una entidad receptora ni estática que sólo “absorbe” experiencias y estímulos de su entorno (espectador), sino como un ser capaz de comprender e interpretar las diversas experiencias de su diario vivir y producir en base a éstas nuevos significados y experiencias.

Siguiendo esta línea, Cunningham (2006:571) propone que “la tarea de una persona que intenta comprender el significado de un término no es sólo establecer el referente, sino que además contextualizar el sentido en que el referente se está interpretando”. Por esta razón se delimitó el objeto de estudio de esta investigación como “*Los significados que atribuyen los actores relevantes del turismo de la comuna de Coyhaique al concepto de sustentabilidad*”, pues el foco está puesto en los sujetos-actores como intérpretes del concepto de sustentabilidad y, por ende, como medios para acceder al significado. Otro aspecto importante que se introduce con Cunningham es el contexto y para comprenderlo mejor es necesario hablar primero de la naturaleza relacional del lenguaje.

La capacidad de interrelación de los signos permite expresar un determinado significado; en otras palabras, ante la multiplicidad de significados, el “contexto” nos permite percibir e interpretar una idea más específica. Siguiendo esta línea, la importancia del contexto ha sido ampliamente estudiada y se ha llegado incluso a afirmar que “al nombrar una cosa todavía no se ha hecho nada. Esto fue también lo que Frege quiso decir al afirmar que una palabra sólo tiene significado en el contexto de la oración” (Wittgenstein, 2012§49). Este mismo autor afirma que para conocer el significado de una palabra es necesario conocer su “juego de lenguaje”.

Un juego de lenguaje es una forma de representación (Wittgenstein, 2012§50) localizada en una situación determinada (espacio-tiempo) que nos ayuda a incorporar las correspondencias de los términos. La expresión “juego de lenguaje” de Wittgenstein establece que un significado se define a través de su uso, tal como los niños definen un juego a través de un conjunto de reglas, roles y actividades. El contexto, por lo tanto, es un terreno común que permite delimitar y precisar el tejido semántico.

En principio, la lingüística consideraba el contexto como la oración, pero con la evolución de la ciencia se fue expandiendo a un conjunto de elementos más amplios como lo podemos observar en el modelo de comunicación de Shannon y Weaver (1949), donde se presentan elementos como emisor, mensaje, canal, receptor, entre otros. El ejemplo más simple para ilustrar el contexto es el uso de “tú” y “usted” dependiendo del receptor (cortesía-relación asimétrica) o la diferencia entre “resiliencia” en física (propiedad de un objeto) o en psicología (capacidad de adaptación).

Esta también es la base que nos permite extraer o crear significados de agrupaciones de palabras sin conectores o aparente relación. El título de la obra de Lakoff (1987) ejemplifica muy bien este principio: *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*. Otro ejemplo podría ser la diferencia de categorías que genera el contexto con el término “cuchillo”: “no olvide llevar una cantimplora, una carpa y un cuchillo” (herramientas de supervivencia) o “no se permite subir al avión armas de fuego, cuchillos o explosivos” (armas prohibidas).

Para ahondar un poco más en el contexto (fuera del plano material de las palabras) sólo basta con recordar el famoso ejemplo del guiño de Ryle donde plantea la enorme diferencia entre un tic y un guiño. El que guiña el ojo está comunicando algo y comunicándolo de una manera bien precisa y especial: 1) deliberadamente, 2) a alguien en particular, 3) para transmitir un mensaje particular, 4) de conformidad con un código socialmente establecido y 5) sin conocimiento del resto de los circunstantes” (Ryle, citado en Geertz, 2003:21). Esto tiene una fuerte relación con el concepto de juego de lenguaje mencionado anteriormente, pues el guiño varía de acuerdo al uso. Se desprende, por lo tanto, que los sujetos producen significados y generan nuevos códigos, con ello, organizan la realidad en que se encuentran y desenvuelven.

Nuevamente, por lo tanto, aparece el contexto vinculado al lenguaje y a la cultura y especialmente a la interacción con los objetos de nuestro ambiente. "Es importante tener en cuenta que un ser humano puede ser un enigma completo para otro. Nos damos cuenta de esto cuando vamos a un país extranjero de tradiciones completamente extrañas para nosotros; y, lo que es más, aun teniendo dominio de la lengua del país. No comprendemos a la gente. (Y no a causa de no saber lo que esas gentes se dicen unas a otras.) No podemos sentirnos cómodos con ellas". (Wittgenstein, citado en Geertz, 2003:26-27). En este punto es preciso señalar que el lenguaje deja de ser un elemento puramente cognitivo, pues cobra un valor interpretativo que se puede comprender a través de los significados públicos y formas de significar la realidad. Además, esta última cita nos podría llevar a un ejercicio o un principio etnográfico interesante en la medida que debemos pensar que los sujetos de estudio son un enigma para nosotros, aun cuando manejamos un mismo idioma.

1.3 Discurso

En lingüística, el término “discurso” se refiere a una unidad estructural más amplia que una oración (Pearson & Villiers, 2006), cuya relevancia se basa en el significado, pues un conjunto de palabras no necesariamente es una oración. Los mismos autores afirman que el estudio del discurso generalmente se considera un objeto de estudio de la pragmática, pues involucra el uso de oraciones cuando las personas intentan comunicar algún tipo de información. Sin embargo, hablar sobre discurso no es sólo hablar de palabras u oraciones. Tal como se ha presentado con los otros elementos que componen este marco teórico, el discurso también está imbricado en un conjunto de relaciones que permiten acceder al conocimiento y sus posibilidades.

Con respecto al análisis de discurso Orlandi (2012:22) plantea éste “no trabaja con la lengua como un sistema abstracto, sino con la lengua en el mundo, con maneras de significar, con hombres hablando, que consideran la producción de sentidos como parte de sus vidas, ya sea como sujetos o como miembros de una determinada sociedad”. De esta manera el lenguaje es “humanizado” y el hablante toma un rol central en la interpretación y análisis, considerando las diversas formas y medios de expresión como válidos, aun cuando éstos no se ajusten al lenguaje prescriptivo (norma). Este último aspecto es central en los estudios sociolingüísticos porque los “errores” de uso del lenguaje o construcciones que no siguen la norma pueden ofrecer características muy particulares de los hablantes⁴. Sin lugar a dudas, esto nos lleva a adentrarnos en visiones alejadas del discurso oficial y también promueve una interpretación cotidiana de los discursos.

⁴ Por ejemplo, el uso del condicional en prótasis en lugar de subjuntivo: “Si habríamos* llegado más temprano...” en lugar de “si hubiésemos”. O la hipercorrección “Collado” en lugar de “Collao”. Según, Virkel (2000:231) “el uso del tiempo verbal condicional en lugar del pretérito imperfecto de subjuntivo en las prótasis de oraciones condicionales es un fenómeno que se enmarca especialmente entre los niveles socioeducacionales más bajos”.

Según Foucault, el discurso es un área relativamente bien delimitada de conocimiento históricamente específico que determina lo que un ser humano puede o podría llegar a ser. (McHoul, 2006). En otras palabras, en un determinado periodo histórico podemos escribir, hablar o pensar sobre un objeto o práctica social específica de una manera particular y no de otra (McHoul, 2006). En este contexto, el estudio del discurso nos lleva a precisar formas o tramas de conocimiento enfatizando los aspectos culturales e históricos de un determinado elemento de la realidad. Es importante integrar este elemento a la presente investigación, pues permite no sólo situar a los actores en un contexto histórico (y respectivas formas de significar), sino que además nos permite considerar aspectos ideológicos e identitarios.

Con respecto a este último aspecto, según Pecheux (1975), no hay discurso sin sujeto y no hay sujeto sin ideología y es de esta forma que la lengua tiene sentido. Este aspecto es central, pues nos lleva a ver más allá de las palabras y permite acceder a la “trastienda” de la sustentabilidad; en otras palabras, permite identificar el sistema o trama ideológica que se esconde tras el empleo de este concepto. Sin ir más lejos, este tipo de análisis permite interpretar e identificar perspectivas más profundas, precisas y ramificadas que a menudo se encuentran limitadas (o vagamente explicadas) en las extensas y ambiguas dimensiones tradicionales: económico, político, social, cultural, etc. Una gran crítica que aquí surge es pensar que con solo decir “eso es cultural” ya se explicó todo un fenómeno. Realizo esta acotación, pues yo también emplearé las dimensiones tradicionales, pero estarán construidas desde abajo y la utilidad es simplemente dar algo de estructura a los significados que presenten los actores.

Para finalizar esta sección es necesario mencionar que el discurso es un elemento material y tangible, por lo que es posible detallarlo, describirlo y, por ende, interpretarlo. Así, el análisis de discurso, según Orlandi (2012:26), posee principalmente tres filiaciones teóricas: “lingüística, no transparencia del lenguaje (noción de sujeto y situación); materialismo histórico, la historia tiene su real afectado por lo simbólico (los hechos reclaman sentidos); psicoanálisis, sujeto es afectado por lo real de la lengua y de la historia por lo que no tiene control sobre el modo en que éstos lo afectan (sujeto discursivo funciona por el inconsciente y por la ideología)”.

A la luz de esta información es posible establecer que “las relaciones de lenguaje son relaciones de sujetos y sentidos y sus efectos son múltiples y variados. De ahí la definición de discurso: el discurso es efecto de sentido entre locutores” (2012:28). Estos múltiples sentidos se detallan en la siguiente sección.

1.4 Cambio semántico, polisemia y ambigüedad

Un cambio semántico en términos sencillos es el cambio histórico que experimenta un término con respecto a su significado; dicho de otra forma, un cambio de los atributos que se le integran o suprimen. Como ejemplo de supresión de significados tenemos el término “biógrafo” que antiguamente se empleaba para designar al “cine” en algunos países de Latinoamérica, pero que en la actualidad sólo designa a la persona que realiza una biografía. Por otra parte, con respecto a la integración de significados podemos pensar en el término “límitrofe” que tradicionalmente ha significado “fronterizo”, pero que en la actualidad designa también un trastorno de personalidad. En este último caso, el fenómeno ocurre sin que el término pierda su significado anterior, sino que posibilita una coexistencia de significados (y todo lo que eso conlleva) que se denomina polisemia. “Los cambios semánticos surgen de la polisemia, es decir, los nuevos significados coexisten con los anteriores en contextos restringidos” (Traugott, 2006:126).

Sin embargo, la polisemia no es sólo un recurso de reproducción, pues Orlandi (2012) afirma que “es la fuente del lenguaje, dado que ella es la propia condición de existencia de los discursos, pues si los sentidos – y los sujetos – no fuesen múltiples, no pudiesen ser otros, no habría necesidad de decir. La polisemia es el recurso que expande los significados de un mismo término”. Lo que nos lleva directamente a una de las explicaciones teóricas de la existencia de múltiples significados del término “sustentabilidad”. Para esta investigación el fenómeno de la polisemia se consideró como la coexistencia de significados para un significante; es decir, múltiples conceptos para un término. Por ende, la polisemia constituye el centro de esta investigación, más allá de buscar un ilusorio significado único y correcto.

Es preciso mencionar que la polisemia también causa un sinnúmero de ambigüedades semánticas, a tal punto que a veces parece imposible delimitar un significado preciso. Un ejercicio interesante es ver la cantidad de artículos que llevan por título “¿De qué hablamos cuando hablamos de...?”, pero también esta ambigüedad es un elemento que suscita la reflexión y además nos permite identificar una multiplicidad de discursos. Por ende, en esta investigación no se pretende llegar a “una” definición sino que explicitar los “significados”, a través de la premisa que “los significados no son discretos, sino que se yuxtaponen. Son prototipos y hay representaciones más centrales (“estereotípicas” o “prominentes”) que otras” (Traugott, 2006:126).

1.5 Entonces, ¿Cómo sistematizar una definición?

Después de esta breve revisión teórica es indudable que sistematizar las definiciones o significados de un término no es una tarea sencilla, debido a la complejidad de los diferentes factores que se deben tener en consideración.

En primer lugar, identificar significados es un desafío epistemológico, pues se centra en el trozo de la realidad semántica de un término que deseamos acotar y, además, en las características o atributos que se consideran más significativos; es decir, aquellos elementos que no se pueden obviar sin que esto signifique una pérdida de la cosmovisión de los sujetos o, en este caso, de los actores del turismo de la Comuna de Coyhaique.

En segundo lugar, se trata de un desafío metodológico pues está directamente vinculado con la manera en que levantamos una categoría y la relacionamos con aspectos discursivos para rescatar el poder explicativo que asocian los sujetos a través del lenguaje, considerando elementos sociales, culturales e ideológicos.

Este trabajo de línea interpretativa va más allá de ordenar y describir las definiciones de sustentabilidad que existen en el mundo cotidiano del turismo en Coyhaique, pues involucró interpretar las interpretaciones de los actores y dar significado a los conjuntos de significados que ellos atribuyen. Por lo tanto, el desafío no fue sólo realizar las preguntas correctas, sino que ahondar en los nudos conflictivos en esta materia; en otras palabras, identificar la trama de ideas diferentes u opuestas que se esconde tras un mismo término, siempre considerando el conocimiento situado de los actores (Haraway, 1988).

2. Desarrollo y sustentabilidad

Desde que en 1987 la ONU integró la noción de desarrollo sostenible en el Informe Brundtland, la popularidad del calificativo de “sustentable” ha ido en creciente aumento y masificación. Esta forma de pensar el desarrollo surge como contrapropuesta al paradigma crecimiento

económico, que según Jackson (2009) suponía traer prosperidad: mayores ingresos deberían llevar a tomar mejores decisiones, vidas más ricas, y mejorar la calidad de vida de todos. Al menos ese era el imaginario colectivo. Sin embargo, esto no siempre se ha traducido de esta manera.

En su origen este término estaba acotado al desarrollo sustentable o sostenible que se definía como el “desarrollo que satisfaga las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (ONU, 1987:8); sin embargo, en la actualidad podemos encontrar construcciones como “técnicas sustentables”, “empresas sustentables”, “prácticas sustentables”, “universidades sustentables”, y una infinidad de construcciones que abarcan los más diversos significados. Para comenzar a revisar este debate es preciso revisar en primer lugar su forma.

Según Urquidi (2007), el concepto de desarrollo sustentable es una traducción de la construcción en inglés *sustainable development*, donde el verbo *to sustain* posee las siguientes acepciones:

- i) Evitar que algo caiga o decaiga, se hunda o falle;
- ii) hacer posible que dure o perdure;
- iii) lograr que aguante;
- iv) mantener.

Así, para designar esta idea en español identificamos construcciones como desarrollo sostenible, sustentable, perdurable e incluso permanente. Urquidi (2007) además afirma que en el mundo de habla hispana se ha generado bastante literatura y mucha más disquisición teórica alrededor de las diferencias de significado y la etimología de los términos sostenible y sustentable, en vías de hallar la más adecuada traducción al castellano del término inglés *sustainable*. Gallopin (2006) afirma se trata de una traducción inapropiada, pues el desarrollo no se sostiene sino que perdura.

Además de los extensos debates traductológicos que puede suscitar esta noción, desde las ciencias sociales se plantea una discusión permanente sobre la ambigüedad de este concepto debido a su masificación. Así, Naredo (2004:48) sostiene que “el éxito de la nueva terminología se debió en buena medida al halo de ambigüedad que la acompaña: se trata de enunciar un deseo tan general como el antes indicado sin precisar mucho su contenido ni el modo de llevarlo a la práctica”. En la misma línea de ambigüedad y popularidad, otros autores afirman que la sostenibilidad parece ser aceptada como un término mediador diseñado para tender un puente sobre el golfo que separa a los “desarrollistas” de los “ambientalistas”. La engañosa simplicidad del término y su significado aparentemente manifiesto ayudaron a extender una cortina de humo sobre su inherente ambigüedad (Dixon, 1989).

A pesar de las características beneficiosas que podría generar esta polisemia, la noción de sustentabilidad ha ganado gran prestigio y popularidad a tal punto que a pocos años de su nacimiento ya había comenzado a perder sentido; en palabras de O'Connor (1994:29) “sustentabilidad puede ser utilizada para significar casi cualquier cosa que uno desee, lo que constituye parte de su atractivo”.

Desde la perspectiva de los recursos naturales, García (2007) propone que el término sustentable hace referencia a la actividad económica humana y no a los recursos renovables. Una propiedad de los recursos bióticos es la renovabilidad, mientras que la sustentabilidad es una condición particular de los niveles de uso de esos recursos por la sociedad. Este fenómeno desde la economía se estructura principalmente a través de dos dimensiones: sostenibilidad fuerte, profunda, radical o robusta, que se define como un capital natural crítico que no puede

sustituirse por el humano; y otra sustentabilidad débil definida como capital natural que puede ser sustituido por capital humano (OEI, 2013). Desde un plano institucional se plantea además que la sustentabilidad es un elemento central del desarrollo humano (CEPAL, 2003) y que en el marco de la generación de políticas energéticas, se deben considerar dimensiones políticas (gobernabilidad y libertades), económicas (crecimiento), sociales (calidad de vida) y ambientales (uso y resguardo de recursos).

Siguiendo esta línea, la sustentabilidad también se define como un proceso continuo que apunta a satisfacer las necesidades humanas. Imbach et al. (1996) afirman que se trata de un blanco móvil debido a las formas cambiantes en que se satisfacen las distintas necesidades humanas y, además, la búsqueda permanente de la sustentabilidad no es más que el esfuerzo para resolver dicha tensión (entre las necesidades humanas y el ambiente) dada la capacidad humana de mejorar su interacción con la naturaleza.

En el campo científico, la sustentabilidad cumple al menos con alguna de las condiciones de un paradigma en la medida que una parte sustancial de los científicos e investigadores en los distintos campos que contribuyen a la interfaz ambiental procuran desentrañar los alcances y limitaciones del concepto, tanto en la teoría como en la práctica (Imbach et al., 1996). Dentro de esta misma concepción también es posible encontrar posturas que afirman que la sustentabilidad es una ciencia transdisciplinaria por sí misma (Kates et al., 2001; Clark y Dickson, 2003; Martens, 2006; Kajikawa, 2008), donde el objeto de estudio es la resiliencia socioecológica de los sistemas (Salas et al., 2011).

En el caso de Chile, el artículo 2º de la Ley 19.300 de Bases Generales del Medio Ambiente (1994) define que: “el desarrollo sustentable es un proceso de mejoramiento sostenido y equitativo de la calidad de vida, fundado en la conservación y protección del medio ambiente, de manera de no comprometer las expectativas de las generaciones futuras”.

En términos más prácticos, Reid y Petocz (2006) intentaron definir sustentabilidad en el ámbito de la educación universitaria a través de entrevistas abiertas y un enfoque fenomenográfico. Aquí se destacó que se trata de un concepto multidimensional que abarca principalmente las ideas de: 1) el desarrollo sin destruir al medioambiente, 2) conciencia de los recursos y cómo producir sin acabar con los recursos futuros, 3) mantener las expresiones de identidad cultural (danza, música, entre otras), 4) acceso de las personas para satisfacer sus necesidades. De esta investigación es interesante destacar la dimensión de identidad cultural, pues anteriormente no había sido mencionada.

Quiroga (2007) presenta como taxonomía de los principales indicadores ambientales y de desarrollo sostenible los índices de planeta vivo (IPV, WWF), el índice de bienestar económico sostenible (IBES, Daly & Cobb), índice ambiental (ISA, Davos) y la huella ecológica. La virtud de estos indicadores es que permiten tener un panorama claro de las diversas dimensiones y aplicaciones empíricas que tiene el concepto de sustentabilidad cuando se lo asocia al desarrollo.

3. Turismo y formas de turismo

Según Bourlon et al. (2012:7) “al igual que en todo campo de investigación emergente, no existe un acuerdo entre los especialistas que estudian el turismo sobre cómo definir, analizar y medir de la mejor manera los conceptos básicos y los fenómenos que se busca describir”. A pesar de esta dificultad, en la presente sección se establecen algunas bases para comprender el fenómeno turístico.

3.1 Fenómeno turístico

La Organización Mundial de Turismo (UNWTO, 2008:1) considera que “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”. De manera general, el fenómeno turístico ha sido definido en dos grandes áreas de acuerdo al flujo de visitantes, actividades que se realizan y principios de construcción del viaje.

3.2 Turismo masivo

El turismo masivo, como su nombre lo indica, se identifica como un turismo con gran afluencia de visitantes en lugares autodenominados y reconocidos como turísticos y se caracteriza, según Osorio (2010:250), “por paquetes turísticos rígidos y uniformes, como modalidad dominante de la comercialización turística de los productos sol y playa, nieve–montaña y patrimonio cultural” (Mazon, 2001; Hiernaux, 2000 y 2003; Lopes, 2005; Reyes, 2005”).

Cabe señalar que este tipo de turismo no sólo se caracteriza por los paquetes turísticos rígidos, sino que además por estar centrado en el turista como consumidor y atributos espaciales más bien precisos. Boorstin (1972) afirma que el turismo masivo gira en torno a la búsqueda de las “4s” “*sun, sex, sea, sand*” (sol, sexo, mar y arena). Ejemplos icónicos en esta línea son el *Spring Break* (vacaciones de primavera) desde finales de febrero hasta finales de abril en lugares como Fort Lauderdale, Daytona Beach, Panama City Beach en Estados Unidos; el turismo de las costas mediterráneas que cuenta con más de 230 millones de visitantes internacionales por año (Obrador et al., 2009); y en el caso de Chile, el periodo de vacaciones de verano donde los principales destinos masivos son los balnearios del litoral central como Reñaca y Viña del Mar y zonas lacustres de Villarrica y Pucón. Estos lugares presentan claramente las características del turismo de masas: “climas cálidos, los placeres de la costa, libertad de las reglas del mundo, relajo y una atmosfera festiva” (Obrador et al., 2009:2).

Según Obrador et al. (2009:2), un sinnúmero de factores posibilitaron el surgimiento de este tipo de turismo entre los que destacan, “innovación de transporte, consolidación de un sistema de prestaciones sociales, aumento efectivo de ingresos, reorganización y distribución del tiempo y mejoras de las relaciones internacionales”. Estos mismos autores proponen que este tipo de turismo se asocia con una “democratización del ocio y una extensión del turismo a todos los sectores de la sociedad” (2009:1); sin embargo, Urry & Larsen (2011:224) afirman que “la proliferación del turismo masivo no democratiza la actividad de viajar. El turismo es una ilusión que destruye los propios lugares visitados. Esto se debe a que el espacio geográfico es limitado”.

Esta crítica es una de las tantas que aparecen al estudiar este fenómeno, pues los lugares de acogida experimentan verdaderas explosiones demográficas donde la población se cuadruplica o quintuplica durante algunos meses. Este fenómeno no es ajeno a la Región de Aysén, pues en los últimos años la Laguna San Rafael, las Cavernas de Mármol (Puerto Tranquilo) y la localidad de Tortel se han posicionado como destinos turísticos masivos durante la época estival, a pesar de que no se puede hablar de un turismo masivo en la Región de Aysén.

3.3 Turismo “alternativo”

Según Jovicic (2014), como respuesta a los efectos negativos del turismo masivo, y dada la preocupación de turistas, residentes locales y otros sectores interesados, han surgido nuevos tipos de turismo denominados “turismo alternativo”, “turismo endógeno” o “turismo de intereses especiales”.

Osorio (2010:251) propone que el turismo alternativo se caracteriza “por promover estructuras de viaje más flexibles y heterogéneas en distintos espacios naturales (áreas naturales protegidas y no protegidas) y artificiales (urbanos y rurales) que diversifican la organización de las empresas turísticas, y, particularmente en los países subdesarrollados, reconoce e incorpora a la población local como un actor social necesario en dicha organización. Esta incorporación hace pensable un mayor control sobre los impactos ambientales, económicos y sociales que se suscitan en los destinos turísticos”. Como principio se establece, entonces, la necesidad de controlar los impactos negativos del turismo en sus distintas dimensiones e incorporar a la población local como actor central. En esta línea, cuando se habla de viajes más flexibles y heterogéneos se refiere a otra modalidad de construcción del viaje, que ya no está centrada en el consumo, sino en la experiencia de los sistemas de vida locales y sus atractivos ambientales.

A este respecto, Ávila y Barrado (2005:30) afirman que “la verdadera diferenciación está en ofrecer productos segmentados, de calidad, temáticos, etc. En suma, ofrecer vivencias únicas que sólo puedan ser experimentadas en el lugar en el que se crearon, de modo que haya que ir allí para consumirlas; y que estas experiencias se reinventen continuamente con el fin de mantener y fidelizar a los clientes”.

Según Tefler (2002), en Gale (2012), las formas alternativas de turismo proponen un enfoque más sustentable en el desarrollo local, pues se diferencian de otras alternativas de desarrollo en: iniciativas a pequeña escala, participación y propietarios locales, planificación de abajo hacia arriba, distribución espacial dispersa, empleos formales e informales, bajos niveles de infraestructura, altos niveles de protección ambiental y cultural, y bajas entradas de capitales.

Perceived attributes of mass tourism	Dimension	Perceived attributes of alternative tourism
High numbers	Tourism numbers	Low numbers
High numbers	Number of package tourists	Low numbers
High concentration	Spatial distribution of tourists and infrastructure	Dispersed
Low	Economic return to destination community	High
High pressure	Pressures on physical and socio-cultural environment	Low pressure
Low	Levels of authenticity	High
High	Reliance on developed or mature generating markets	Low
High	Market power of international tourism operators	High
Low-middle	Education level of market	Middle-high

Tabla 1 - Atributos percibidos de turismo masivo y turismo alternativo. Extraído de Jovicic (2014), adaptación de Cooper & Hall (2008)

3.4 Turismo y sustentabilidad

Una muestra del alcance de esta relación es que el congreso anual de la Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile (2014) se tituló “El Turismo y su relación con la comunidad local, el desafío de la sustentabilidad”.

Según Bourlon et al. (2012:128) “el turismo en Chile aparece en muchos discursos como la alternativa socioeconómica ideal para territorios extremos o en situación de decadencia productiva industrial. Sin embargo, el tipo de turismo que muchas veces se propone, denominado de manera clásica como “de masa” no es fácil de implementar para zonas turísticas emergentes, cuyas deficiencias en infraestructura requieren de numerosas inversiones. Por otra parte, esta industria de servicios es exigente en recursos profesionales y suele ser impactante para territorios con marcos socio-culturales y ambientales frágiles”.

Para Ávila y Barrado (2005:34) “de hecho, y salvo honrosas excepciones, un turismo equilibrado desde el punto de vista social y ambiental basado en los principios del desarrollo sostenible no suele imponerse por sí mismo, sino que las iniciativas en este sentido se ponen en marcha cuando empiezan a surgir problemas que tocan directamente a la estructura productiva de los destinos”.

Chris y Sirakaya (2005) realizaron una exhaustiva revisión de las diversas dimensiones que engloba este concepto con el fin de construir indicadores. A través de un muestreo de bola de nieve identificaron investigadores para constituir un panel de expertos. El requisito principal era que debían haber publicado al menos un artículo científico sobre desarrollo turístico sustentable. En el trabajo del panel de expertos aplicaron cuestionarios y fueron trazando dimensiones tradicionales (económica, política, social, cultural y ecológica), pero además integraron dimensiones más emergentes como tecnología. Los temas principales que surgieron para cada dimensión fueron los siguientes:

Dimensión	Indicador
Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de crédito local para negocios locales - Crecimiento del empleo en turismo - Porcentaje de ingresos derivados a la comunidad
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de los residentes en la industria turística - Satisfacción de los visitantes y actitudes en torno al desarrollo turístico - Deshechos y contaminación
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de recursos y fondos para preservación de sitios culturales - Tipo y cantidad de formación de empleados turísticos (guías) - Tipos de materiales de construcción y decoración
Ecológica	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de la calidad del aire - Erosión de sitios naturales - Frecuencia de accidentes ambientales relacionados con el turismo
Política	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición y nivel de políticas de zonificación - Disposición de políticas y manejo de desechos, polución del agua y aire - Disposición de políticas de control de desarrollo
Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> - Precisión de recolección de datos - Uso de tecnología de bajo impacto - Criterios de evaluación

Tabla 2 - Dimensiones e indicadores principales para el desarrollo del turismo sustentable, Chris y Sirakaya (2005:1284).

Además de incluir las dimensiones tradicionales de análisis (política, económica, cultural, etc...) integra aspectos tecnológicos y culturales e indicadores ambientales precisos como son la calidad del aire, erosión de sitios naturales y frecuencia de accidentes ambientales relacionados con el turismo.

4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL LUGAR DE INVESTIGACIÓN

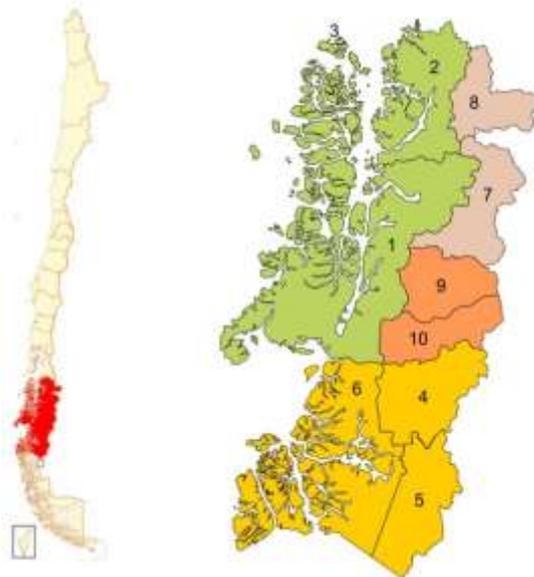


Ilustración 2 - Mapa de Chile y Comunas de la Región de Aysén. Extraído de Revista Elal y Wikipedia.org

4.1 Caracterización

Situada entre los paralelos 44° y 49°, la XI Región de Aysén limita al norte con la Región de Los Lagos y al sur con la Región de Magallanes (véase *ilustración 3*) y posee una superficie de 109.024,90 km² lo que la ubica como la tercera región más grande de Chile. La capital regional es la ciudad de Coyhaique.

En términos geomorfológicos, la región se divide en tres sectores principales: en el sector occidental, litoral Pacífico, se encuentran archipiélagos causados por fracturas geológicas y hundimiento de la masa continental, lo que origina fiordos e islas de costa irregular; luego se encuentra el cordón cordillerano que corre por la zona central de la región, caracterizado por altos montes cubiertos de bosque, enormes campos de hielo y ríos que fluyen por profundas gargantas; en tercer lugar, se encuentran los grandes lagos y un relieve que declina gradualmente hacia la frontera con Argentina (Martinic, 2005).

En términos ambientales, esta región se encuentra inmersa en la Patagonia chilena o la zona austral de nuestro país y se caracteriza por un clima severo (-25° en invierno en algunos sectores), territorios anecúmenes, exuberante vegetación y accidentada geografía que alberga “5 millones de hectáreas de parques nacionales, que concentran el 35% de los bosques nativos del país, lo que la convierte en el mayor sistema de áreas silvestres protegidas con un enorme potencial turístico. A su vez, este inmenso territorio, reúne el 35,5% del total nacional de recursos hídricos con una inapreciable reserva de agua dulce y un borde costero de aproximadamente 20.000 km de gran aptitud acuícola” (ILPES, 2009:21).

Dadas estas condiciones naturales y su geografía particular, la Región de Aysén se encuentra aislada del resto del país por vía terrestre y sólo es posible llegar a través de Argentina. Estos problemas de conectividad han sido objeto de amplios debates y aún en la actualidad se plantea como uno de los grandes desafíos territoriales (véase, GORE, 2010-2014:15-19). La forma predilecta para llegar a la región, por lo tanto, es la vía aérea, aunque también se puede llegar en barcaza desde Puerto Montt, pero el trayecto dura un día completo y pasa por dos golfos (Ancud y Corcovado). “No en vano, los habitantes de Aysén suelen describir la región como una isla: al oeste limita con el mar, al este con Argentina, al sur con los campos de hielo y al norte evidencia una marcada discontinuidad vial terrestre” (ILPES, 2009:33). Por otra parte, este aislamiento no es sólo de índole geográfico, pues “desde su creación, el territorio, reconocido como Provincia por sus autoridades y habitantes, demostró ser una realidad diferente al resto de las provincias de Chile por su tardía incorporación a la lógica económica y social nacional” (Bourlon et. al, 2012: 133); por lo tanto, la separación con el resto del país también tuvo fuertes factores políticos.

	Censo 2002	Proyección 2012	% Regional
Región de Aysén	91.493	106.885	-
Comuna de Coyhaique	50.041	59.221	~55%
Comuna de Aysén	22.353	27.187	~25%

*Tabla 3 - Censo 2002 y Proyección de Población 2012, Instituto Nacional de Estadísticas (INE).
Elaboración propia.*

En términos demográficos, de acuerdo al último censo válido (INE, 2002), la región contaba con un total de 91.493 habitantes cuyo 70% (ILPES, 2009:31) se concentra en las ciudades de Coyhaique y Aysén (ubicadas en las comunas homónimas, véase *ilustración 2*, sectores 7 y 1 respectivamente). Por lo tanto, podemos afirmar que estas dos ciudades son los polos urbanos más importantes de la Región de Aysén.

En términos económicos, la región tiene una larga historia de producción agrícola, ganadera, y forestal estrechamente relacionada con el poblamiento de esta zona y promovida por el Estado chileno a principios del siglo XX. “Hacia fines de los años veinte, el Estado decide finalmente hacer presencia efectiva en el área, creando de este modo el Territorio en 1928 situando como capital el poblado de Puerto Aysén” (Bourlon et al., 2012:133).

Durante este periodo de asentamiento se destacan diversos movimientos migratorios vinculados a actividades económicas, principalmente, de “chilotes, indígenas y chilenos del centro-sur del país, argentinos y europeos, quienes vivieron aislados, sin caminos ni carreteras que los conectaran unos con otros, dedicándose principalmente a las actividades de ganadería [extensiva] y agricultura de subsistencia, sedimentando poco a poco una forma de vida eminentemente rural asociada a las actividades del campo” (Torres y Rojas, 2012: 182-83).

Cabe señalar que estas actividades económicas tradicionales de la región se han mantenido hasta la actualidad, pero sin el auge o productividad que tuvieron a mediados del siglo pasado. Según Boldt et al. (2012:237), “los descendientes de estos primeros pobladores se dedican a la ganadería bovina y ovina de subsistencia, la agricultura, producción de leña y madera,

horticultura familiar, crianza de aves, y otras actividades económicas estacionales como recolección de frutos silvestres y hongos comestibles”.

Las principales causas del decaimiento de dichas actividades giran en torno a la sobreexplotación de recursos naturales como el sobrepastoreo y la agricultura de tala y quema. Este último aspecto es muy importante dentro de la historia de Aysén, pues la quema de bosques era una práctica habitual para “limpiar” el territorio. A este respecto Gale (2012:246) afirma que “la tierra se ha empobrecido de manera tal que numerosos habitantes ya no pueden efectivamente sostener sus formas de vida basadas en la agricultura y la ganadería”, por lo tanto, ha sido necesario diversificar los medios de sustento o migrar a otras áreas productivas.

Sin perjuicio de esto, las actividades agrícolas, ganaderas, de caza y silvicultura aún ocupan un lugar medio dentro de las actividades económicas de la región y se ubican en el tercer lugar de acuerdo a la cantidad de ocupados (véase *tabla 4*).

Rama de actividad	2012	2013			
	Oct-Dic	Ene-Mar	Abr-Jun	Jul-Sept	Oct-Dic
Total	54,35	53,32	54,56	54,76	54,14
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	5,60	4,62	5,20	4,51	4,99
Pesca	1,84	2,35	2,78	3,05	1,98
Explotación de minas y canteras	1,56	1,63	1,67	1,22	1,08
Industrias manufactureras	4,57	4,49	5,11	4,77	5,44
Suministro de electricidad, gas y agua	0,57	0,54	0,47	0,81	0,72
Construcción	5,62	5,59	5,13	4,59	3,50
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	9,76	9,16	9,07	8,66	8,80
Hoteles y restaurantes	2,19	2,25	1,83	2,28	2,79
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,53	3,40	2,95	3,52	3,23
Intermediación financiera	0,76	0,61	0,45	0,45	0,42
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	1,34	1,59	1,52	1,55	1,27
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	7,49	6,54	7,34	8,18	8,91
Enseñanza	4,24	4,08	4,29	5,11	4,57
Servicios sociales y de salud	2,44	2,51	2,39	2,09	2,60
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	0,75	1,22	1,43	1,45	1,44
Hogares privados con servicio doméstico	3,09	2,72	2,92	2,50	2,39
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0,00	0,02	0,00	0,03	0,00

Tabla 4 - Evolución de los ocupados según rama de actividad en la Región de Aysén [miles de personas]. Encuesta Nacional de Empleo, INE (2013)

Como podemos apreciar en la *Tabla 4*, distribuidas por miles de personas, las actividades económicas que ocuparon⁵ a más personas en la Región de Aysén desde octubre de 2012 a diciembre de 2013 fueron mayoritariamente el sector del comercio al por mayor y al por menor (\bar{x} 9,09) y la administración pública y defensa (\bar{x} 7,69). Cabe señalar que ambos sectores son también los más importantes en la Región de Magallanes (INE, 2013:72), por lo que se podría afirmar que se trata de regiones con una fuerte influencia pública. En tercer lugar, pero ya con una clara diferencia más marcada, se encuentran la agricultura, ganadería, caza y silvicultura (\bar{x} 4,98). Muy de cerca les siguen los sectores de construcción (\bar{x} 4,8) y de industria manufacturera (\bar{x} 4,8).

⁵ El INE define a las personas ocupadas como “todas las personas en edad de trabajar que durante la semana de referencia, trabajaron al menos una hora, recibiendo un pago en dinero o en especie, o un beneficio de empleado/empleador o cuenta propia” (2013:76).

Algo que llama claramente la atención en una región que históricamente ha estado orientada a la pesca es la baja cantidad de ocupados (\bar{x} 2,4) actualmente en esta actividad. Esto puede considerarse como un indicador de la actual crisis de la pesca debido según algunas fuentes “al bajo precio que presentan los mercados internacionales” (Aqua, 2012).

Es en este contexto que debemos situar e intentar comprender el fenómeno turístico que se detalla en la siguiente sección.

4.2 Turismo en Aysén

Hablar de turismo en la comuna de Coyhaique es hablar del turismo de la Región de Aysén, pues esta ciudad (al ser el principal espacio urbano) se configura como un centro de operaciones o plataforma para el turismo regional, donde se concentran los principales proveedores de información, productos, transporte y servicios en general.

Según la cuenta pública 2013 de la Municipalidad de Coyhaique (2014:19), el turismo se presenta como “uno de nuestros principales lineamientos y desafíos de esta gestión comunal, con un marcado fortalecimiento de las redes y trabajo constante con actores públicos y privados”. A nivel municipal, entre las actividades orientadas a promover el turismo se presenta el lanzamiento de un portal municipal de turismo, el apoyo a actividades deportivas que promueven y generan turismo, celebración del día mundial del turismo, encuentros con asociaciones del sector, entre otras. Destaca en este documento de cuenta pública que la única cifra relacionada con turismo son 6 millones de pesos en actividades deportivas. Por su parte, el gasto presupuestado dentro del Plan Aysén del Gobierno Regional en Turismo es de un 2,4% equivalente a poco más de 1.752 millones de pesos (GORE, 2013:48).

5.2.1. Estacionalidad

En términos generales, el fenómeno de la estacionalidad se refiere específicamente al movimiento de visitantes que conforma la temporada turística baja y alta. Este fenómeno en la Región de Aysén es muy marcado y actualmente configura las prácticas y movimientos de turistas, por lo tanto, representa uno de los grandes desafíos.

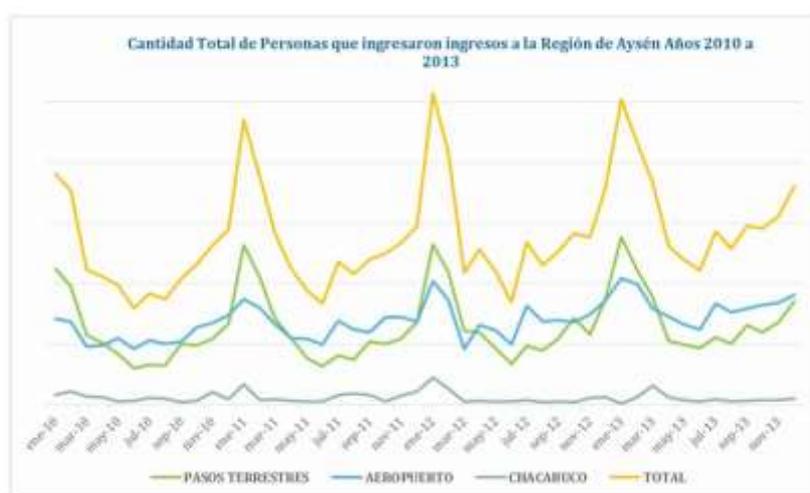


Gráfico 1 - Cantidad de personas que ingresaron a la Región de Aysén entre 2010 y 2013. Extraído de Observatorio Turístico Aysén (2014)

En este gráfico se presenta claramente la temporada alta entre los años 2010 y 2013 entre los meses de noviembre y marzo. Las principales causas de esta estacionalidad, según Torres y Rojas (2012:187), son de carácter socioeconómico y climático, pues “los turistas visitan Aysén principalmente en sus tiempos de vacaciones y prefieren el clima caluroso del verano para realizar sus visitas turísticas”. Estos mismos autores agregan que la temporada invernal no es muy atractiva, debido a condiciones climáticas extremas, que en algunas zonas llegan a 25° bajo cero.

Esta temporalidad genera al menos dos efectos. Por una parte, al ser solo un par de meses de contacto intenso con los turistas se reduce el riesgo de perder valores tradicionales y costumbres y; por otra parte, la escasa temporada produce una caída drástica de los ingresos provenientes del turismo en los meses siguientes (Torres y Rojas, 2012:194).

A pesar de los esfuerzos tanto del sector público como del privado por “disminuir la brecha existente entre temporadas con el deseo de permitir una actividad estable que garantice ingresos que permitan mantener las cifras de empleo y el mejoramiento de la oferta turística regional” (Observatorio Turismo, 2014:14), muy pocas personas pueden vivir exclusivamente del turismo o como fuente principal de ingresos, lo que lleva a considerar al turismo en la Región de Aysén como una actividad complementaria o uno de los tantos medios de vida locales. Así, por ejemplo, encontramos casos de pescadores que durante la temporada alta se dedican a realizar recorridos en lancha; profesionales que durante esta época se dedican a actividades de guía, administración de campings o cabañas; o transportistas que durante el verano ofrecen servicios turísticos y el resto del año trabajan con el sector público o arriendan sus buses.

5.2.2 Tipos de turismo en la Región de Aysén

En la Región de Aysén encontramos, en primer lugar, un (1) turismo tradicional o de hitos en espacios de atractivos naturales. Así, “la Cámara de Turismo de Coyhaique menciona a Cerro Castillo, la formación geológica conocida como Capilla de Mármol que se encuentra en el lago General Carrera, la Laguna San Rafael y el Glaciar Exploradores” (Muñoz, 2012:289-290) y a esto también hay que agregar el Parque Nacional Queulat.

Este tipo de turismo se caracteriza por estadías muy cortas con escaso contacto con la población local, donde el objetivo es sólo observar un atractivo o hito natural y regresar, lo cual se integra claramente en una lógica de paquetes turísticos rígidos. Por ejemplo, la mayoría de los viajes que se realizan a Capillas de Mármol consideran ciertas paradas en la ruta de ida para tomar fotografías del paisaje (Cerro Castillo, Laguna Verde, entre otras) en un viaje que dura alrededor de 5 horas hasta la localidad de Puerto Tranquilo; posteriormente, se toma una lancha y se visita las Capillas de Mármol en un viaje de una hora aproximadamente, al regreso a Puerto Tranquilo los turistas pueden almorzar y luego regresan a Coyhaique en un viaje sin paradas. Aquí, los tiempos son restringidos y se encuentran bien delimitados. Este viaje se puede realizar en un día y el foco del recorrido está puesto exclusivamente en los atractivos naturales, pues no hay mayor contacto con la población local (sólo el conductor, el lanchero y las personas que ofrecen almuerzo).

Por otra parte, encontramos las fiestas costumbristas que podrían considerarse dentro de un (2) turismo cultural. Durante las últimas décadas, estas festividades han comenzado a expandirse en distintas localidades de la región y el objetivo primario es celebrar y rescatar actividades típicas de cada localidad como las mingas⁶, domaduras o jineteadas, actividades campestres, asados al palo, mateadas, espectáculos de música tradicional, desfiles de

⁶ Actividad colectiva en que los vecinos del lugar ayudan a transportar una casa ya sea por tierra o por mar hasta la nueva ubicación.

pioneros, entre tantas otras. Si bien estas fiestas representan expresiones de la cultura aysenina en general, también se caracterizan por la individualidad de cada lugar; por ejemplo, la Fiesta de Puyuhuapi se titula “Fiesta Costumbrista entre Curanto y Küchen”, lo que da cuenta de la tradición chilota y la fuerte influencia de los inmigrantes alemanes en esa zona a través de la cultura culinaria. A pesar de que estos eventos apuntan a rescatar y preservar las costumbres y tradiciones locales, no están exentos de peligros o amenazas a los sistemas locales, pues por un par de días estos pueblos experimentan explosiones demográficas.

También podemos encontrar una oferta relativamente estable de (3) turismo deportivo y aventura donde destacan con los descensos de rafting en el Baker, las caminatas sobre hielo en el glaciar Exploradores, y también actividades deportivas como el “Desafío Aysén” que combina distintas disciplinas como cabalgatas, trekking, kayak y bicicleta.

En la Región de Aysén también se pueden encontrar iniciativas de (4) turismo científico promovidas por el Centro de Investigación en Ecosistemas de la Patagonia (CIEP), cuyo objetivo es “fortalecer el desarrollo socio-productivo del territorio de Aysén como parte de la Patagonia Chilena, a través de proyectos turísticos de intereses especiales y un ciclo de productos que se coordinan con el desarrollo de conocimientos científicos. Cada fase del proceso científico tiene productos turísticos específicos, los cuales pueden apoyar las metas de investigadores y la transferencia de conocimientos” (CIEP, 2009).

Finalmente, encontramos (5) el turismo MICE⁷, también denominado turismo de congresos y conferencias, como rama turística emergente donde diversos especialistas de un área en particular se reúnen en simposios, conferencias o jornadas. Así, podemos nombrar por ejemplo el congreso Societur (2012) y Achet (2013), Ipmen (2012), diversas reuniones en el área de la salud y las Jornadas de Arqueología de la Patagonia (2014). Este tipo de turismo se caracteriza por contar con exponentes e invitados de otras regiones o países, que fuera de sus actividades laborales adquieren los mismos servicios o productos que otros turistas, tales como restauración, hospedaje, transportes, artesanías locales y recuerdos, recorridos, etc. Aquí hay una delgada línea entre los viajes de negocios y el turismo o, más bien, una coexistencia.

Al considerar estos distintos aspectos podemos ver que en el turismo cultural, científico y deportivo y aventura, el turista forma parte activa del recorrido, mientras que en los lugares de turismo de masas es un turista observador centrado en la belleza escénica y natural de la región.

5.2.3 Actores del turismo

El sector empresarial del turismo se reúne en diversas asociaciones gremiales (Servitur, Cámara de Turismo, Casa del Turismo Rural, entre otras) que funcionan como plataformas comerciales cuyos principales objetivos son posicionarse en la industria turística regional y fortalecer las pequeñas y medianas empresas.

Es preciso señalar que dichas asociaciones se han conformado a través de apoyos estatales como el programa de “Creación y Fortalecimiento de Asociaciones” de Sercotec, que busca “formalizar a grupos de empresarios y fortalecer su asociatividad, mejora de su capacidad de gestión y generación de nuevos y mejores productos o servicios” (Sercotec, 2014). Este vínculo entre lo privado y el apoyo estatal, por lo tanto, es un aspecto relevante al momento de estudiar el fenómeno turístico en la Región de Aysén.

En el ámbito público, en la actualidad, se observa la promoción de “emprendimientos” e “innovación” a través de proyectos y fondos concursables como los “Capitales Semilla” o proyectos para establecer certificaciones o “sellos” de calidad. Cabe señalar que recién este

⁷ *Meetings, incentives, conferences and exhibitions*

año (2014) se creó la Oficina de Turismo en la Municipalidad de Coyhaique en el área de Fomento Productivo y se estableció una Comisión de Turismo en el concejo municipal. Estas gestiones e inversiones dan muestra de un interés público por la promoción y posicionamiento del turismo como actividad productiva para la región a través de una “lógica de proyectos”.

En el ámbito de educación en turismo encontramos la Escuela de Guías de la Patagonia y la institución de educación superior Inacap que el año 2012 abrió la carrera de turismo con mención en turismo aventura. Esto también refleja un interés por perfeccionar los servicios turísticos y establecer un nivel o base para las prácticas turísticas; por lo tanto, es también un aspecto muy relevante al momento de identificar actores del turismo.

En investigaciones realizadas en la región se presentan algunos rasgos distintivos de los actores del turismo que de manera eufemística se les denomina “desafíos del turismo”. Estos son la desconfianza y la falta de asociatividad, aspectos que podrían explicarse a través del individualismo. Se pondrá especial atención a estos aspectos a la hora de levantar información.

5. METODOLOGÍA

El diseño de investigación que se empleó en esta investigación es principalmente cualitativo con enfoque descriptivo y de orden transversal. Se seleccionó una metodología de orden cualitativa, ya que permite rescatar los significados de los discursos de los actores y, por lo tanto, se centra en la profundidad y riqueza de los datos. Esto se ajusta al objetivo general de esta investigación que es interpretar las definiciones de la sustentabilidad de los actores del turismo de la comuna de Coyhaique.

Sin embargo, también se utilizarán técnicas de orden cuantitativo para identificar frecuencia y coocurrencia de conceptos, agrupación o conglomerados de términos, dado que permiten establecer y presentar de manera precisa y gráfica el tejido de significantes y conceptos relacionados. Esta decisión se tomó en base a que la repetición de conceptos ayuda a identificar la intensidad de las dimensiones expuestas y, en consecuencia, sirve de apoyo para establecer la estructura y profundidad de la definición.

En este contexto, podemos afirmar que esta elección metodológica se basa en la estrategia de “combinación” propuesta por Bericat (1998:39) de integración de multimétodos, que busca “integrar subsidiariamente un método, sea el cualitativo o el cuantitativo, en el otro método, con el objeto de fortalecer la validez de este último, compensando sus propias debilidades mediante la incorporación de informaciones que proceden de la aplicación del otro método, a tenor de sus fortalezas metodológicas”.

Este diseño de investigación se encausa a través de la metodología de redes semánticas, que según Allan (2008) se basa en que “el significado de un concepto viene definido por su uso efectivo en un juego de lenguaje, es decir, por su relación con otras palabras y acciones que participan de éste” y representan o describen estructuras que a su vez se traducen en procesos mentales. Este mismo autor afirma que “esta metodología se basa en el pensamiento semántico, ya que posee una tendencia divergente o polisémica”; es decir, se centra en conjuntos de significaciones.

Esta metodología dado que sus procedimientos “se caracterizan por analizar asociaciones de palabras en los textos de modo que representen el significado inherente de los datos [...] es común en estos estudios no partir de categorías previamente elaboradas o predeterminadas que se impongan al análisis; ello hace que su “lenguaje” de tratamiento se acerque al lenguaje real y, por lo tanto, respete una mayor validez interna” (Lozares et al., 2002:7).

6.2 Muestreo, recolección y técnicas de análisis

Para seleccionar la muestra de esta investigación se emplearon técnicas de muestreo intencionado, ya que “busca una comprensión profunda de un fenómeno. El tamaño de la muestra se encuentra vinculado a la riqueza de la información que brindan los participantes (González 1999; Latorre, Arnal y Del Rincón, 1996 y Patton, 1990, en Rosales (2008)”. Esta selección de muestreo cualitativo se escogió bajo la premisa que “en un proceso de avalancha, habitualmente se avanza hacia una estrategia de muestreo deliberado a lo largo del estudio, basándonos en las necesidades de información detectadas en los primeros resultados” (Salamanca & Crespo, 2007). Por lo tanto, la recolección de información irá en paralelo a la construcción, codificación y análisis preliminar de los datos.

Esta técnica de muestreo también apunta a aumentar la viabilidad de la investigación, pues no inicia con actores estáticos ni delimitados con anterioridad, sino que se centra en conjuntos de características o perfiles que distintos actores pueden poseer. Otra de las ventajas de esta estrategia de muestreo es que permite caracterizar desde abajo el espacio social o contexto de relaciones en que se desenvuelven los actores o grupos de actores; en palabras simples, identificar quién está relacionado con quién.

Para recolectar la información se utilizaron entrevistas no estructuradas a fin de conocer la perspectiva de los actores sociales (Sautu, et al., 2005). Específicamente, se seguirá la línea de la entrevista antropológica o etnográfica (Spradley, 1979), basada en preguntas descriptivas, estructurales y contrastivas, ya que según Guber (2001:82) “va en busca de temas y conceptos que la población expresa por asociación libre; esto significa que los informantes introducen sus prioridades, en forma de temas de conversación y prácticas atestiguadas por el investigador, en modos de recibir y de preguntar, donde revelan los nudos problemáticos de su realidad social tal como la perciben desde su universo cultural”. Aquí es preciso señalar que la actitud del entrevistador es “alguien que quiere aprender, y no interferir o inducir según su propia forma de ver el mundo o su propio punto de vista” (Infante, 2001).

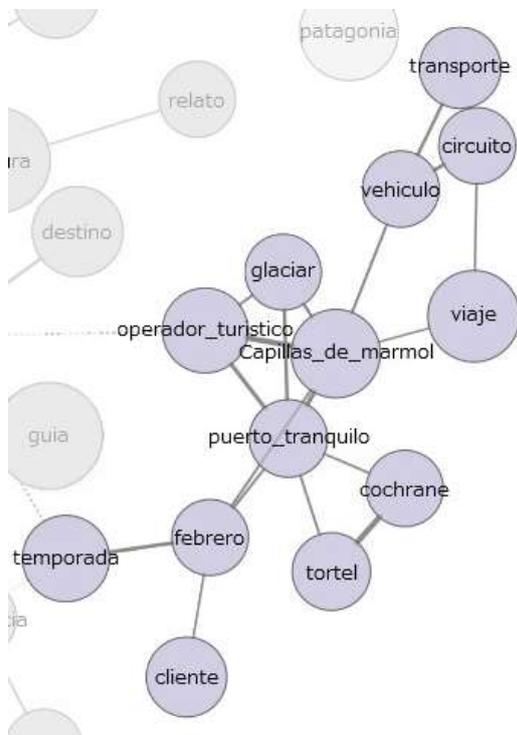
El proceso de bola de nieve fue muy efectivo y permitió acceder a informantes que a través de un primer contacto no respondieron. En primer lugar, se utilizó como punto de entrada a personas cercanas y, posteriormente, se fue seleccionando a los informantes a través de los contactos que cada uno iba señalando.

Durante el mes de mayo de 2014 se realizaron 20 entrevistas que abarcaron los rubros de hotelería, restauración, transporte y guías; pero también a personas involucradas en formación y capacitación en turismo, investigadores, miembros de asociaciones gremiales, actores del ámbito público, un encargado de prensa, un guardaparques, una dirigente de la sociedad civil y la encargada de un museo rural. En total se entrevistó a 10 mujeres y 10 hombres.

El tipo de análisis que se utilizó para construir los datos fue el de análisis reticular de discurso, que se basa en el tratamiento de un texto como una red de significados. Para esto, en primer lugar, se construyó una red de palabras cuya unidad de análisis fueron los términos y, en segundo lugar, se construyó una red semántica cuyo propósito es “traducir a una red de relaciones un conjunto concreto de enunciados, caracterizando diferentes tipos de relaciones y tomando el conjunto del texto como unidad de análisis” (Lozares et al., 2002:15). El objetivo de una red de palabras es “conocer cuáles son los conceptos comunes dentro de un conjunto dado de actores [...] y se utilizan como modo de presentación de un texto o conjunto de textos” (Verd, 2005). En esta etapa se empleará el software de distribución libre Kh-Coder.

Posteriormente, se construyó una red semántica que se basa en que “el significado de un texto se obtiene poniendo el acento tanto en los nodos como en las relaciones que los vinculan”. El uso de estos dos procedimientos se fundamenta en que, según Lozares et al. (2002:15),

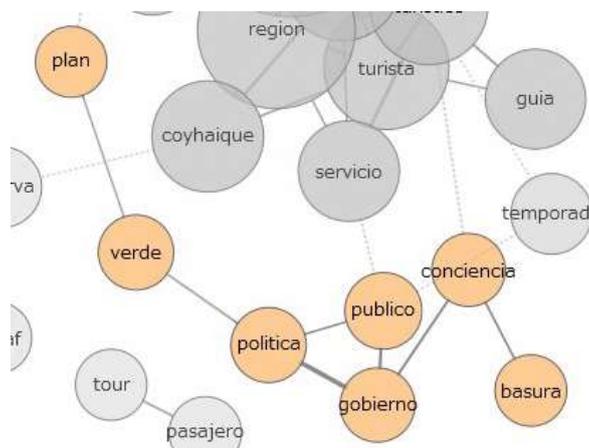
Al revisar los términos de la red de palabras, por lo tanto, podemos identificar un componente económico y otro ambiental bastante marcados, pero este elemento ambiental no sólo está vinculado a la preservación o conservación, sino que como un atractivo o un paisaje (elemento estilístico) que permite generar negocios turísticos.



Red 4 - Subred de palabras del término Capillas de Mármol

Al referirse a las actividades turísticas en la región, los entrevistados siempre presentaron como ejemplo el caso de Capillas de Mármol durante el verano, en Puerto Tranquilo. Aquí podemos apreciar que aparecen los términos "temporada" y "febrero", que específicamente es el mes de mayor demanda. Otros elementos que también destacan son los términos "operador turístico", "viaje" y "cliente", pues reflejan en cierta medida el fenómeno que actualmente está ocurriendo en Puerto Tranquilo con su gran afluencia de público durante la temporada alta y también la gran cantidad de operadores nuevos que han surgido y llegado. Un elemento que fue bastante frecuente en las conversaciones con los actores fue el éxito en términos de visitantes de Capillas de Mármol. No obstante, algunos estaban a favor de seguir desarrollando este lugar y otros, al contrario, criticaron este tipo de enfoque turístico debido a los impactos ambientales y sociales que genera esta actividad, por ejemplo, el desgaste del mármol causado por las lanchas

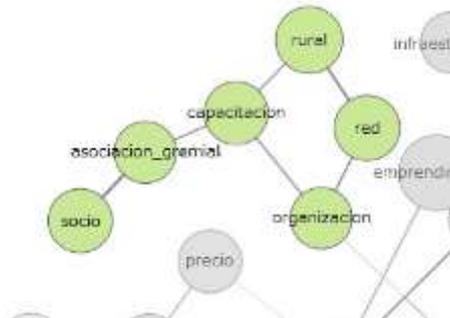
y la explosión de visitantes durante la temporada alta. Esta subred (Red 4) refleja en términos generales el fenómeno de turismo de masas y estacionalidad que se ha generado en algunos hitos naturales de la región durante el verano. Esto lo podemos definir principalmente por los lugares mencionados (Capillas de Mármol, Puerto Tranquilo, Tortel, Cochrane), por la temporalidad (Febrero, Temporada) y los actores (Cliente, Transporte, Operador Turístico).



Red 5 - Subred de palabras del término Gobierno

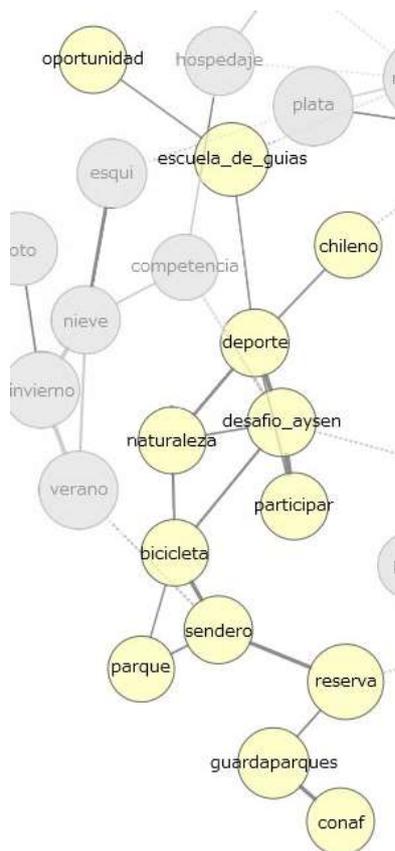
Otro de los grandes temas que subrayaron los actores fue la conciencia ambiental, particularmente sobre la basura, pero también sobre el rol del gobierno y las regulaciones políticas. Principalmente, se enfatizó en la falta de regulación turística y buen manejo del área

del turismo, pues en algunos casos estas actividades se desarrollan de forma caótica, debido principalmente a un *laissez faire*. Algunos actores profundizaron en la conciencia turística que se ha intentado implementar, especialmente con el manejo de la basura y la protección del medio natural para disminuir los impactos propios del turismo.



Red 6 - Subred de palabras del término Asociación Gremial

Las asociaciones gremiales, la capacitación, los socios y la organización en red fueron elementos que también mencionaron a menudo los actores, principalmente, al referirse a la casa del turismo rural y otras asociaciones gremiales de la región que se observan como facilitadores en la gestión de esta área de servicios. Aquí se destacaba la necesidad de vínculos y de asociatividad entre los diversos actores de la rama turística (y las dificultades para lograrla) como una forma de subsanar el vacío de regulación pública y una manera de avanzar en conjunto.



Red 7 - Subred de palabras del término Deporte

Podemos apreciar también que aparece el “Desafío Aysén”, una actividad que vincula el turismo con el deporte en la naturaleza y también la Escuela de Guías. De manera general, se planteó que la Escuela de Guías es un medio para que los jóvenes de la región accedan a distintas oportunidades laborales y, en este caso, vemos que está vinculada al deporte, pero también a los negocios y emprendimiento. Efectivamente, numerosos actores plantearon el trabajo de la Escuela de Guías como un ejemplo en formación de guías turísticos en la región, principalmente porque participan jóvenes del lugar, quienes no necesitan salir de la región para acceder a este conocimiento.

Lo entrevistados, además de enfatizar en estas características positivas, también mencionaron los trabajos que realizan en distintos espacios locales, como las reservas administradas por la Corporación Nacional de Flora y Fauna (Conaf), y las actividades deportivas que sus alumnos proponen. Aquí existe una visión diferente de la naturaleza, que no solo se centra en el cuidado o preservación, sino que también en la actividad física y el deporte, tanto en términos de ocio como de salud. Al hablar de las reservas y áreas silvestres protegidas se destacó la falta de conocimiento de los habitantes de estos espacios. Aquí, el deporte y las propuestas locales apuntan a un turismo susceptible de incluir a la población local y mejorar su calidad de vida a través del deporte y el conocimiento.

En esta red de palabras se presentan los grandes tópicos que se discutieron con los entrevistados, pero indudablemente quedaron muchos aspectos relevantes fuera. Esto se debe principalmente a que las ramificaciones de cada término son muy extensas (y heterogéneas) y que al presentar todos los elementos se nubla la capacidad descriptiva. Dicho esto, a través de la red semántica que se presenta a continuación se aborda en detalle las principales categorías desde un análisis interpretativo.

7.2 Red semántica

Cabe recordar que la red semántica, a diferencia de la red de palabras, se centra en significados e ideas más que en las estructuras; por lo tanto, aparecen nuevas categorías y se justifican a través de segmentos significativos de las entrevistas. Aquí también se plantean los diversos nudos problemáticos entre los distintos significados y conceptos.

En lugar de presentar una extensa red y comenzar a describirla e interpretarla, creo que es más adecuado dividirla por segmentos y, al final, presentar la red en su totalidad. Esto facilita el proceso de comprensión y, además, transparenta el proceso de construcción de la red. Este proceso de construcción se divide en cuatro dimensiones: cultural, política, económica y medioambiental. Y cada dimensión se presenta y justifica a través de categorías significativas.

7.2.1 Sustentabilidad cultural

A continuación se presentan tres grandes categorías que dan origen a la dimensión cultural de la sustentabilidad de esta investigación: la relación entre habitante-turista; la gastronomía como expresión cultural; y, finalmente, los cambios de formas de vida.

7.2.1.1 Relación habitante-turista

La relación entre habitante y turista se relaciona principalmente con la forma en que se concibe el turismo (enfoque turístico), puesto que un turismo centrado en el turista comúnmente se trata de un "turismo de masas" (ciudades turísticas, pensadas sólo para esta actividad: Pucón, por ejemplo), mientras que un turismo basado en la cultura local apunta a un turismo endógeno o sus diversas variantes (comunitario, cultural, de inmersión, etc.), que intenta rescatar y presentar las particularidades de los modos de vida e historia de los habitantes.

Algunos actores plantearon que el turismo de masas es un turismo igualitario, pues se encuentra al alcance de todas las personas: *"yo creo que el turismo tiene que ser masivo y llegar a todos los sectores y a todos los lugares y a toda la gente y a todos los estratos sociales que se pueda"*. En esta misma línea, se plantea el turismo de nichos o de intereses especiales sólo se centra en un público más acomodado: *"quienes están promoviendo el turismo de intereses especiales son los grandes lodges, porque ellos son los que están dedicados exclusivamente a la pesca, yo no estoy de acuerdo con eso. El turismo en esta región tiene que ser para todas las personas y tenemos que potenciar el turismo nacional y tenemos que potenciar el turismo vecinal"*. Cabe señalar que el turismo de nichos o intereses especiales no solo se centra en la pesca con mosca, sino que también involucra actividades específicas como eventos deportivos, turismo de experiencias culturales, turismo científico o de investigación, entre tantos otros. Sin embargo, una gran parte de los actores asociaba el turismo de nichos solo a la pesca con mosca o un turismo para extranjeros.

Con respecto al fenómeno del turismo de masas (a pesar de que la región de Aysén aún no se puede hablar de este tipo de turismo en términos estrictos), algunos actores también comentaron que genera graves daños e incluso irreversibles tanto en el medioambiente como en la comunidad, debido a una sobreexplotación de recursos y la sobreexposición de la población de acogida y que en el caso de Aysén lo que se debe poner en relieve es la cultura local, por sobre el hito natural: *"no tenemos las montañas más altas, estamos en un lugar caro para vivir y siempre vamos a ser un lugar más caro que otros que están más cerca. Entonces la única cosa que nosotros tenemos para definirnos como un lugar único, es quiénes somos y esta relación entre quiénes somos viviendo en un lugar tan fuerte con su naturaleza. Entonces para mí la sustentabilidad necesita estar completamente vinculada con la autenticidad"*.

7.2.1.2 Gastronomía y ritual

Se observó una estrecha relación entre la comida y la sustentabilidad, principalmente la gastronomía regional como un reflejo de cultura local, e incluso de los rituales de la población, como es el caso del asado al palo: *"En mi opinión cada turista tiene que estar compartiendo la bota [vino en bota] y bailando y no solamente con su plato en una fila. Un asado al palo es una forma de compartir entre personas donde muchas veces hay familiares, pero otras veces son desconocidos. Y compartir alrededor de un cordero por dos o tres horas antes, mientras que las mujeres están adentro preparando ensaladas y hablando de sus maridos"*. De manera simpática, aquí la entrevistada presenta un conjunto de roles y actividades que configuran el ritual del asado al palo, y permite resignificar la gastronomía al integrar un fuerte componente cultural.

Cabe señalar que esta práctica no sólo podría definirse dentro de una esfera cultural, sino que también se puede extender a las economías tradicionales o formas de solidaridad entre vecinos, pues *"el asado al palo en Aysén está súper vinculado con los trabajos del campo; entonces, si tú necesitabas cortar el pasto de tu campo le pedías ayuda a tus vecinos, ellos venían y todos sabían que tú ibas a sacrificar un cordero y ofrecer un asado al fin del día [...] Esto es una aspecto de la sustentabilidad, pero más que eso para mí el turismo sustentable es un turismo que celebra y acentúa la autenticidad de un lugar, como ellos lo definen"*. Algo que me parece particular en esta cita es el uso en pasado de esta práctica *"si tú necesitabas"*, pues aún ocurre, pero evidentemente tiene una menor frecuencia que hace algunas décadas.

Otra práctica muy arraigada al territorio es que las bebidas o la comida "tienen que correr". El caso más típico es la reunión que ocurre en torno al mate, que va de mano en mano siempre hacia a la derecha y que nunca se entrega con la izquierda, y donde decir "gracias" no es solo una muestra de agradecimiento, sino que también una expresión para decir que no se quiere tomar más. Esto ocurre también con el vino: *"en el campo nosotros hablamos cosas que entre nosotros entendemos, pero que la gente que viene de fuera te queda mirando, no las entienden, cebar un mate, cebar es servir un mate, en el campo también es común que si tú vas a servir un vino lo pones en un jarrón de medio litro y la visita no entiende que eso tiene que correr, entonces se queda con el jarro y piensan que tienen que tomarse el medio litro o dos litros y después quedan como manga"*. Esto es un fiel reflejo de los códigos locales, que no siempre se explican o evidencian, a veces para hacerle una broma al visitante, pero otras porque es algo tan cotidiano que parece extraño tener que explicarlo. Por ejemplo, para nosotros sería extraño tener que explicarle a alguien que antes de entrar a una casa debe golpear la puerta.

Vinculando estos aspectos gastronómicos con la relación habitante-turista se generan experiencias turísticas del siguiente tipo: *"ponerle sopaipillas, mermeladitas caseras, mate al lado de cocina a leña, que la señora prepare un pancito ahí y a los turistas como que les gusta esa experiencia del contacto con la gente"*. Lo cual evidentemente apunta hacia un turismo más cultural y endógeno. Aquí un aspecto que cabe resaltar es la hospitalidad aún se mantiene como una característica de la región: *"una señora me decía que se sentía incomoda al recibir turistas en su casa, pero ella las entró porque estaban muertas de frío. Pero ellas estaban tan contentas todas incomodas ahí, pero eso de compartir con la dueña de casa y tomar mate ahí al lado de la cocina a leña como que les encantó y no se querían ir"*. La entrevistada relataba en esta historia que una pobladora (sin ningún tipo de vínculo con el sector turístico) observó fuera de su casa a dos turistas extranjeras bajo la lluvia mientras esperaban el bus, entonces las invitó entrar porque "estaban muertas de frío". De esto podemos desprender que la hospitalidad en algunos casos también se siente como un deber. También hay que señalar que en la zona rural de la Región de Aysén, la vida social se genera en torno a la cocina y la leña (rara vez uno ve el comedor o las habitaciones) a tal punto que cuando uno entra a las casas lo

primero que ve es la cocina y no la sala de estar o un comedor. Sería interesante indagar en la concepción del espacio y el rol de la cocina para los pobladores del sector rural, pues creo que ayudaría a comprender mejor ciertas prácticas más íntimas de la vida cotidiana en el hogar.

7.2.1.3 Formas de vida

Un elemento muy llamativo es la relación que existe entre la visión tradicional de la región y los cambios que se han generado a través del tiempo. Por ejemplo, la fuerte diferencia que existe entre la visión tradicional de la cultura ganadera de la región en contraposición a la visión turística actual. Aquí resalta el tema de la caza y el cuidado del medioambiente.

En este contexto, uno de los primeros guías de pesca de la región comenta que *"yo era cazador empedernido, me gusta pescar, ahora deje de cazar y antes cazaba bastantes cantidades de aves y otras cosas. Un día yo andaba entre las matas, siempre me recuerdo, de repente sentía que alguien me seguía, ¡y que diablos! me di cuenta que una viejita andaba con un palito y a veces yo tiraba un papel en algún lugar, la viejita lo pinchaba. Esa fue la primera vez que conocí a una ambientalista. Claro, porque yo nunca había escuchado ni esa palabra hasta hace poco. Yo era un tipo que a mí si había que botar un árbol para hacer una fogata la hacía o quebrar una rama para mí me daba lo mismo. Y de ahí me dijo: 'hijito, todo el mundo quisiera ver el lugar que pasamos igual como usted lo está viendo'. Eso fue para acá por el lado de Puyuhuapi como el 82 o el 84"*. En tono de broma comentamos con el entrevistado que había conocido a "la primera ambientalista de la Región de Aysén" y, al igual que él, era habitante del lugar. En este ejemplo podemos apreciar un cambio que surge desde una concepción del medioambiente como un recurso que se puede utilizar o dispensar hacia una toma de conciencia con respecto al cuidado del lugar.

Este cuidado del medioambiente no sólo se refleja en términos de flora, sino que también de fauna, debido que la caza de pumas antiguamente era muy frecuente sobre todo para cuidar a los animales. En esta línea un guardaparques me relató la historia que contrapone la visión tradicional de su familia y su visión de conservación: *"mi abuelo fue leonero y él trabajó en la Argentina. Habló con un paco argentino y él le dio una arma, un 38, el viejo se metió para allá y trabajó en el campo cuidando a los animales, el hacía matar pumas, pero cuidaba ovejas y en algún momento se fue a trabajar cerca del Parque Perito Moreno en Argentina. Mi abuelo iba a matar a los pumas cerca de la casa de guardaparques, entonces con la ley allá los guardaparques son súper estrictos. Cuando empezó a pasar eso de matar a los pumas ahí dentro del parque, [le decían] 'ya pues don' no puede hacer eso, y mi abuelo decía 'pero si yo estoy cuidando ovejas y tengo que hacerlo'. Resulta que cuando volvió, yo ya estaba trabajando como guardaparques y él me fue a ver a la reserva, ahí yo con mi uniforme, 'hola abuelo y todo'. O sea yo nada que ver, en mi trabajo nomás, aprendiendo. Mi abuelo enojado y yo le decía, 'pero abuelo si es mi trabajo' y conversaba eso 'no, ¿y ahora si yo mato a un puma tú me vai a detener?'. De hecho mi familia no les gusta el trabajo que yo hago, ellos me aceptan a mí porque ellos son ganaderos"*.

A través de esta historia podemos ver una brecha generacional y también "el cambio de los tiempos" y de los significados asignados a la fauna local, donde las actividades que antes eran comunes, ahora están prohibidas. Otro aspecto interesante es la frase de cierre de esta historia "ellos me aceptan a mí porque ellos son ganaderos". Al preguntarle al entrevistado por esta afirmación, comentó que se trataba porque él "era familia" y eso en el campo es muy importante.

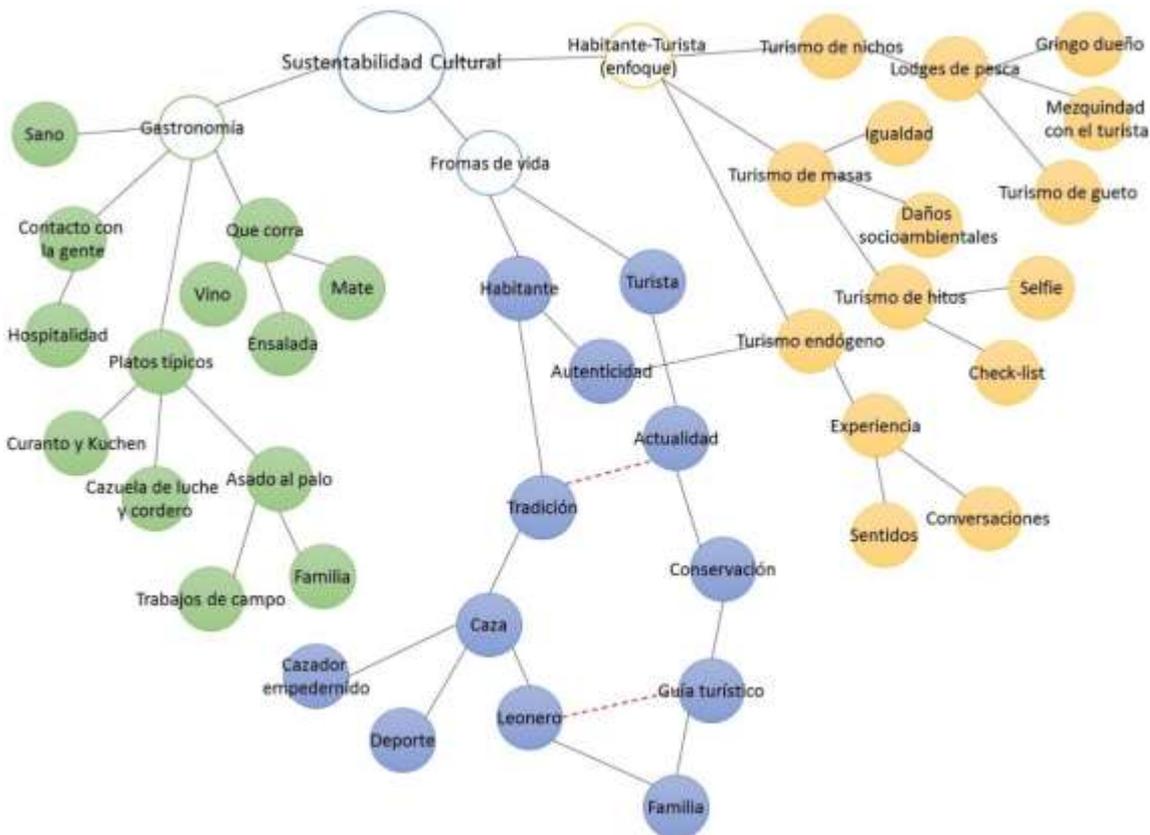
Los ejemplos de caza empedernida e incluso indiscriminada abundan y no se trata solo de casos aislados, pero también se observa un cambio en la visión actual: *"la persona que vive en la Patagonia piensa así, más en esa época, estoy hablando de hace más de 40 años atrás. Era la forma. Una avutarda, un caiquén o una liebre para mí era normal, pero lo que no es normal*

es que si yo no las ocupe, por matar. Entonces después de eso empecé a razonar y me pregunté '¿qué estoy haciendo?'. Yo pertenecía a un club de pesca y caza, era un buen tirador con rifle, escopeta, incluso exportamos [importamos] armas de España unas escopetas especiales que se llaman Patasqueta, una marca bien nombrada en España, que era superpuesta, con amortiguación que tú no la sientes cuando te golpea el culatazo, yo tenía una de esas, una enchapada en plata o sea bien hecha". Aquí también se refleja un aprendizaje y una toma de conciencia con respecto a "matar por matar", que se diferencia bastante al "matar por necesidad" en el caso del cuidado de los animales.

En esta misma línea, el guardaparques mencionado anteriormente relata una anécdota sobre cuando estaba acompañando a turistas extranjeros en una excursión y también da una poderosa reflexión relacionada con su familia: *"estaba toda mi familia y pase por el valle para allá saludando a mi gente, y me dijeron 'este gueón ya se puso gringo, yapo, y con la mochila guón, y tus riendas guón, tus lazos'. Yo iba con mi mochila con los gringos, llegamos al lago de Los Leones y ahí hicimos un trasbordo de comida, llevamos comida para 14 personas que íbamos por un mes, y yo no tenía idea que existía eso ahí, llegamos y empezamos a caminar, pero teníamos que subir al plató, a la pampa de hielo y desde arriba miraba para abajo y toda la gueá así blanco y un vallecito así, y yo decía 'mis abuelos, mi papá, ahí vivían en ese vallecito toda su vida, jamás, o sea yo me sentía privilegiado mirar desde ahí ese vallecito tan pequeño y miraba una pampa de hielo'. En esa época mis abuelos no iban a ir con una primera capa, una segunda capa, zapatos de crampones, arnés, cascos y cuanta gueá te llevai pa'riba. 'Cuida las ovejas gueón, porque si no quedan sin comer'. Con tamango, de hecho yo usaba tamango en ese vallecito ahí, pero cuando uno baja para allá y ves a tu viejo, los viejos te siguen viendo así como 'este anda puro gueviando', 'andas puro gueviando a estos gringos' pero como tú lo vez en la experiencia que tú vives es totalmente [diferente] ¿cómo le haces entender a los viejos, si ellos no lo viven como tú lo vives?".*

Esta diferencia es bastante fuerte y marcada y nuevamente nos lleva a la brecha entre las actividades tradicionales y el turismo, y a la reflexión anterior sobre si la población local debe adaptarse al turista (o seguir actividades de turismo) o el turista a la población local. Cabe señalar que en la Región de Aysén la familia tiene un peso bastante fuerte, no sólo por el aislamiento, sino que también por los vínculos que se forman trabajando la tierra. Este cambio de perspectiva merece ser investigado en mayor profundidad, pues habla de la proyección de la región y su historia.

Red semántica de la sustentabilidad cultural



Red 8 - Red semántica de la sustentabilidad cultural

Como podemos apreciar se identificó una dimensión cultural de la sustentabilidad en el área turística que está relacionada con la relación habitante-visitante, la gastronomía y las formas de vida. Estos tres elementos centrales podrían ayudar a definir un enfoque turístico más consciente, dado que en primer lugar abre la reflexión sobre el rol que tiene el habitante y el rol esperado del visitante.

Indudablemente, creo que estos significados deben debatirse y cuestionarse, pues es uno de los principales nudos problemáticos para definir la actividad turística se relaciona con aspectos volitivos de los habitantes. Tres preguntas clave son ¿quiénes buscan implementar el turismo? ¿Quiénes desean que se generen actividades turísticas? Y ¿los habitantes desean entrar al mundo del turismo? Esto involucra no solo a los actores del turismo, pues los impactos (en sus diversas dimensiones) y efectos de desbordamiento son susceptibles de alcanzar a una gran parte de la población.

Por otra parte, observamos que la gastronomía es una expresión cultural muy arraigada al territorio y, si bien esto ocurre en todas partes, son las prácticas particulares lo que da sentido al juego de roles: "el vino tiene que correr". Estas prácticas son un fiel reflejo de la historia y van más allá de un rol nutricional o hedonista, pues expresan los códigos socioculturales de los habitantes. Cuando comer cordero patagónico se centra exclusivamente en el plato se pierde una gran parte de la experiencia, sin importar el buen sabor que pueda tener este producto local. Para reforzar este punto, retomo aquí una frase de los entrevistados, quien explicaba que la experiencia debe ser "una violencia que involucra todos tus sentidos, los olores, los colores, las conversaciones que tienes, lo que comiste".

Finalmente, en términos de la sustentabilidad cultural observamos algunos cambios significativos de las formas de vida y cosmovisión de los habitantes, como es el paso de un cazador empedernido a una persona consciente de su relación con la naturaleza; es decir, la confrontación entre lo tradicional y lo "nuevo", que si bien está planteado actualmente por el turismo, también tiene raíces en la propia población del lugar (la primera ambientalista de la región). Esta dimensión está, por lo tanto, caracterizada no sólo por una disyuntiva entre el presente y el pasado, sino que además por las formas en que se reflexiona el camino a seguir y se desafía el modo de vivir cotidiano.

7.2.2 Sustentabilidad política

En esta sección se presenta la dimensión política de la sustentabilidad, principalmente, en torno al concepto de conciencia turística, acogida del visitante y relaciones entre actores. Estas categorías profundizan un poco más la relación problemática entre turista y habitante, pero también reflejan algunos desafíos sobre la regulación de la política turística y la visión de conjunto que se esperaría de esta área, particularmente en términos de asociatividad.

7.2.2.1 Conciencia turística, precio justo e intercambio cultural

Este debate con los actores no sólo se abordó en términos de las expectativas que se espera del turismo, sino que además en la forma en que "se hace turismo". Aquí, un concepto clave fue la "conciencia turística", pues involucra prácticas relacionadas con la recepción del turista y también necesidades de regulación o trabajo en conjunto que deben establecerse para realizar de manera adecuada esta actividad. Las políticas públicas (como el Programa de Conciencia Turística de Sernatur) en esta área apuntan a la difusión del turismo y al rol de la población en la acogida del visitante.

En primer lugar, surge como una reflexión relevante las formas en que se observa al turista. El turista extranjero (o "el gringo") se asocia en el imaginario de algunos actores a una persona con mucho dinero y que, por ende, puede pagar tarifas más altas (cobros abusivos). En esta línea, algunos entrevistados comentaron que al turista muchas veces se le da el "garrotazo" o un aumento excesivo de los precios: *"como decimos en buen chileno 'el garrotazo' cuando le cobramos la bebida o el kilo de pan al turista porque sabemos que trae plata. Si aquí cuesta 1300 el kilo de pan en una panadería de barrio no le vamos a cobrar \$3000 o \$4000 porque es gringo"*. Esta práctica se relaciona directamente con la acogida del visitante y la regulación de las tarifas, que por el momento es casi inexistente. En algunos lugares con gran afluencia de público, como Capillas de Mármol, se ha establecido un precio más estable para los recorridos, pero en gran medida se trata de turistas nacionales.

En este contexto surge la noción de precio justo y conciencia turística: *"una conciencia turística es que la población asuma y entienda que la región es un potencial turístico importante, que puede ser visitada por extranjeros y que nosotros como ciudadanos tengamos un buen trato, una amabilidad, una cercanía, tanto desde que llega el turista a la región hasta que se va. Eso tiene que ver con una cultura asociada al turismo que involucre no darle como decimos en buen chileno "el garrotazo" [...] la conciencia turística está asociada al precio justo"*. Podemos observar que la conciencia turística está asociada, por una parte, a la sensibilización de los habitantes y su trato con los turistas y, por otra, a mantener los precios de productos y servicios. El alcance de esta política va más allá de los actores del turismo, pues los visitantes a menudo adquieren los mismos productos y servicios que la población local: compras en negocios de barrio, uso de taxi, recorridos de minibuses rurales, servicios de restauración, mecánicos, entre tantos otros. Esta dificultad se ha trabajado y según uno de los entrevistados *"se ha logrado cambiar la mentalidad en el caso de los operadores turísticos, de restaurantes, en*

alojamiento. Los ñatos querían ganar en dos o tres días o en el mes o en la temporada turística, que es muy corta la región, para todo el año. Eso ha ido cambiando y es bueno. Esa era una de las grandes quejas que tenía el turista". Es importante mencionar que el concepto de "conciencia turística" surgió desde el aparato público, específicamente Sernatur, pero también ha sido apropiado por el sector privado.

Por otra parte, esta conciencia no solo está asociada al precio justo, sino que además a la disponibilidad de servicios: *"hoy en día tú ves que el café Ricer, el otro restorán, el lodge atienden durante todos los días del año, hasta hace siete años atrás atendían solamente hasta las ocho de la tarde, cerraban el local, se echaban el billete al bolsillo y partían*". Aquí se observa un trabajo de sensibilización del sector privado que apunta directamente a la disponibilidad y costo de los servicios.

Este trabajo de generar conciencia también ha permeado otros sectores de la población local, particularmente, dando a conocer una visión más amplia de lo que es el turismo y modificando la perspectiva que sólo se trata de una actividad para extranjeros. Por ejemplo, una de las entrevistadas de la oficina de turismo de la municipalidad comentaba que: *"el año pasado (2013) trabajamos con Sernatur y todas las asociaciones gremiales. Es primera vez que trabajan todas juntas como los servicios públicos y los empresarios. Hicimos actividades para el día mundial del turismo. Entonces, fueron dos días, el primero se capacitó a niños, como charlas de conciencia turística a los colegios municipales, después fueron a un city-tour, fueron desde el centro de Coyhaique hasta la reserva Coyhaique. Porque hay niños que ni siquiera conocían o sabían que existía la reserva. Después, el día sábado hicimos limpieza de ríos en el sector los Chochos, en la mañana con un grupo de scouts del San Felipe [liceo] más la asociación de guías de pesca con mosca*". Aquí podemos apreciar que la conciencia turística está vinculada con una "educación turística", que involucra el conocimiento del propio lugar en que viven los habitantes, y también con el cuidado del medioambiente. En esta iniciativa vemos que se trata de un esfuerzo multisectorial que intenta vincular a la población con el mundo del turismo. Esto inevitablemente nos lleva nuevamente a la relación de la cultura de acogida y el turista. A este respecto, un actor comenta que: *"Aysén es una región con una pequeña comunidad acogedora en general, disponible con el tiempo, que también es una rareza digamos en el mundo y en Chile. Se sostiene por ese lado, nunca hay mala experiencia humana, pero si desde la perspectiva del visitante hay un déficit de conocimiento adquirido o de intercambio cultural*". Por lo tanto, un elemento que no se puede dejar fuera de esta conciencia es el intercambio entre culturas y la mediación de saberes entre el habitante y el visitante.

7.2.2.2 Políticas turísticas e infraestructura

Los actores plantearon que una de las mayores dificultades en términos de infraestructura en la Región de Aysén es la falta de conectividad: *"hay un problema de conectividad, falta pavimento, falta conectarse con la X Región, nosotros tenemos la posibilidad salir por el lado argentino, pero a los argentinos hay que rezarles un padre nuestro y un ave maría para poder pasar*". Esto no sólo ocurre con las vías terrestres, pues como otro entrevistado comenta: *"acá viene un fin de semana largo y hay tres aviones, entonces tienes un cuello de botella. Tienes un fin de semana largo donde podrías tener tremendas ofertas, pero no puede entrar más gente porque no hay más aviones*".

Además de esta falta de infraestructura, diversos actores comentaron que la región no está preparada para acoger turistas y que actualmente este proceso se hace de forma caótica, pues no existe una política turística real: *"Sernatur y la municipalidad no han sido capaces, por ejemplo, de clasificar los hostales. Cuando llegan turistas para acá y no quiere gastarse 70 u 80 lucas en una habitación del hotel Diego de Almagro o del casino, este gallo tiene que ir a un*

hostal, pero ¿a cuál? ¿Qué les costaría a los municipios o a Sernatur hacer una clasificación con mates! el que tiene baño privado, que está bien activo y todo el tema, 3 mates; el que tiene menos, 2 mates. Entonces el turista ya sabe a dónde va, no te va a pedir baño privado ni toallas". Esto podría también ser el reflejo de problemas de asociatividad y de alcanzar una visión común sobre la política turística, pero también permite entrever una falta de voluntad tanto privada como pública.

Con respecto a la falta de una política turística y de regulación del área del turismo, un actor comenta que: *"el esfuerzo tiene que venir de la autoridad, no puede la misma gente intentar provocar ese cambio, entonces hay un tema que es súper ilógico, que en Coyhaique todos construyen como quieren".* No sin ironía y enojo, este mismo actor a través de un recorrido guiado espontáneo comentaba que Coyhaique es un "crimen" en términos estéticos, pues no hay una homogeneidad en la forma de construir: *"mira tenía un colegio rosado con naranjo, lata, en pleno centro, zinc, rosado, mira los cables, la suciedad de cables, si Coyhaique es feísimo, lo salva que tiene un tremendo cerro en un tremendo entorno, pero si tú le sacas los cerros, los ríos, debe ser de las ciudades más feas de Chile".* Claramente algunos entrevistados observan o desean que Coyhaique sea una ciudad turística, pero ¿realmente lo es? o ¿es sólo una plataforma que permite conectar los diversos puntos turísticos regionales? Recordemos que el turismo es un área económica secundaria en la región, esto podría explicar en parte por qué no hay políticas turísticas instauradas. Sin perjuicio de esto, los problemas de conectividad y de vías de acceso no sólo se relacionan con el turismo, sino que con la vida diaria de los habitantes.

Otra categoría que surge con respecto a la política turística es la descentralización y autonomía de la toma de decisiones. A este respecto, una de las entrevistadas comenta que *"aquí también viene el tema de la descentralización, como resulta que todo este país está centralizado, entonces las políticas promocionales de turismo son iguales para todos Chile. Nosotros tenemos que tener en primer lugar platas para el sector turístico, para Sernatur local, y autonomía para que nosotros hagamos nuestras propias políticas de marketing y de promoción local".* Si bien esta apreciación surge en principio por la promoción turística, refleja una relación problemática que existe entre el nivel local y el nivel central o nacional, principalmente por la toma de decisiones.

7.2.2.3 Problemas de asociatividad

Al hablar de asociatividad surgen dos elementos que son particularmente importantes al adentrarse al fenómeno turístico en la Región de Aysén: el individualismo y la desconfianza. Estas características surgieron en numerosas ocasiones vinculadas a la dificultad de trabajar en conjunto o de generar vínculos de asociatividad.

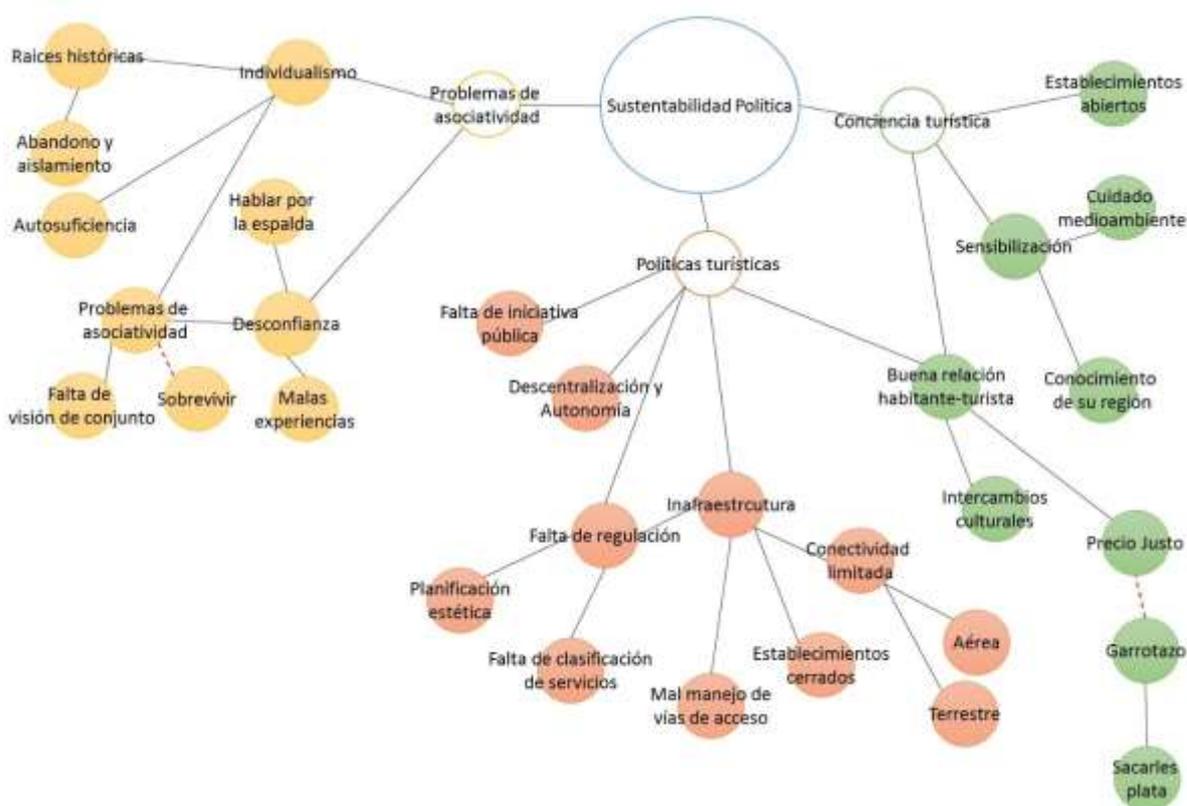
Uno de los actores comenta que este individualismo *"es propio de la región. Es que el Estado a nosotros nos dejó por mucho tiempo abandonados e incluso ahora hemos estado muy alejados de la parte central, entonces eso mismo te crea como una caparazón. Porque los que llegaron primero, llegaron sin ninguna asistencia de nadie, solamente llegaron cabalgando o de a pie y nosotros que somos la segunda o tercera generación estamos con esa caparazón también".* Lo cual (de una manera muy tentativa) podría comenzar a explicar el fenómeno del individualismo. Sin embargo, creo que este elemento en la Región de Aysén ameritaría por sí solo una investigación en profundidad y no exclusivamente en el área del turismo.

Con respecto a la desconfianza uno de los actores comenta que *"lo malo quizás que yo tengo es que no me gusta asistir a reuniones y esta cuestión de vida social y que te palmeen la espalda y después te salen pelando, a mí esa cuestión no me gusta, entonces no asisto mucho a estas reuniones tanto de la cámara [de turismo] como de repente te llaman de la asociación gremial no sé cuánto, la verdad es que no soy muy amigo de esas cosas".* Este fue un discurso

bastante frecuente y, especialmente, cuando se trataba de organizaciones de empresarios o reuniones con el sector público. En esta misma línea, un entrevistado comenta que *"he tenido malas experiencias y he tenido muy pocas buenas experiencias. A mí me gusta decir las cosas tal cual: esta cuestión es negra, negra es, si es blanco, blanco es, si me sale con que es negro y es blanco o rosado sonamos. No, yo me dedico a lo mío déjame solo y yo sabré lo que voy hacer"*. Esto permite ver una falta de apertura al diálogo, pero también una incapacidad para generar instancias "confiables" en que los actores se sientan cómodos debatiendo. Algunos también comentan que esto se debe a la gran cantidad de promesas incumplidas por parte del sector público y, por ende, se trata de un problema de credibilidad.

A pesar de estas dificultades de asociación, un actor plantea la necesidad de establecer relaciones de cooperación como una necesidad para la sobrevivencia: *"entonces hay una cultura, que mucho tiene que ver con el poblamiento de Aysén, que hay una cuestión que no es mala, pero es algo que tiene que ver con esa época. Cuando llegaron los primeros colonos estaban tan aislados unos de otros que tenían que ser autosuficientes y ser muy individualistas, pero hoy en día a través de Internet, las redes sociales, las comunicaciones tú puedes trabajar más en colaboración con otros, en la medida en que trabajas más en colaboración con otros vas a lograr sobrevivir. O sea si yo tengo un hotel, tú tienes un minibús, yo pongo el guía, puedes generar productos más asociativos, que en general para el turismo va a ser mejor"*. Podríamos afirmar que existe un consenso o una suerte de acuerdo sobre las raíces históricas de este individualismo y desconfianza, pero el mayor obstáculo para trabajar en conjunto parece ser la falta de objetivos en común o una postura más amplia del trabajo que cada uno realiza *"pasa que hay muchos proyectos también, hay proyectos de turismo rural y no se juntan con los del turismo científico, y los del turismo científico no se juntan con las cámaras de turismo porque no está dentro de sus objetivos. Cada uno vive encerrado en su burbuja y nadie piensa incluir el otro en su accionar, más allá"*. Por lo tanto, aquí cabe preguntarse si se debe mantener una heterogeneidad basada en el individualismo o se deben mantener las singularidades en los proyectos en común. La solución más obvia parece ser encontrar un equilibrio, pero lo que es aún más claro es que hay problemas comunicación y credibilidad que impiden el trabajo en conjunto.

Red semántica de la sustentabilidad política



Red 9 - Red semántica de la sustentabilidad política

Se identificó una dimensión política de la sustentabilidad que involucra principalmente las categorías de conciencia turística, políticas turísticas y problemas de asociatividad. Estos tres elementos permiten adentrarse en ciertas características estructurales que influyen directamente en la globalidad de la actividad turística, tanto a nivel de acogida (conciencia turística), regulación (políticas turísticas) como de acuerdos (problemas de asociatividad).

La conciencia turística se centró particularmente en la sensibilización de la población sobre el mundo del turismo y el conocimiento de su propia región. De esta manera, se observa que desde los distintos sectores se intenta romper con el estereotipo o el sesgo de que el turismo sólo es para extranjeros o personas con muchos recursos. Esto también involucra un cambio de la visión que se tiene del visitante, que se materializa en una lógica del precio justo y un mejoramiento de la acogida. Este aspecto más normativo también podría generar relaciones más cercanas e intercambios culturales un poco más profundos, pues la población de acogida estaría más consciente del rol y la visión del turista, y no sólo en términos económicos.

Las políticas turísticas, por su parte, parecen ser incipientes, dado que los actores del turismo plantearon principalmente críticas y una gran falta de regulación o clasificación (estética de la ciudad o estándar de alojamiento). Los entrevistados aquí se centraron en la falta de compromiso y trabajo del sector público, pero desde mi perspectiva también debería considerarse el rol de los propios habitantes y también del sector privado, pues ellos también se encuentran directamente involucrados en esta área y es necesario generar una mayor participación para alcanzar una visión de conjunto. Nuevamente, aquí surge la pregunta sobre quién busca el turismo o si la Región de Aysén desea realmente transformarse en un destino

turístico. Otra barrera que también se encauza a través de las políticas turísticas son los problemas de conectividad aérea y terrestre y también la falta de infraestructura. Evidentemente, este es un problema que no sólo afecta al área del turismo, sino que a la población en general y a otras áreas productivas, y que desde la perspectiva de los entrevistados debería trabajarse de manera urgente. Esto también me lleva a pensar como una actividad productiva comienza a transformar y a permear la toma de decisiones de un lugar en particular, pues algunas necesidades comienzan ser más urgentes en la medida que un sector tiene un mayor auge o personas interesadas.

Finalmente, dentro de la sustentabilidad política del turismo encontramos los problemas de asociatividad. Los entrevistados comentaron que el fondo de este problema son principalmente el individualismo y la desconfianza. Los actores afirmaron que estas características tienen raíces históricas de la población, principalmente debido al aislamiento, pero que se deben trabajar para tener una visión en conjunto y también para mantener la actividad en el tiempo. Como mencionaba anteriormente, el individualismo y la desconfianza en la Región de Aysén ameritan por sí solos una investigación en profundidad, pues estos problemas de asociatividad del turismo son tan sólo la punta del iceberg.

7.2.3 Sustentabilidad económica

En esta sección se presenta la dimensión económica de la sustentabilidad cuyas categorías principales son empleo, financiamiento público y emprendimiento. Uno de los puntos más relevantes de esta dimensión es el fenómeno de la estacionalidad, pues nos permite observar de manera muy clara la incidencia del clima en el empleo y los cambios que genera el turismo en términos laborales durante la temporada alta. Otro elemento importante es el financiamiento público, pues además de permitir que surjan nuevos negocios o emprendimientos, también parece generar cierta dependencia según los entrevistados.

7.2.3.1 Empleo, estacionalidad y trabajo flexible

El clima es un aspecto muy relevante al referirnos a la economía del turismo, pues este elemento natural modifica en gran medida las formas de vida de los habitantes: *"en Aysén, las cosas no son rápidas, son lentas y son estacionales. En el otoño o en invierno las cosas van a otra velocidad; en el verano las cosas son rápidas, cuando sale el sol y el pasto está verde y hay luz y las vacas engordan. Hay que entender el contexto local y hay que tener proyectos locales para el contexto local"*.

Esto genera que el turismo sea una actividad secundaria en la Región de Aysén. La temporada turística en Aysén dura alrededor tres meses (desde diciembre a febrero), lo cual no permite hablar de manera concluyente de una región turística: *"el turismo no es un trabajo que dure todo el año y si dura en el invierno es a muy baja escala, entonces no es un tema que del turismo la gente vaya a vivir el año completo"*. A este respecto, también podemos decir que se trata de una forma de flexibilización del trabajo, ya que hay un cambio de rubro durante un periodo particular, pero el resto del año se sigue desarrollando una actividad más estable: *"yo tengo un trabajo estable, pero también trabajo como guía o trabajo como porteador (el burrito que llevara comida y las maletas, él que arma la carpa), pero claro una persona que se dedica es igual complejo. En general, mis amigos guías tienen su campo, se dedican a sus animales, u otro tipo de actividades. Hay algunos que están haciendo doma racional en invierno y en verano hacen expediciones, siempre como una actividad complementaria, a menos que comience a hacer actividades de invierno, de nieve"*. En algunos casos, observamos un cambio de actividad (guardaparques-guía) y en otros se mantiene la actividad, pero cambia la finalidad;

por ejemplo, un entrevistado del área del transporte afirmaba que durante todo el año presta servicios al sector público, pero durante el verano realiza diversos recorridos en la región, especialmente a Capillas de Mármol.

Vivir del turismo como actividad principal, por lo tanto, no es posible o es muy difícil.: *"aquí lo que pasa es que mucha gente que trabaja en turismo hace otras peguitas, entonces tienen sus campos y son ganaderos, o tienen algún negocio con la leña o se dedican al corretaje de propiedades o son profesionales, los que tienen negocios me refiero. Pero gente que viva casi exclusivamente del turismo son pocos. Algunos tienen negocios turísticos, pero además tiene un restorán, minibuses, camiones, entonces eso es lo que les permite vivir el resto del año, los que viven 100% del turismo lo pasan mal".*

Frente a esta situación, algunos entrevistados plantearon que se debe extender la temporada turística y generar una doble estacionalidad, que incluya actividades de invierno: *"mientras no haya una doble temporada están fritos, porque obviamente tienen que pagar sus cuentas. Las cabañas que tenían para turismo las terminan arrendando mensuales durante todo el año, porque les conviene, porque en el fondo lo que van a ganar en el verano se les va a las pailas en marzo, porque ya no hay turistas, y hay que mantener esas cabañas, hay que mantener inversión generalmente".* Por lo tanto, la sustentabilidad económica está fuertemente relacionada con mantener el trabajo o la inversión durante todo el año: *"la sustentabilidad principal es tener empleo y tener trabajo todo el año. Hay muchos esfuerzos de todos los sectores por tener más turistas concentrados en el verano, pero no hay promoción del invierno. Tú ves folletos y nadie está promoviendo actividades en invierno o los fines de semana largos. Entonces yo creo que la gente todavía está concentrada en que todas las fotos en los folletos que sean con cielo azul".*

Una crítica muy interesante con respecto al fenómeno de la estacionalidad es no sólo la necesidad de tener actividades en invierno, sino la insostenibilidad de continuar promoviendo el turismo durante el verano en algunas zonas: *"los meses de enero y febrero siguen siendo los meses fuertes, entonces ahí genera la insostenibilidad que se da en estos dos meses...hubo un boom hacia las Capillas de Mármol, pero no se quedan en Tranquilo y no hacen nada más, ningún otro producto, o sea es ida y vuelta, ida y vuelta, entonces ya estamos entrando al turismo masivo, que no es turismo sostenible".* Incluso aquí se puede hablar de una "sobredosis de turismo" y una falta de regulación de esta actividad: *"No hay políticas para anticiparse la sobredosis de turismo. En el caso de Tortel, nos decían que pasaron de 6.000 a 10.000 turistas este año. Entonces la presión que eso significó en dos meses fue un colapso: no había donde alojar a la gente, hubo una mala atención obviamente, los alojaron en un gimnasio, la gente llegaba a Tortel y no tenía como devolverse ese mismo día a Cochrane. Entonces se produjo una serie de desagradados para el visitante y además unos impactos ambientales, particularmente las aguas servidas, impresionante. Una caleta hedionda en verano con el calor y las aguas servidas que van a la caleta sin ningún tratamiento".*

Aquí podemos observar una sobreexplotación del recurso durante el verano, que no se renueva durante el resto del año. Además, es necesario reflexionar sobre esta presión que ejerce el turismo en ciertos hitos turísticos, pues no sólo cambian los modos de vida local durante una temporada, sino que también generan impactos negativos más duraderos. Sin lugar a dudas, este fenómeno se agudiza con la falta de regulación turística.

7.2.3.2 Financiamiento público y emprendimientos

En Chile se ha instaurado en las últimas décadas la lógica del "emprendimiento", la "innovación", las "relaciones de sinergia", los "fondos concursales", como formas de alcanzar nuevos horizontes económicos y salir de la pobreza. El turismo en la Región de Aysén no está

ajeno a esta lógica de "proyectos": *"el sector público a través de fondos de Corfo, de Sercotec, de Indap está apoyando y sigue apoyando una apuesta de muchos negocios que hubieran desaparecido si no es por estos fondos. Derechamente hubieran desaparecido"*. Aquí es necesario preguntarse si el apoyo a través de fondos públicos es una forma de sustentabilidad, pues ayuda a mantener un negocio en el tiempo, o si se trata más bien de insustentabilidad, porque los negocios no se pueden mantener por sí mismos.

En algunos casos, los entrevistados comentaron que hay buenos resultados, especialmente en el ámbito del fortalecimiento gremial y la generación de vínculos de asociatividad; sin embargo, se debe analizar si hay una cierta dependencia: *"Indap, yo creo que no es la idea que nos dejen, porque ellos nos financian el personal, los gastos operacionales, ya sea el teléfono, la participación en una feria, entonces si Indap nos deja, ya va a ser un golpe violento económicamente. Si bien se está solventando por ventas, no alcanzan al nivel de poder mantenerla durante todo el año"*.

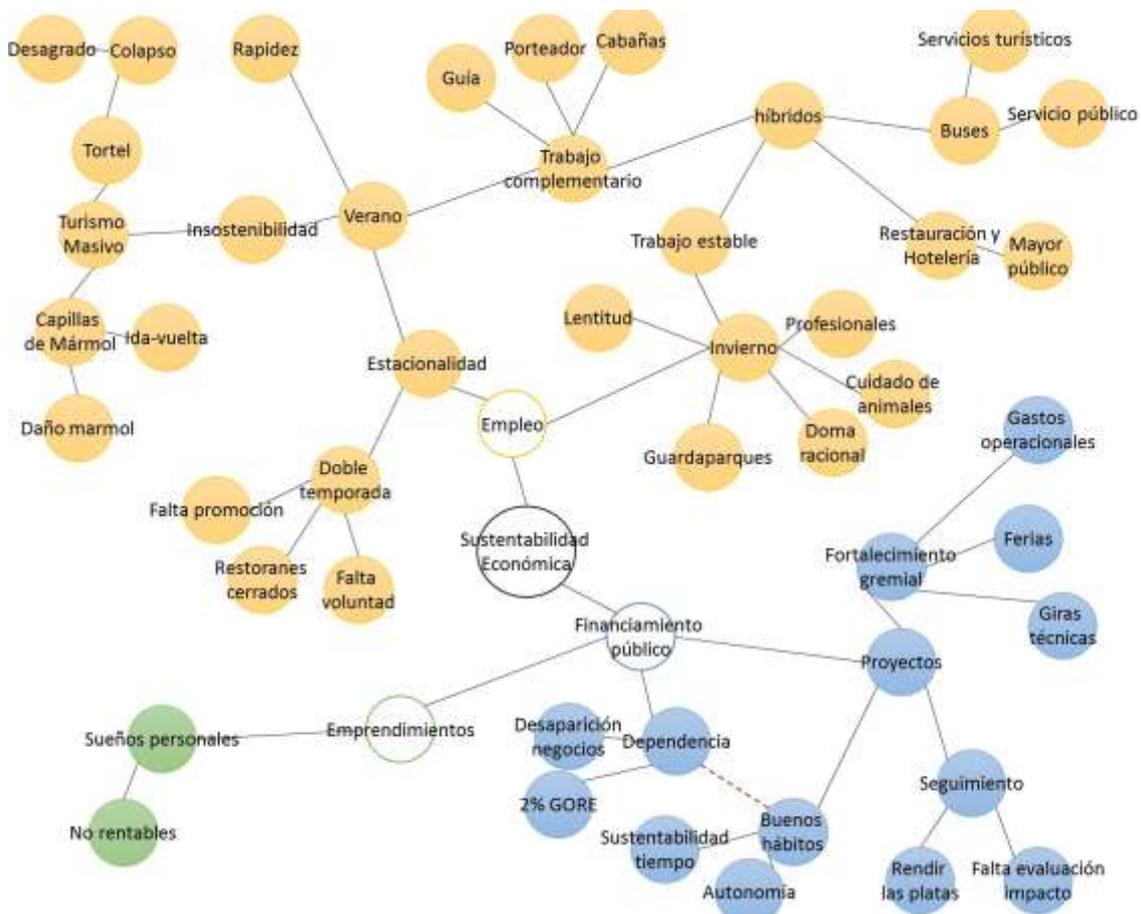
En esta misma línea, surgen algunas críticas relacionadas con la forma en que se concibe un proyecto, ya que muchas veces están más enfocados en "rendir las platas" que en los impactos en la comunidad local: *"vivimos de eso, o sea para mí la palabra 'proyecto' es rendir facturas, un proyecto se plantean objetivos que se ven bien en papel. Están más preocupados de que rindas las facturas y por el monto que tú dijiste que iba a ser que el impacto que el gasto generó. El año pasado yo postulé a un proyecto de capital semilla y me apoyaron con 5 millones de pesos, me permitió comprar más kayak, pero nunca nadie me vino a preguntar de qué manera y en qué cantidad estos 5 millones, que fueron plata de todos los chilenos, me apoyó en el desarrollo del negocio y cuáles son las implicaciones que eso ha generado y cómo ve la sustentabilidad"*. Esto revela una carencia de evaluación de impactos y, además, una falta de monitoreo de los proyectos turísticos que se desarrollan.

Sin lugar a dudas, la sustentabilidad económica del turismo está vinculada a la continuidad de una actividad o servicio en el tiempo, pero al parecer también está estrechamente relacionada con la autonomía de los proyectos: *"tú lo que tiene que hacer es generar un proyecto, pero que dé sustentabilidad en el tiempo y que cree buenos hábitos, pero también preocuparte de ver cómo esos proyectos pueden ser sustentables en sí mismo y que no dependan del 2% del gobierno regional, porque hoy en día todo está basado en el 2% del gobierno regional, da mucha plata, y si no existiera ese 2% no se podrían hacer los festivales costumbristas, no se podrían hacer campeonatos deportivos, pero están basados en que todos los años van a tener el 2% y ¿cómo genera eso sustentabilidad?"*.

Con respecto a la generación de nuevos emprendimientos turísticos en la región, algunos actores plantean que se trata en algunos casos de iniciativas individuales y "un sueño personal" más que proyectos bien formulados: *"si bien muchos de los emprendimientos son ideas interesantes, se construyen en base a una voluntad del individuo a una suerte de sueño personal, entonces no se plasma desde un negocio, en algunos casos sí, pero la mayoría no son así. Entonces tú te das cuenta que se mantienen negocios que no son rentables, yo creo que podríamos decir que el 80% de los negocios regionales no son rentables en términos estrictos. Después sí sostienen a una familia, sostienen a los dueños, la familia que está detrás, pero en general en tema de los números, si tuviese que reinvertir cada tres años lo que corresponde, para renovar la infraestructura estaría a pérdida. Se capitaliza, pero los negocios en sí no son sostenibles, económicamente hablando"*. Aquí los aspectos económicos también nos remiten a los sueños o aventuras personales, que en muchos casos pueden ser insostenibles. Este fenómeno podría explicar el fracaso de algunos negocios, pero también revela una necesidad de divulgar los requerimientos y obligaciones de un negocio turístico, como son la renovación de infraestructura, reinversión, contratación de personal, protocolo de acogida del visitante, condiciones de seguridad, entre tantos otros. En este caso también se

debe reflexionar sobre la aparición de nuevos prestadores de servicios y las condiciones en que trabajan, pues como comentaba uno de los entrevistados: "en el caso de Tranquilo se están multiplicando los operadores, la calidad es cualquier cosa, hasta que llegue un accidente".

Red semántica de la sustentabilidad económica



Red 10 - Red semántica de la sustentabilidad económica

La sustentabilidad económica del turismo se relaciona principalmente con los conceptos de empleo, estacionalidad, financiamiento público y emprendimientos. Estos elementos no sólo presentan una caracterización del ámbito económico del turismo, sino que además permiten desafiar de manera temprana algunas prácticas como "la sobredosis de turismo" durante el verano y la falta de evaluación de proyectos con financiamiento público, que se relacionan directamente con la sustentabilidad. A este respecto se aprecia una postura crítica desde los propios actores, quienes señalaron de manera clara algunos fenómenos insostenibles.

El turismo es una actividad económica secundaria que ocurre mayoritariamente durante una temporada específica. Podemos ver una flexibilización del trabajo donde diversos actores cambian de actividad durante el verano, pero mantienen un empleo más estable durante el resto del año. En algunos casos, sólo se aprecia una mayor afluencia de público, especialmente los rubros de restauración y hotelería. Sin embargo, en otras áreas, como los servicios de guías turísticos, se detienen completamente durante el invierno.

Al hablar de la estacionalidad, la primera pregunta que surge es si se debe tratar de implementar una doble estacionalidad o si se debe mantener las actividades turísticas sólo durante el verano. La mayor parte de los entrevistados coincidió en que se deben generar

actividades en invierno, pero para cumplir este objetivo mencionaron que se requiere una mayor participación del sector público y una mayor promoción fuera de la temporada alta. Ciertamente se evidencia que algunos hitos turísticos están sobrefrecuentados y ya se observan impactos negativos, por ejemplo, el caso de Tortel y Capillas de Mármol.

Podríamos plantear, por lo tanto, que por ahora las actividades económicas relacionadas con el turismo se "autorregulan" o, dicho de otra forma, no tienen mayor regulación. Esto también nos remite a los negocios que son sueños o aventuras personales, más que proyectos planteados de manera coherente y que se mantengan en el tiempo (rentables). Más allá de los aspectos económicos, esto podría generar graves daños en términos socioambientales, pero también accidentes debido a la falta de requerimientos básicos y conciencia de los nuevos operadores.

Un elemento que destaca es la crítica a la falta de seguimiento de los proyectos con financiamiento público, pues según algunos entrevistados sólo se centra en "rendir las facturas" y descuida la evaluación de los impactos generados en la población local. Un entrevistado aquí comentaba la falta de evaluación de la rentabilidad social del financiamiento público: *"ver como tus 500 lucas se pueden replicar y convertir en 5 millones y cómo esa rentabilidad social, porque es plata de todos los chilenos, se puede convertir en una política pública. No es una cuestión que diga 'ah, el 2% me dio la plata y aquí está el logo', que finalmente eso es lo que les preocupa, que digan eso en el diario, que aparezca el logo, y que rindan las facturas bien"*. Esta crítica me parece bastante interesante, pues cuestiona la transparencia más allá de la contabilidad o rendición y se centra en el producto o los resultados de la inversión.

7.2.4 Sustentabilidad ambiental

En esta sección se presenta la dimensión ambiental de la sustentabilidad. Sus principales categorías fueron la conciencia ambiental, la participación de los pobladores y la denominación de origen. Es preciso señalar que antes de la aplicación de esta investigación, consideraba que la sustentabilidad ambiental sería la dimensión más extensa y comentada por los actores; sin embargo, representó un punto de partida que posteriormente se fue ramificando hacia las otras dimensiones anteriormente analizadas.

7.2.4.1 Conciencia ambiental

La sustentabilidad ambiental del turismo se presentó como uno de los mayores desafíos y necesidades actuales. En términos generales se planteó que la sustentabilidad se basa en *"tener técnicas propias del cuidado del medioambiente, técnicas de impacto mínimo en la naturaleza, aprovechar recursos renovables, en reutilizar..."*.

Claramente, la sustentabilidad ambiental está relacionada con el cuidado y la conservación del entorno. Una de las entrevistadas destaca el rol de la empresa en este cuidado y la toma de conciencia del Estado: *"todas esas señales que hemos dado desde Aysén han hecho que el gobierno en este momento (no sé si será muy egocéntrica) de alguna forma tome conciencia del patrimonio ambiental que hay en la Región de Aysén, de que tiene que cuidarlo y que es un capital que nosotros no podemos seguirlo haciendo mierda como se dice, sacando los árboles, ensuciando las aguas. Entonces, efectivamente hay gente que tiene prácticas, pero la gente tiene que dar más todavía, la empresa tiene que ser más profunda, tiene que tener una política empresarial de sustentabilidad"*. Cuando menciona la toma de conciencia del patrimonio ambiental por parte del Estado, la entrevistada se refiere especialmente a la cancelación del proyecto de HidroAysén y cómo la unión de diversos actores locales permitió este logro. Entonces aquí la asociatividad también toma un rol ético sobre la relación con la naturaleza: *"actores que están fuertemente sensibilizados de los desafíos del turismo, el cuidado de la*

localidad, el mejoramiento del entorno, al cuidado ambiental, etc. porque si se focalizan en su producto, en su experiencia única y personal, se desvinculan de otros desafíos”.

Al hablar de sustentabilidad y medioambiente, la iniciativa mencionada con mayor frecuencia fue la eliminación de la bolsa plástica en la Región de Aysén. Al momento que se realizó la recolección de información de esta investigación (marzo de 2014), este proyecto estaba en discusión: *“hay un proyecto para eliminar la bolsa plástica en toda la Patagonia, yo creo que eso es fundamental. Sé que también el alcalde está con las actividades y algunas decisiones tomadas ya y que muy pronto ya se va a saber que en los supermercados de acá de Coyhaique no se va poder usar más la bolsa plástica”.* Esta iniciativa finalmente se aprobó en octubre de 2014 y la mayoría de los entrevistados se mostró a favor de este proyecto.

Un entrevistado de una asociación gremial, al hablar de sustentabilidad ambiental, expone que se requiere un cambio a nivel de prácticas: *“tenemos un montón de impresoras ahí guardadas que no sirven para nada, pero hay que dejarlas guardadas porque son patrimonio de la asociación”.* Por lo tanto, el cuidado del medioambiente y específicamente el reciclaje requieren una modificación de la estructura interna de ciertas asociaciones, por ejemplo, de los estatutos donde se detalla la administración del patrimonio de la asociación. En este aspecto se observa una transición, pues se comienza a identificar ciertos elementos que anteriormente eran la norma y ahora parecen inútiles, como acumular máquinas dañadas en lugar de reciclarlas.

Algunos entrevistados también comentaron que la sustentabilidad se emplea como una suerte de propaganda: *“hay proyectos que viven y mueren con la idea de vender sustentabilidad, y viene alguna empresa, algún consultor, algún proyecto, que le ponen la palabra sustentable y se buscan lucrar con ese título”.* Este elemento también se presentó en el marco teórico y en la introducción de esta investigación cuando se hablaba de "empresas sustentables" o "universidades sustentables", que en algunos casos sólo se presenta como un "gancho publicitario", pero que no estaba anclado a ninguna práctica específica.

Sin embargo, los entrevistados comentan que algunos empresarios conscientes de los desafíos ambientales han comenzado a tomar algunas medidas tangibles con respecto al uso de recursos: *“en el Ricer que tengan paneles solares, ya es un paso importante o algunos negocios que están calentando agua o que están utilizando energía solar o que están siendo más cuidadoso con su basura, pero yo creo que eso ya no es sustentabilidad, sino es como tiene que ser nomás”.* Es interesante rescatar que esta afirmación muestra una transición de lo que antes era un ideal o "lo que se debía hacer" y su evolución hasta establecerse como la norma; es decir, el asentamiento de una nueva cultura en la relación con el ambiente.

La conciencia ambiental no sólo se relaciona con la flora o no tirar basura, sino que además con ciertos ejercicios de concientización de la población general: *“entonces la gente ha ido tomando cada vez un poquito más de conciencia; por ejemplo, cuando ve un letrero que dice en la carretera ‘zona de existencia de huemules’ la gente baja un poco la velocidad, va contemplando el paisaje, tiene ese nivel de respeto y cuidado, porque ya ha ocurrido especies de características han muerto por atropello”.* En este sentido un elemento tan simple como un letrero muestra una preocupación por las especies silvestres autóctonas del lugar, pero también podría considerarse una forma de propaganda turística, pues perfectamente el visitante podría subentender "prepare su cámara, zona de huemules". Sería interesante investigar los diversos elementos materiales que van influenciando el imaginario turístico del visitante y los pobladores, más allá de los letreros que dicen "zona turística" o "mirador", pues el cuidado de la flora y fauna también invita a observar ciertos elementos que muchas veces pasan desapercibidos al viajar por el camino.

Con respecto a esta conciencia ambiental es preciso destacar que el 8 de abril de 2015, Coyhaique fue catalogada por Air Quality Index como la ciudad más contaminada del mundo.

Esto refleja nuevamente grandes desafíos ambientales y problemas de regulación, pero también me lleva a preguntarme si la conciencia ambiental sólo existe durante el verano o en el área del turismo. Esta contaminación se debe principalmente al uso de leña mojada durante el invierno, por lo que es necesario reflexionar sobre qué ocurre con esta "Patagonia Reserva de Vida" durante los meses de invierno.

7.2.4.2 Participación de la población local

Anteriormente un entrevistado comentaba que no se trata de sustentabilidad, sino "*como tiene que ser nomás*". En esta línea, varios actores plantearon que se necesita incluir a toda la población local y no sólo a las personas que trabajan en turismo: "*involucrar a los pobladores es la única forma de que la gente te ayude a cuidar el medioambiente, si les da a ellos, si están ganando plata ellos, por supuesto que se van a sentir interesados, van a querer ser parte, pero si en este momento tú le dices a alguien '¿por qué no cuida? puta, fíjate que viene la gente del lodge a pescar, sino se va a terminar la pesca', '¿y a mí qué me importa la pesca que esto huevones ganen plata si yo no gano nada, yo no veo ni uno!*". Esta afirmación me parece muy pertinente, pues una de las entrevistadas que no pertenecía al área del turismo planteó que: "*a nosotros nos dicen 'cuidemos nuestra reserva de vida', pero qué reserva si ya no nos queda nada, lo han vendido todo, entonces es algo como contradictorio porque, ¿qué cuidamos? yo cuido lo mío, pero lo que no es mío que lo cuida el dueño*". Esto refleja un nudo problemático cuyo origen parece estar anclado a la propiedad de la tierra. Evidentemente, este comentario refleja a simple vista un descontento, que también podría tacharse de individualismo, pero creo que también demuestra un desarraigo con lo que comúnmente se denomina "lo nuestro", pues para llegar a algunos hitos naturales se debe pagar una entrada o simplemente no hay acceso. Más allá de cuestionar si la propiedad de la tierra debe ser de chilenos, patagones o extranjeros, creo que el debate debe estar en torno al uso que se le da a la tierra y la regulación de las vías de acceso.

Como hemos visto lo largo de este artículo, algunas posturas plantean que todas las tierras son de "ellos", los "otros", los "extranjeros", los "que tienen plata", pero cabe preguntarse también por quién vende la tierra. Si bien este debate surge en primera instancia como un elemento político-económico, creo que sus efectos también generan ciertos regionalismos. Este creo que es un punto bastante delicado, pues muchas veces los habitantes sienten "que están haciendo patria": "*el Estado tiene una gran responsabilidad porque nosotros, y esta frase que quede bien aquí, se habla de que estamos abandonados y todo el tema, nosotros hacemos soberanía*". Por otra parte, este involucra reflexionar sobre la "identidad patagónica" y "el orgullo de ser [gentilicio de la localidad]", lo que indudablemente lleva a ciertas formas de racismo: "*los israelitas una cultura muy extraterrestre. Ellos todo lo reclaman, nada está bueno, tú le cobras encuentran todo caro. Si tú entrevistas a cualquiera, cualquiera que trabaje en turismo pregúntale sobre los israelitas*". También está el discutido caso de Douglas Tompkins: "*Tompkins pesca a su gente con un avión en Balmaceda, lo lleva Cochrane, los baja, los lleva a su estancia, los tiene cuatro o cinco días. Con otros es la misma situación, ellos vienen a pescar acá, a lo mucho la vieja de Ñirehuao le hace la cama al gringo y si lo ve arranca, porque no los dejan, se pueden ensarnar los gringos*". Aquí, por lo tanto, se observa un nudo problemático entre la tierra, el habitante y el extranjero.

Esto involucra ciertamente la necesidad de emplear a habitantes locales "*desde la planificación de las expediciones al desarrollarlas al preferir trabajar en forma local y con gente local y potenciar negocios pequeños de gente*" hasta preferir productos locales "*yo creo que también habla de la sustentabilidad. Porque yo estoy ayudando a mi región, estoy comprando a mis proveedores*".

Regresando al cuidado del medioambiente, uno de los entrevistados comentó que se debería especificar la cantidad de usuarios que puede tolerar un espacio ambiental: "*lo que yo digo es*

que tú no puedes separar lo social de lo ambiental, tienes que utilizarlo en beneficio de la gente, entonces ahí tiene que ver cuanta gente puedes poner en el ventisquero, que es lo que hay que cuidar". En cierta medida, esto también se plantea para el cuidado del recurso y la progresión de la actividad económica en el tiempo, pues un guía de pesca con mosca comenta que *"estamos declinando, porque no se ha cuidado el recurso, porque no se ha tenido la precaución de legislar cuantas cañas caben en cada lugar de cada río"*. Podemos destacar aquí entonces que lo ambiental es social, pues requiere involucrar a la población local y trabajar en conjunto. La pregunta que siempre queda es cómo, porque todos los actores identifican esta necesidad, pero las propuestas son escasas.

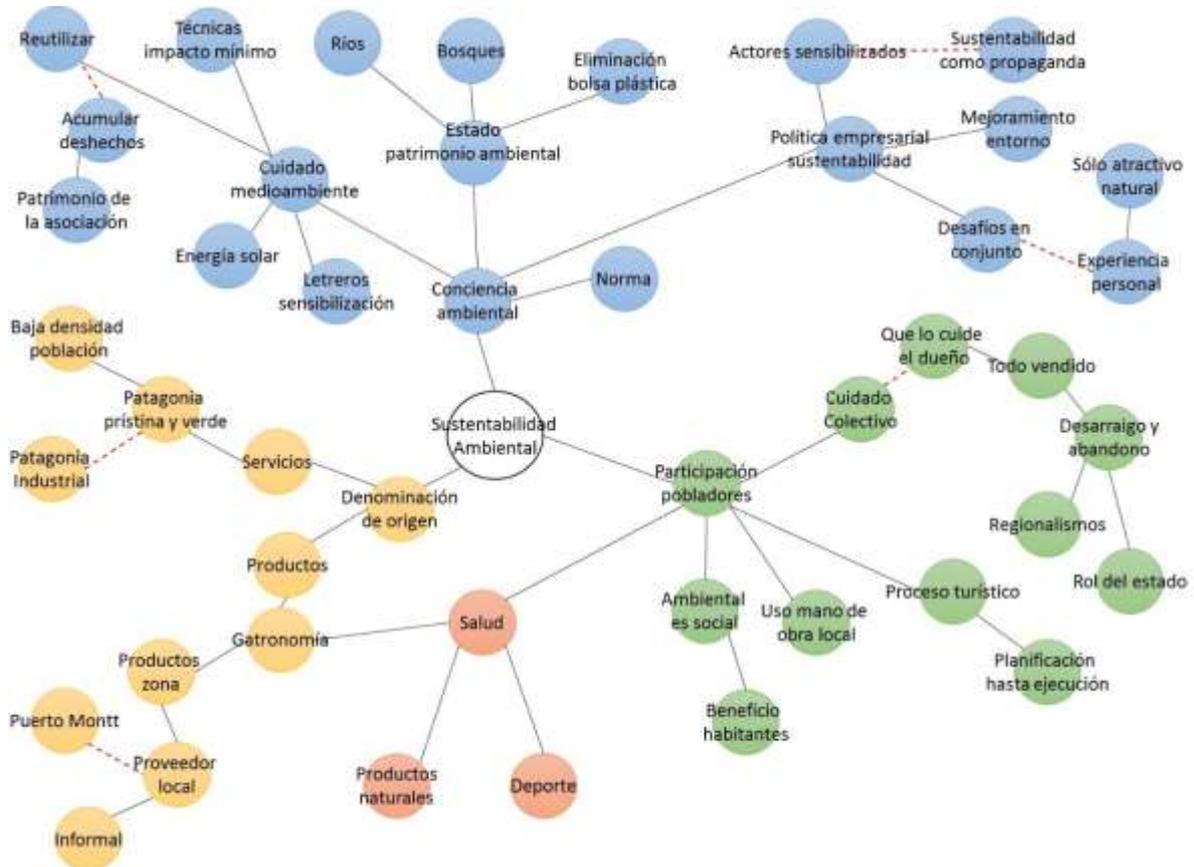
7.2.4.3 Productos locales y denominación de origen

Dentro del debate ambiental también surgió la necesidad de emplear productos locales y la denominación de origen como alternativas económicamente viables, pero que también ayudan a la preservación del espacio natural: *"servicios turísticos que tengan todos una denominación de origen, que vengan del concepto Patagonia, pero de esta Patagonia, no de la Patagonia industrializada de Punta Arenas, sino que de la Patagonia verde, la Patagonia prístina, la Patagonia con baja densidad poblacional"*.

La gastronomía se planteó dentro de una dimensión cultural anteriormente, pero también se encuentra arraigada al uso de productos naturales propios de la zona: *"ahora que está todo lo verde y está todo lo del producto natural y eso es lo que también la lleva en la gastronomía. O sea un chef que quiera cocinar con ruibarbo y que tú puedas encontrar ruibarbo en esta fecha o imagínate alguien de Santiago y me llaman 'por favor consígueme ruibarbo', 'me muero por unas grosellas'"*. Esto también plantea un desafío para los pequeños productores de la región y el manejo y cuidado de sus productos: *"a mí me encantaría poder comprarles productos regionales, pero también ahí hay un tema de las facturas y hay un tema que para nosotros tener proveedores. Yo necesito a veces algunos productos y ¿sabe dónde los voy a comprar?... a Puerto Montt. Entonces yo creo que ahí tenemos que seguir trabajando, porque yo no puedo comprarle a un caballero que viene a venderme un salmón... te imaginas que les pasa algo, tengo un proceso contable de por medio y todo, entonces como yo cómo justifico que compré esos locos ¿y si estamos en veda?"*. Aquí, nuevamente se observa una transición entre los procesos que se han realizado de manera tradicional (producción y venta) y la nueva institucionalidad que requiere un manejo más detallado de la gestión; en términos simples, una certificación de los procesos y las condiciones sanitarias.

Finalmente, algunos actores observaron el turismo como un fenómeno multidimensional que es capaz de permear las distintas áreas en que se desenvuelve el individuo. De esta manera, uno de los actores vinculados a la capacitación de guías comenta que la relación y el impacto que podría tener el deporte y el turismo: *"puedes hacer un curso de capacitación con niños y puedes hacer más competencia formativas con jóvenes de distintas localidades para que aprendan a escalar, para que aprendan a andar en esquí, para que aprendan a andar en raquetas, cosas de bicicletas, impactos a largo plazo para que en 10 años más tengas jóvenes con buena salud y no tengan que ir al doctor"*.

Red semántica de la sustentabilidad ambiental



Red 11 - Red semántica de la sustentabilidad ambiental

La sustentabilidad ambiental del turismo surge de los conceptos de conciencia ambiental, participación de pobladores y denominación de origen.

Como era de esperarse, los actores mencionaron en torno al concepto de conciencia ambiental la necesidad y desafíos de preservación de la naturaleza y también el manejo de la basura. Sin embargo, aquí destaca la conciencia ambiental como una norma, que desde la postura de uno de los actores no se podría definir como sustentabilidad, sino "*como tiene que ser nomás*". Es preciso mencionar que todos los actores del turismo estuvieron de acuerdo con este punto, lo que cambió fue el grado de uso o el tipo de actividades de naturaleza. Por ejemplo, algunos mencionaron que la naturaleza hay que aprovecharla, pero con impactos mínimos (transporte); mientras que otros comentaron que hay áreas que deben mantenerse exclusivamente para conservación (guardaparques). Es interesante también el rol que se percibe del sector privado en esta área, pues a diferencia del énfasis en el sector público de las dimensiones anteriores, en este se presentó a los empresarios como un actor central para cuidar el patrimonio ambiental.

La participación de los pobladores es una de las categorías más heterogéneas, pues involucra la relación entre el habitante, la tierra y el extranjero. Aquí nuevamente percibimos una reflexión sobre el concepto de "gringo dueño", pero también vemos que el cuidado de la naturaleza en algunos casos está vinculado a la propiedad privada, lo cual podría ser una suerte de condición o excepción de la conciencia ambiental. Esto refleja la necesidad de divulgación de la actividad turística y también, tal como mencionan los entrevistados, involucrar a la población y las

actividades turísticas desde la planificación de los proyectos hasta su ejecución. Un aspecto interesante de este debate es que lo "ambiental es social", esto quiere decir que la población local debe gozar de los beneficios del entorno natural. Lo cual entrega un nuevo matiz al concepto de sustentabilidad ambiental y lo acerca a la idea de equidad.

Finalmente, encontramos el concepto de denominación de origen que refleja una visión de un turismo "verde", de una región prístina y con baja densidad de población. Aquí también destaca la gastronomía con productos de la zona y proveedores locales, sin embargo, la dificultad aquí se encuentra en la forma tradicional de producción y los requerimientos de la institucionalidad (facturas, procedencia, condiciones sanitarias, etc.). Este vuelco hacia los productos del territorio también se asocia a una mejor calidad de vida y salud, por ejemplo, con una mayor cantidad de productos naturales.

7. CONCLUSIONES

Para concluir es necesario precisar que las hipótesis de trabajo de investigación fueron claramente rechazadas y, más aún, después del proceso de análisis de esta investigación parecen en gran medida ingenuas. Haber sospechado que "*las definiciones de sustentabilidad de los actores del turismo de la comuna de Coyhaique se centran en los aspectos medioambientales y ecológicos de las prácticas turísticas*" y que "*los actores del turismo asocian escasamente este concepto a las dimensiones socioeconómicas y culturales*", resulta hoy muy impreciso, debido principalmente a la heterogeneidad de significados y dimensiones que se asocian a este concepto. Indudablemente, el aspecto ambiental representó un punto de partida para hablar de sustentabilidad en turismo, pero al indagar en detalle en la visión de los sujetos aparecieron un sinnúmero de relaciones complejas y que además se superponen.

Dicho esto, podemos decir que los significados que atribuyen los actores relevantes del turismo de la comuna de Coyhaique al concepto de sustentabilidad se relacionan con:

- (a) la conservación del medioambiente, la disminución de los impactos de las actividades turísticas y la generación de la conciencia ambiental como norma;
- (b) la mantención del empleo y los negocios en el tiempo y su autonomía económica;
- (c) la promoción de intercambios culturales habitante-turista que rescaten y celebren las formas de vida tradicionales a través de la gastronomía y prácticas cotidianas locales;
- (d) la divulgación de conciencia turística, el establecimiento de precios justos y la sensibilización de la población local sobre el fenómeno turístico;
 - a. Integración de la población local en el proceso turístico desde la planificación hasta la ejecución.
- (e) la asociación, reunión y discusión entre los diversos actores a través de objetivos en común y diálogo;
- (f) regulación de actividades turísticas, creación de infraestructuras y planes de gestión del turismo.

De esta manera, si bien los elementos ambientales son centrales y abren la discusión sobre la sustentabilidad, las ramificaciones de este concepto permean diversas áreas que no pertenecen exclusivamente al turismo. Se observa que la sustentabilidad representa un ideal basado en intercambios más justos y profundos entre el visitante y la población de acogida, donde se destacan las vivencias y la historia del territorio, lo que involucra una modificación de la visión clásica que se tiene del turismo y la generación de conciencia de los impactos de esta actividad en todas sus esferas. Aquí también se destaca la necesidad de reunión y diálogo entre los diferentes actores para establecer el rumbo del turismo y una regulación apropiada y centrada en el contexto local. Una nueva investigación podría abordar la dimensión organizacional del turismo que busca una sustentabilidad en los términos aquí descritos.

Por otra parte, en base a esta investigación también podemos definir que la insustentabilidad del turismo, según los actores, está dada por:

- (a) la sobreexplotación y exposición del medio natural y de las comunidades de acogida (sobredosis de turismo);
- (b) un turismo masivo sin regulación y basado solo en hitos naturales;
- (c) un turismo de gueto, que restringe el contacto del turista con la cultura y la población local;
- (d) los negocios que dependen excesivamente de financiamiento público;

- (e) los emprendimientos individuales, centrados en sueños personales y sin rentabilidad;
- (f) la falta de evaluación impactos en la población local de los proyectos con financiamiento público;
- (g) el aislamiento y la falta de consideración de la comunidad de acogida no involucrada en actividades turísticas;
- (h) la permanencia de individualismo y desconfianza exacerbados.

La insustentabilidad comienza, entonces, no solo por el descuido del medio natural, sino que además por la falta de consideración de los actores que no se encuentran involucrados en el turismo, pero que también experimentan sus consecuencias. Un turismo centrado solo en los hitos naturales y que deja de lado la cultura local también se presenta como una práctica insostenible en la medida que no considera a la comunidad de acogida. Por otra parte, observamos que la falta de evaluación de impactos de proyectos con fondos públicos y la dependencia que pueden generar no son sustentables, pues carecen de autonomía y sus resultados podrían ser cuestionables. La falta de supervisión y evaluación en estos casos podrían generar verdaderos vicios en el sector privado y restringir la capacidad de innovación: asumirían que se les entregará financiamiento público y, por ende, dependerían de este apoyo externo.

En este contexto, los significados, tanto sustentables como insustentables del turismo, inciden en la gestión del turismo planteando nuevos rumbos y formas de acción, y también surgen como un ejercicio de autocrítica e introspección. Estos significados efectivamente modifican la forma en que se piensa el turismo y van configurando el fenómeno hacia un ideal cada vez más social y cultural, con una economía consiente. Esto quiere decir que también se intenta ver más allá de las ganancias o aspectos eminentemente económicos, lo que da espacio a una reflexión sobre el sistema turístico en el territorio, sus componentes y actores.

A este respecto creo que es necesario ahondar en las formas de vida y las relaciones que existen entre la cosmovisión pasada y presente de los habitantes, particularmente las resistencias y nudos problemáticos entre lo tradicional y lo actual (ganadero-guía turístico, por ejemplo). Los resultados obtenidos abren la necesidad de una investigación intergeneracional donde se indague en los significados de los trabajos tradicionales del campo y la interacción de esta visión con las nuevas formas de empleo vinculadas al turismo. Esto podría realizarse desde un enfoque narrativo, rescatando los diversos relatos de los actores y sus familias (leonero-guardaparques; cazador empedernido – protector de la naturaleza).

En cierta medida, la sustentabilidad representa un ideal, pues los actores generalmente plantearon los desafíos y requerimientos del turismo desde su perspectiva, lo que da cuenta de un “deber ser”; sin embargo, en la práctica, estos significados y representaciones socioculturales han generado cambios tangibles como son una mayor conciencia turística y un cuidado más adecuado del medioambiente. Estos significados, además, permiten tener una reflexión introspectiva que va modificando la cosmovisión de los habitantes y, por ende, es susceptible de asentar progresivamente nuevas prácticas.

Sin embargo, los problemas de asociatividad limitan este ejercicio y la desconfianza restringe las posibilidades de establecer objetivos en común. Desde los actores, el trabajo en conjunto y un debate abierto son una necesidad y una meta, pero en la práctica no siempre se integra a los prestadores de servicios más pequeños y secundarios, pues estos tampoco se muestran interesados por sentarse a la mesa y discutir el futuro del turismo. Si bien este desinterés puede ser fruto de la desconfianza y el individualismo, también podría dar cuenta de una visión global instaurada de la sociedad del logro donde se busca el éxito individual, por sobre el grupal; aunque

los entrevistados se inclinaron más por una explicación relacionada con la historia y el aislamiento de la Región de Aysén. Si recordamos que la percepción que el sujeto tiene de la realidad es un “resultado de las interacciones de las que participa en la vida cotidiana” (Rizo, 2006:268), cuando el individualismo y la desconfianza limitan dichas interacciones y diálogos no solo se generan consecuencias nocivas (*laissez faire*), sino que también se implantan aún más resquemores centrados en malos entendidos y restricciones a las posibilidades de una práctica más consiente.

En términos de investigación, los significados de un término y la delimitación de un concepto son una tarea bastante compleja, pues requiere ir más allá de la comprensión y se debe intentar ver a través de los ojos de los entrevistados e interpretar sus interpretaciones. En términos muy prácticos, una de las mayores dificultades es realizar las preguntas correctas, pues ahí observamos las ramificaciones de una idea que nos permiten acceder, de una manera un poco más detallada, a la visión de mundo del sujeto

Veinte entrevistas es una cantidad importante de información para procesar, evidentemente muchas ideas quedaron fuera, pero creo que rescaté las más centrales para mi objeto de estudio y ciertos significados que parecen tan comunes que están ocultos. Cabe señalar que en numerosas ocasiones no se habló directamente de sustentabilidad, sino más bien de turismo y desafíos actuales, pero los diversos significados se fueron relacionando en forma de red hasta tejer un mapa relativamente preciso. Después de la investigación siento que la idea no es forzar una categoría analítica en el trabajo de campo, sino que rescatar los amplios y profundos discursos de los actores, que durante las primeras entrevistas parecían sumamente caóticos y heterogéneos, pero conforme se fueron analizando surgieron ciertas regularidades y nudos problemáticos que ayudaron a especificar y levantar las categorías de análisis.

Sin lugar a dudas, hemos visto que el turismo va más allá del propio turismo, pues uno de los elementos principales es la relación entre el habitante y el visitante, y la relación entre ambos y el medioambiente. A pesar de que la sustentabilidad del turismo a nivel teórico nos permite identificar grandes desafíos en esta materia, es necesario rescatar el imaginario y los supuestos que condicionan esta actividad de servicios.

En algunos casos se espera mucho; en otros, sólo se observa un caos. Lo que sí se puede decir a ciencia cierta es que nadie queda ajeno a los efectos colaterales del turismo, pues van transformando la vida cotidiana de los habitantes, especialmente durante el verano por la temporada alta. Comúnmente se considera el turismo sólo por sus impactos económicos, pero es necesario detallar los impactos sociales y en la cultura local que ha generado y puede generar esta actividad.

Finalmente, la sustentabilidad es una macro categoría que permite acceder a diversas definiciones, expectativas, prácticas y posturas con respecto al turismo; sin embargo, me pregunto cuál sería la diferencia si en lugar de "sustentabilidad" hubiese indagado en el término de "imaginario turístico" o "visión del turismo". Creo que muchos aspectos hubiesen sido similares, pero el énfasis sería diferente. La ventaja de la línea interpretativa es que permite rescatar los relatos, significados y cosmovisión de los actores, por lo cual siento que la caracterización de la visión de los actores está plasmada de una manera adecuada. Evidentemente, en una sola investigación no se puede abarcar la totalidad un objeto de estudio, aun así creo que las categorías que se construyeron son un buen reflejo del estado del arte de la sustentabilidad del turismo en la comuna de Coyhaique.

BIBLIOGRAFÍA

- Aqua. (7 de Febrero de 2012). *Revista Aqua*. (Editec S.A) Obtenido de Región de Aysén: Ante crisis de la pesca artesanal habitantes de Islas Huichas buscan alternativas en la minería: <http://www.aqua.cl/2012/02/07/region-de-aysen-ante-crisis-de-la-pesca-artesanal-habitantes-de-islas-huichas-buscan-alternativas-en-la-mineria/>
- Austin, J. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Avila, R., & Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 27-43. Obtenido de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- Barriga, O., & Henríquez, G. (2012). La Geometría como Herramienta para las Ciencias Sociales y su Relación con el Número y la Palabra. *Revista Pucara*(24), 177-200.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Boldt, J., Montti, M., & Osorio, M. (2012). La experiencia del espacio vivido: etnometodología y planificación participativa del turismo en Cerro Galera. En B. e. al., *Explorando las nuevas fronteras del turismo* (págs. 235-244). Coyhaique: Ñire Negro.
- Boorstin, D. (1972). *The image: A guide to pseudoevents in America*. New York: Atheneum.
- Bourlon, F., Osorio, M., Mao, P., & Gale, T. (2012). *Explorando las Nuevas Fronteras del Turismo: Perspectivas de la Investigación en Turismo*. Coyhaique: Ediciones Ñire Negro.
- Chris Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 1274-1289.
- CIEP. (2009). *Quiénes Somos: Turismo Científico*. Obtenido de Sitio web del Proyecto de Turismo Científico de la Patagonia: <http://turismocientifico.cl/QuienesSomos/quienessomos.htm>
- Crespo, M., & Salamanca, A. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure Investigación*(27).
- Cunningham, D. (2006). Meaning, Sense and Reference. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistics* (págs. 124-131). Elsevier.
- Dauzat, A. (1947). *La Filosofía del Lenguaje*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Dixon, J., & Fallon, L. (1989). The concept of sustainability: Origins, extensions, and usefulness for policy. *Society & Natural Resources: An International Journal*, 73-84.
- Durkheim, E. (1894). *Las reglas del método sociológico*. Ediciones Libertador.
- Gale, T. (2012). A framework for understanding local livelihoods and alternative tourism in the Aysén Region of Chile: capacities, capabilities and vulnerabilities. En B. e. al., *Explorando las nuevas fronteras del turismo* (págs. 245-269). Coyhaique: Ñire Negro.

- Gallopin, G. (2006). Los indicadores de desarrollo sostenible: aspectos conceptuales y metodológicos. *Seminario de expertos sobre indicadores de sostenibilidad en la formulación y seguimiento de políticas*. Santiago de Chile: FONDEPAL.
- García, J. (2007). *El concepto de sustentabilidad de los recursos naturales*. Recuperado el 11 de Abril de 2013, de Fundación para la conservación de las Especies y el Medioambiente: http://www.fucema.org.ar/pdf/d_b_el_concepto_de_sustentabilidad.pdf
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Gobierno Regional Aysén (GORE). (2013). *Anteproyecto Regional de Inversiones*. Coyhaique: GORE. Obtenido de http://www.goreaysen.cl/controls/neochannels/neo_ch95/appinstances/media204/ARI2014_AYSEN.pdf
- Gobierno Regional de Aysén (GORE). (2010). *Plan Aysén 2010-2014*. Coyhaique: Gobierno de Chile. Obtenido de http://www.goreaysen.cl/controls/neochannels/neo_ch111/appinstances/media43/Plan_Aysen.pdf
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Editorial Norma.
- ILPES. (2009). *Estrategia Regional de Desarrollo Aysén*. Coyhaique: Gobierno Regional de Aysén. Obtenido de http://www.goreaysen.cl/controls/neochannels/neo_ch112/appinstances/media42/EDR_AYSEN.pdf
- Imbach, A., Dudley, E., Ortiz, N., & Sánchez, H. (1996). *MARPS - Mapeo analítico, participativo y reflexivo de la sustentabilidad*. UICN.
- Instituto Nacional de Estadística. (2012). *Proyección de Población*. Santiago: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013). *Informe económico regional octubre-diciembre*. INE. Obtenido de http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/territorio/iner/2013/IER_IV_trimestre_2013.pdf
- Instituto Nacional de Estadística. (2002). *Censo 2002*. Santiago: INE.
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth?: the transition to a sustainable economy*. Sustainable Development Commison.
- Jovicic, D. (2014). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Lévi-Strauss, C. (1971). *Arte, Lenguaje y Etnología*. México: Siglo XXI.
- Lozares, C., Verd, J., & López, P. (2002). Relaciones, redes y discurso: revisión y propuestas en torno al análisis reticular de datos textuales. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 1(2).

- Luckmann, T. (1984). El lenguaje en la sociedad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales: la interacción por medio del lenguaje*, 5-20. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0006/000606/060699so.pdf>
- Malmberg, B. (2003). *Los nuevos caminos de la lingüística*. Mexico: Siglo XXI Editores.
- Martin, R. (2006). Meaning: Overview of Philosophical Theories. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistics* (págs. 584-589). Elsevier.
- Martinic, M. (2005). *De la Trapananda al Aysén: Una mirada reflexiva sobre el acontecer de la Región de Aysén desde la Prehistoria hasta nuestros días*. Santiago: Pehuén Editores.
- Martins, P. (2014). Redes Sociales: un nuevo paradigma en el horizonte sociológico. En F. Osorio (Ed.), *Epistemología y ciencias sociales: ensayos latinoamericanos* (págs. 125-151). Santiago.
- McHoul, A. (2006). Discourse, Foucauldian Approach. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistic* (págs. 680-686). Elsevier.
- Meillet, A. (1904-1905). Comment les mots changent de sens. *Année sociologique*, 9e année. Obtenido de http://fr.wikisource.org/wiki/Comment_les_mots_changent_de_sens
- Morse, J. (1994). Designing Founded Qualitative research. En N. Denzin, & Y. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*.
- Municipalidad de Coyhaique. (2014). *Cuenta Pública Gestión 2013*. Coyhaique: Municipalidad de Coyhaique. Obtenido de http://www.coyhaique.cl/portalmunicipalidad/transparencia_cuentaspublicas.php
- Muñoz, M. D. (2012). El turismo como dialogo intercultural y su impacto en el desarrollo local. En B. e. al., *Explorando las nuevas fronteras del turismo* (págs. 283-296). Coyhaique: Ñire Negro.
- Naredo, J. (2004). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible. *Cuadernos de investigación urbanística*, 7-18.
- Nida, E. (1999). Lengua, cultura y traducción. En M. Vega, & Gaitero, *Lengua y cultura: estudios en torno a la traducción* (págs. 1-6). Madrid: Editorial Complutense.
- Obrador, P., Crang, M., & Travlou, P. (2009). *Cultures of mass tourism*. ASHGATE. Obtenido de http://books.google.cl/books?id=9t4IBO_RuboC&pg
- Observatorio Turístico de Aysén. (2014). *Anuario estadístico de turismo Región de Aysén 2013*. Coyhaique: Sernatur.
- O'Connor, J. (1994). Is sustainable capitalism possible? En M. O'Connor, *Is capitalism sustainable? political economy and the politics of ecology* (págs. 152-173). New York: Guilford Press.
- Organización de estados iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura. (28 de Agosto de 2013). *La sostenibilidad o sustentabilidad como [r]evolución cultural, tecnocientífica y política*. Obtenido de Década por una educación para la sostenibilidad: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=000>

- Organizacion de Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*.
- Orlandi, E. (2012). *Análisis de Discurso: principios y procedimientos*. Santiago de Chile: LOM.
- Osorio, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 235-259. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/105/10512246010.pdf>
- Pearson, B., & Villiers, P. (2006). Discourse, Narrative and Pragmatic. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistics* (págs. 686-693). Elsevier.
- Quiroga, E. (2007). Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sustentable. En CEPAL, *Estado del Arte y Perspectivas*. Serie Manuales.
- Real Academia Española. (27 de junio de 2014). *Entrada: Sinceridad*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=sinceridad>
- Real Academia Española. (2014, junio 23). *Magdalena*. Retrieved from Diccionario de la Lengua Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=magdalena>
- Rosales, E. (2008). *Concepciones y creencias docentes sobre el éxito y fracaso en el área curricular de comunicación integral*. Tesis para optar al título de Licenciada en Psicología, Universidad Católica del Perú.
- Sánchez, X. (1990). Socialización Primaria y Lenguaje (El caso de niños chilenos urbanos pobres). *XII Congreso Mundial de Sociología*, (págs. 165-175). Madrid. Obtenido de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/05/0514-SanchezSegura.pdf>
- Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires: Editorial Losada . Obtenido de http://old.liccom.edu.uy/bedelia/cursos/semiotica/textos/saussure_linguistica.pdf
- Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec). (11 de Julio de 2014). *Sitio web de Sercotec*. Obtenido de Creación y fortalecimiento de Asociaciones: [http://www.sercotec.cl/Productos/Creaci%C3%B3nyFortalecimientodeAsociacionesMIPE\(4.aspx](http://www.sercotec.cl/Productos/Creaci%C3%B3nyFortalecimientodeAsociacionesMIPE(4.aspx)
- Torres, R., & Rojas. (2012). Comprendiendo las formas turísticas de vida en Aysén. En B. e. al., *Explorando las Nuevas Fronteras del Turismo* (págs. 177-204). Coyhaique: Ñire Negro.
- Traugott, E. (2006). Semantic Change: Bleaching, Strengthening, Narrowing, Extension. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistics*. (págs. 124-131). Elsevier.
- UNWTO. (2008). *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo*. Madrid/Nueva York: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas.
- Urquidi, V. (2007). Población y Medioambiente. En A. Nadal (Ed.), *Desarrollo Sustentable y Cambio Global* (págs. 449-45*). Colegio de México.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. SAGE. Obtenido de http://books.google.cl/books?id=jxZP_asAz2wC&

Verd, J. (Julio-diciembre de 2005). El uso de la teoría de redes sociales en la representación y análisis de textos. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*(10), 129-150.

Wittgenstein, L. (2012). *Investigaciones Filosóficas*. Barcelona: Editorial Crítica.

Wright Mills, C. (1959). *Sociological Imagination*. Oxford University Press.

Zegarac, V. (2006). Language as an object of study. En K. Brown, *Encyclopedia of Language and Linguistics* (págs. 320-323). Elsevier.