

Inostroza, Gabriel; Cánoves, Gemma
Turismo sostenible y proyectos hidroeléctricos: contradicciones en la patagonia chilena
Cuadernos de Turismo, núm. 34, julio-diciembre, 2014, pp. 115-138
Universidad de Murcia
Murcia, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39831596006>

TURISMO SOSTENIBLE Y PROYECTOS HIDROELÉCTRICOS: CONTRADICCIONES EN LA PATAGONIA CHILENA

Gabriel Inostroza

Gemma Cànoves

Universidad Autónoma de Barcelona

RESUMEN

El artículo analiza las perspectivas del turismo sostenible en la Patagonia chilena en relación a la probable implantación de centrales hidroeléctricas en su territorio. Se estudia el impacto de un gran proyecto hidroeléctrico en la región de Aysén (Chile) y su repercusión en el turismo. Se concluye que la construcción y operación de grandes embalses y presas con sus correspondientes líneas de trasmisión eléctrica atentarían contra la principal ventaja competitiva del sector turístico de la Patagonia: una naturaleza que aún se conserva y que se ha proyectado en el imaginario social.

Palabras clave: Turismo sostenible, proyecto hidroeléctrico Aysén, competitividad turística, Patagonia chilena.

Sustainable tourism and hydroelectric projects: contradictions in Patagonia, Chile

ABSTRACT

The article analyzes the prospects of sustainable tourism in Chilean Patagonia in relation to the likely implementation of hydroelectric plants in its territory. We study the impact of a large hydroelectric project in the region of Aysén (Chile) and its impact on tourism. It is concluded that the construction and operation of large reservoirs and dams with corresponding electrical transmission lines would affect the main competitive advantage of tourism in Patagonia: a nature that is still preserved and that has been projected in the social imaginary.

Key words: Sustainable tourism, Aysén hidroelectric project, tourism competitiveness, Chilean Patagonia.

Recibido: 28 de enero de 2013

Devuelto para su revisión: 30 de octubre de 2013

Aceptado: 17 de enero de 2014

Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Barcelona. Edificio B. 08193 Bellaterra BARCELONA (España). E-mail: gabrielinostroza.villanueva@gmail.com, gemma.canoves@uab.es

1. INTRODUCCIÓN

La Patagonia es un vasto territorio compartido por Chile y Argentina situado en la frontera sur del continente americano. Posee un alto valor ambiental por albergar, entre otros muchos atributos, grandes reservas de agua dulce en campos de hielo (numerosos glaciares), lagos, ríos, fiordos y canales, todos ellos resultado de las pasadas glaciaciones. La Patagonia se ha posicionado en el imaginario social como un destino turístico emergente, asociado a paisajes majestuosos, extensos e inexplorados. Estas cualidades hacen que la Patagonia cuente con un enorme potencial de desarrollo turístico que se relaciona con el turismo de naturaleza, turismo aventura, ecoturismo, turismo rural y turismo científico. Sin embargo, dichas modalidades pueden sufrir profundos cambios con la implantación de grandes proyectos hidroeléctricos en la región de Aysén (Patagonia chilena), los que de llevarse a cabo perjudicarían la imagen de naturaleza prístina, remota e inexplorada de dicho territorio. A raíz de ello, ¿qué sucedería en destinos turísticos emergentes como la Patagonia, que han apostado por un turismo basado en la naturaleza a través de diferentes modalidades, como el ecoturismo, en el caso que se ejecuten proyectos que involucran una fuerte intervención antrópica sobre el medio ambiente?

El artículo da cuenta de los riesgos asociados a la evolución de la Patagonia chilena como espacio turístico natural en caso de implantarse otras actividades económicas que hacen uso de los mismos recursos naturales que el turismo (por ejemplo los ríos) y perjudican a otros atractivos turísticos del área, como la denominada «carretera Austral» («camino pintoresco» que se constituye en la principal vía de transporte terrestre en la región de Aysén). La hipótesis de partida es que las perspectivas de un turismo sostenible en la Patagonia chilena se ven reducidas bajo la probable implantación de grandes centrales hidroeléctricas en su territorio, las cuales atentarían contra la imagen de naturaleza prístina de la Patagonia, debilitando la competitividad turística del destino.

El marco analítico de la investigación se centra en la geografía del turismo, campo que permite integrar lo social con lo ambiental y que concibe al turismo ante todo como un fenómeno espacial (territorial) que se lleva a cabo en «lugares» determinados (Vera *et al.*, 2011). La metodología que se emplea es de carácter cualitativo basada en un análisis dialéctico que confronta dos puntos de vista: lo positivo y negativo del impacto del proyecto hidroeléctrico Aysén en el sector turístico. De este modo se analizan documentos técnicos tanto del proyecto en cuestión como de la dinámica turística del territorio, así como una breve selección de notas de prensa en torno al conflicto territorial que ha generado la probable implantación del proyecto.

El artículo se desarrolla en cinco apartados. El primero es una introducción que da cuenta de la estructura del artículo y expone el tema a tratar: la tensión que se produce entre el turismo de naturaleza (ecoturismo y otras modalidades) y algunas actividades económicas, en este caso el sector hidroeléctrico. En el segundo apartado, analizamos un breve marco teórico en relación al turismo sostenible y la competitividad de los destinos turísticos. En el tercero, explicamos la fortaleza turística del área de estudio (Región de Aysén, Patagonia chilena) y su proyección en el imaginario social, para luego en el apartado cuarto cuestionar si el proyecto hidroeléctrico Aysén perjudica o no al desarrollo turístico de la Patagonia chilena. Finalmente, en el apartado quinto se recogen las principales conclusiones.

2. LA SOSTENIBILIDAD COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

2.1. El turismo sostenible

El término turismo sostenible proviene del concepto desarrollo sostenible, paradigma que comenzó a gestarse a partir de la década de los años sesenta (Torres, 2010) cuando comienzan a cuestionarse los impactos negativos del crecimiento económico, que afectan tanto al medio ambiente como a la sociedad en general. Sin embargo, fue en el año 1987 cuando se formalizó el concepto desarrollo sostenible a través del reconocido informe «Nuestro Futuro Común», de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, definiéndose como aquel desarrollo que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (WCED, 1987; Romagosa *et al.*, 2011; Torres, 2010).

El desarrollo sostenible pretende encontrar un balance entre el componente económico, ambiental y social del desarrollo, en donde ningún aspecto por sí sólo es más importante que el otro (Hunter, 1997). Esta idea implica propiciar un crecimiento económico con equidad social y que a su vez garantice la conservación del medio ambiente. Sin embargo, en muchas ocasiones prima lo económico sobre lo ambiental y lo social, con lo cual el grado de sostenibilidad se puede ubicar en diferentes posiciones, desde aquellas que abogan por la extrema explotación de los recursos a las que promueven la extrema preservación de los mismos, lo que da cuenta de la flexibilidad del concepto (Hunter, 1997; Mbaiwa y Stronza, 2009; Tosun, 2001). Lo mismo sucede con el turismo (véase cuadro 1).

El turismo sostenible pretende armonizar los intereses de la comunidad local, la industria turística y el medio ambiente. Los objetivos específicos del turismo sostenible son garantizar la calidad de vida de las comunidades anfitrionas, asegurar la satisfacción del visitante y proteger los recursos naturales y culturales en los países de destino (Brohman, 1996; Fullana y Ayuso, 2002; Hiernaux *et al.*, 2002; Mbaiwa y Stronza, 2009). Es así como concebimos a la sostenibilidad como aquel proceso que conserva los recursos y genera desarrollo local.

Quizás la modalidad que más se relacione con el turismo sostenible sea el ecoturismo, pues éste es definido por la Sociedad Internacional de Ecoturismo (SIE) como aquellos viajes responsables que conservan el medio ambiente y sostienen el bienestar de la población local (Epler, 2002). De este modo, el ecoturismo es visto como una alternativa viable para preservar áreas ambientalmente vulnerables y proveer oportunidades a la población local para su propio desarrollo (Khan, 1997). También se define al turismo ecológico o ecoturismo como el turismo que involucra viajar a áreas naturales relativamente descontaminadas y poco perturbadas, con el objetivo específico de estudiar, admirar y disfrutar del escenario natural, de sus plantas y animales silvestres, considerando a su vez cualquier manifestación cultural que se encuentre en dichas áreas (Ceballos-Lascuráin, 1987). Sin desmedro de lo anterior, para la OMT el turismo sostenible puede llegar a darse en cualquier modalidad turística o segmento de mercado (OMT, 2004), pues la idea de la «sostenibilidad» sería ecologizar o ambientalizar toda la actividad turística actual y futura,

Cuadro 1
CORRELACIÓN ENTRE POSICIONES DE SOSTENIBILIDAD Y MODELOS DE TURISMO SOSTENIBLE

Posiciones de sostenibilidad	Interpretaciones o modelos de turismo sostenible
<i>Muy débil</i> : Antropocéntrica y utilitaria; crecimiento orientado a la explotación de los recursos; utilización óptima de los recursos naturales a través de la operación de mercados libres que buscan satisfacer las elecciones de consumidores individuales; substitución infinita posible entre capital natural y capital físico; un continuo bienestar asegurado a través del crecimiento económico y la innovación tecnológica.	Desarrollo sostenible a través del «imperativo turístico», principalmente preocupada de la satisfacción de las necesidades y deseos tanto de turistas como de operadores turísticos.
<i>Débil</i> : Antropocéntrica y utilitaria; conservacionista de los recursos; el crecimiento es administrado y modificado; preocupación por la distribución de los costos y beneficios del desarrollo a través de la equidad intrageneracional e intergeneracional; rechazo a la substitución infinita entre capital natural y capital físico junto con el reconocimiento de algunos aspectos del mundo natural como capital crítico (ej: capa de ozono, algunos ecosistemas naturales); impactos medioambientales negativos producto del crecimiento económico.	Desarrollo sostenible a través del «turismo dirigido al producto». Implica desarrollar nuevos productos turísticos manteniendo los existentes.
<i>Fuerte</i> : Perspectiva ecosistémica; preservacionista de los recursos; reconoce primeramente el valor de mantener la integridad funcional de los ecosistemas por sobre la utilización humana de los mismos; los intereses de los colectivos pesan más que el de los consumidores individuales; adherencia a la equidad intrageneracional e intergeneracional; economía en estado estacionario; cero economía y crecimiento de la población humana.	Desarrollo sostenible a través del «turismo dirigido al ambiente»; prioriza la conservación del medio ambiente por sobre las oportunidades del mercado; pequeños centros turísticos pueden llevar a cabo medidas de uso eficiente del agua y recursos energéticos a través del reciclaje. Se trata de reorientar las actividades turísticas a líneas más ecocéntricas. El ecoturismo es un ejemplo de un turismo dirigido con criterios ambientales, sin desconocer la importancia de lo económico.
<i>Muy fuerte</i> : Bioética y ecocéntrica; preservacionista de los recursos; derechos de la naturaleza o valor intrínseco de la naturaleza que abarca organismos vivos no humanos y cualquier elemento abiótico bajo una interpretación literal de Gaianismo; anti crecimiento económico y reducción de la población humana.	Desarrollo sostenible a través del «turismo neoteneous», el cual sostiene que existen circunstancias en las cuales el turismo podría ser activa y continuamente desalentado por motivos ecológicos. La palabra «neoteneous» implica que la actividad turística sería limitada en muy tempranos y juveniles estados de desarrollo turístico, a efectos de prevenir la expansión de la infraestructura relacionada al turismo. Según el ciclo de vida de Butler (1980), el objetivo sería mantener el desarrollo turístico en estados de exploración o introducción.

Fuente: Adaptado de Hunter, 1997.

y a cualquier escala (Hardy *et al.*, 2002; Mbaiwa y Stronza, 2009; OMT, 2004; Salinas y La O, 2006; Torres, 2010). Asimismo, el turismo en general es considerado una estrategia básica de desarrollo que se rige bajo los principios de la sostenibilidad (Cànoves *et al.*, 2006; López Palomeque, 1999; Vera *et al.*, 2011).

Lamentablemente, no en pocos casos el concepto de sostenibilidad y por extensión el de turismo sostenible pueden caer en una pura estrategia retórica, en donde se habla de sostenibilidad cuando en realidad lo que se produce es la mercantilización, dependencia y subordinación de los lugares a través del turismo, además de otros problemas como la contaminación ambiental (Britton, 1982; Mbaiwa y Stronza, 2009). De este modo, el concepto de sostenibilidad en el turismo ha resultado ser, no en pocos casos, un «slogan» útil para justificar la explotación comercial de la cultura y de áreas ambientalmente vulnerables (Collins, 1999).

Teniendo presente este riesgo, en este artículo empleamos el concepto de sostenibilidad en cuanto a sus objetivos (crecimiento económico, equidad social, conservación del medio ambiente) para comprender las perspectivas futuras del turismo en destinos emergentes como la Patagonia. De la misma manera, acudimos al concepto de competitividad, el cual se encuentra estrechamente vinculado al concepto de sostenibilidad, tal como lo explicamos en el siguiente apartado.

2.2. La competitividad de los destinos turísticos en un contexto global

En el contexto de una fuerte competencia internacional a escala global, tanto los países desarrollados como los países en desarrollo compiten intensamente entre sí por atraer inversores ofreciendo incentivos a la inversión (Telfer, 2009). Es así como los destinos turísticos tanto «maduros» como «emergentes» han de ser conscientes de los factores o recursos que favorecen su competitividad (Wu *et al.*, 2012), para así tomar decisiones estratégicas que les permitan atraer inversiones y obtener una mejor posición en el mercado.

Bajo esta lógica, Porter (1990) identifica tres estrategias competitivas genéricas para las naciones: bajo coste, diferenciación y enfoque (Díez, 2012a). El bajo coste se refiere básicamente a aquellos territorios que poseen bajos costos de producción y mano de obra, lo que puede significar obtener ganancias rápidas a costa de la precariedad laboral y el deterioro del medio ambiente. La diferenciación en el caso del turismo se refiere a los elementos distintivos del territorio en los cuales se debería basar tanto la oferta turística como su respectiva promoción, mientras que el enfoque corresponde al paradigma que se asume para proyectar la actividad turística. En la actualidad, se busca en mayor medida la competitividad en diferenciación más que en precios (Alonso, 2009).

De este modo, en un mundo mayoritariamente dominado por flujos globales, las singularidades del territorio se presentan cada vez más relevantes en la creciente competencia internacional (Nel-lo, 2003). Cuando el mundo se ha convertido en casi un único espacio de mercado en el cual se han superado gran parte de las barreras espaciales (administrativas, arancelarias, físicas, jurídicas) que antaño dificultaban la movilidad de mercaderías, información y personas, mayor es la sensibilidad del capital a las diferencias de los «lugares» (Harvey, 1998; Nel-lo, 2003). Así, «*las pequeñas diferencias en aquello que el espacio contiene bajo la forma de abastecimientos, recursos, infraestructuras y cuestiones semejantes han adquirido una mayor significación*» (Harvey, 1998:325).

Los destinos turísticos deberían, según lo anterior, potenciar las diferencias que poseen en relación al resto de lugares para proyectar estrategias de atracción de inversiones (y de turistas) que permitan el desarrollo turístico y los gobiernos, empresarios locales y actores turísticos en general deben asumir un mayor compromiso con los valores del territorio (Díez, 2012b). Un buen aprovechamiento (puesta en valor) de las cualidades del lugar (destino turístico) puede permitir contar con una mejor posición de mercado que los competidores: *«en medio de las crecientes abstracciones del espacio, deben acentuarse las cualidades del lugar. La producción activa de lugares con cualidades especiales constituye un objetivo importante en la competencia espacial entre zonas, ciudades, regiones y naciones...la fuerte competencia entre lugares debería conducir a la producción de espacios más diversificados dentro de la creciente homogeneidad del intercambio internacional»* (Harvey, 1998:326-327).

Las singularidades del territorio expresadas en las diferencias entre los «lugares» corresponden a las ventajas comparativas, que en el caso del turismo están constituidas por los recursos endógenos del destino, como sus recursos naturales y culturales, su ubicación geográfica en relación a los principales mercados turísticos, el clima, entre otros. Las ventajas comparativas del territorio juegan un importante rol en el nacimiento de nuevos destinos turísticos. Sin duda el clima, los recursos naturales y la cercanía a los principales mercados turísticos son importantes a la hora de explicar el desarrollo y éxito internacional de determinados destinos (Barroso y Flores, 2006; Crouch y Ritchie, 1999). Si bien siempre han sido importantes las ventajas comparativas, ahora, en un contexto global, lo son más que nunca (Nel-lo, 2003).

Sin embargo, a esta noción básica de competitividad se incorpora una más completa que la concibe más como una cuestión de estrategias y cada vez menos como un resultado de las dotaciones naturales existentes en el territorio (Crouch y Ritchie, 1999). Con esto se pasa de un concepto de competitividad estático a uno dinámico y estratégico, en donde lo más importante ya no es la dotación factorial existente sino la habilidad para agregar valor y obtener rentabilidad (Barroso y Flores, 2006; Poon, 1993; Porter, 1990).

Es así como emerge la noción de ventaja competitiva, entendida como la capacidad de utilizar eficazmente los recursos endógenos a largo plazo (Crouch y Ritchie, 1999; Lillo *et al.*, 2007). Mientras la ventaja comparativa hace referencia a todos aquellos recursos disponibles de un destino, las ventajas competitivas se relacionan con la habilidad para usar eficientemente esos recursos, añadiéndoles valor a lo largo del tiempo (Barroso y Flores, 2006; Crouch y Ritchie, 1999). El término ventaja comparativa conlleva a la especialización productiva de los países (Barroso y Flores, 2006; Benach, 2012), que para el caso del turismo ha significado que los destinos turísticos se hayan ido especializando dadas sus condiciones naturales en diversos tipos de destinos, según la modalidad turística prioritaria que desarrollan: destinos de sol y playa, destinos de turismo cultural, destinos de turismo urbano, destinos de turismo de naturaleza, destinos de ecoturismo, entre muchos otros.

En la actualidad, la competitividad global de un destino turístico implica desarrollar la actividad turística de manera sostenible, con una gestión basada en la calidad ambiental y en la mejora del nivel de vida y bienestar de la población local (Angelkova *et al.*, 2012; Crouch y Ritchie, 1999; Dywer y Kim, 2003). Es así como la conservación del medio ambiente ha pasado de ser un impedimento para el desarrollo a ser un elemento clave de competitividad (Salinas y La O, 2006).

Así en tanto la conservación del medio ambiente resulta crucial para la competitividad de los destinos, la imagen del territorio de igual manera constituye un factor de competitividad: «*la imagen se vuelve absolutamente importante en la competencia, no sólo a través del reconocimiento de la marca, sino también a través de las diversas asociaciones de «respetabilidad», «calidad», «prestigio», «confiabilidad» e «innovación»...la inversión en la construcción de la imagen...resulta tan importante como la inversión en nuevas instalaciones y maquinarias*» (Harvey, 1998:318-319).

En este sentido el turismo se relaciona con imágenes, representaciones sobre ciertos lugares que obedecen a expectativas, deseos o preocupaciones más o menos generalizadas por parte de los turistas (Garbelloti *et al.*, 2008). Así, se va creando un «mito» en torno a los lugares, el cual corresponde a un conjunto de representaciones mentales surgidas a partir de textos, iconografías, fotografías y palabras subliminares, vale decir, de un conjunto de mensajes que constituyen todo un sistema comunicativo (Chadefaud, 1987). De este modo, se concibe al espacio turístico también como una proyección de una cierta imagen del territorio que se genera en las mentes de las personas en base a sus percepciones. Dicha imagen se mediatiza por medio de las acciones comunicacionales del marketing. Es así como los destinos turísticos han de caracterizarse por una imagen, un simbolismo, una oferta, un territorio y una población dispuesta a singularizar el lugar de forma tal que los turistas decidan visitarle ante otras opciones. Para ello es necesario contar con una marca que identifique al producto y al lugar sin lugar a error (Cànoves y Villarino, 2000).

Los destinos turísticos proyectan entonces una imagen cargada de elementos simbólicos que generan una expectativa, sobre todo en las corrientes turísticas pioneras (Callizo, 1991). Esta imagen, no sólo está generada por la percepción de la demanda sino también por el sentido de pertenencia e identidad territorial que le otorgan sus habitantes (Cànoves *et al.*, 2005). Así, el espacio turístico está compuesto por dos tipos de productos espaciales, el material, que corresponde a la planta turística, y el inmaterial, constituido por las «imágenes» que aplica la promoción turística al espacio material (Callizo, 1991; Chadefaud, 1987).

De este modo los determinantes de la competitividad del sector turístico residen tanto en su ventaja comparativa (recursos) como en su ventaja competitiva (gestión del destino, mercado, imagen, marca, política turística, normativa y legislación, entre otros). Así, el concepto de competitividad nos permite comprender mejor las oportunidades y fortalezas turísticas de los destinos y cómo aquellos que cuentan con una fuerte ventaja comparativa basada en la singularidad de sus recursos naturales, calidad paisajística y proyección en el imaginario social, gestionan de forma eficaz sus recursos.

A continuación explicaremos a grandes rasgos el valor turístico de la región de Aysén y la proyección de la Patagonia en el imaginario social.

3. EL ÁREA DE ESTUDIO: LA PATAGONIA. REGIÓN DE AYSÉN, CHILE

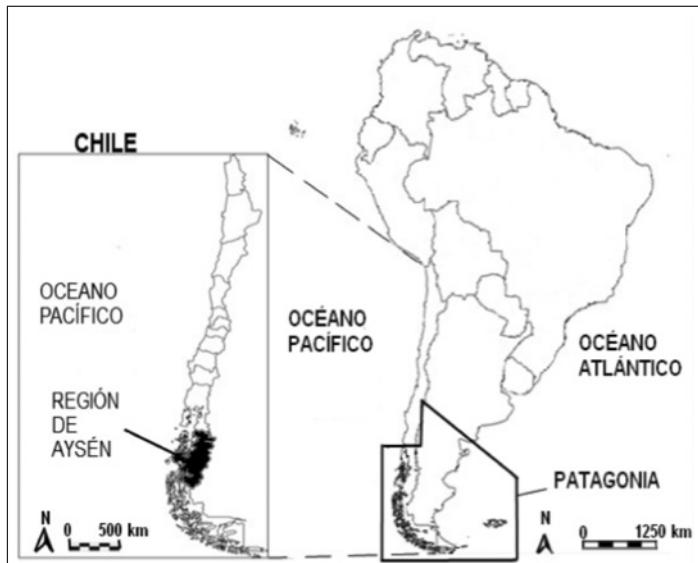
3.1. La región de Aysén, Chile

La región específica de la Patagonia chilena en donde se están planteando grandes proyectos hidroeléctricos es la región de Aysén (véase mapa 1), la cual cuenta con una

superficie de 108.494 Km² (14,3% del territorio nacional) y con una población de 105.865 personas (0,6% de la población nacional), siendo la región menos poblada de Chile y la de menor densidad poblacional (0,97 hab/km²) (Gobierno de Chile, 2011a; Jaramillo y Sapiains, 2008). Cuando hablamos de la región de Aysén estamos hablando de un territorio más extenso que muchos de los países europeos, como Hungría, Portugal, Austria o Suiza.

El 11,5% del territorio de la región está cubierto de hielo (Campo de Hielo Patagónico Norte y Campo de Hielo Patagónico Sur), un vestigio viviente de las últimas glaciaciones. Además, cerca del 50% del territorio regional se encuentra protegido: cuenta con 5 Parques Nacionales, 2 Monumentos Naturales y 12 Reservas Nacionales, contabilizando 5.161.136,8 ha protegidas (SERNATUR, 2007; Gobierno de Chile, 2011b; UNESCO, 2010a). Asimismo, muchos de los recursos naturales de la región no han sido reconocidos ni evaluados en su real potencial (Gobierno de Chile, 2000).

Mapa 1
MAPA DE SITUACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO



Fuente: Elaboración propia.

3.2. Dinámica turística en la región de Aysén

Cabe consignar que existen pocos datos actualizados sobre la dinámica del sector turístico en la región. Sin embargo, la información disponible permite inferir que estamos en presencia de un territorio cuyo desarrollo turístico se encuentra en fases iniciales, lo cual se demuestra en los siguientes hechos:

- El turismo no lidera la economía local. El turismo en la región comienza a desplegarse en la década de los ochenta a partir de los ejes turísticos «Laguna San Rafael»

y «carretera Austral». Luego, en la década de los noventa emerge el turismo rural y el agroturismo junto con productos turísticos de pesca deportiva, navegación, trekking, senderismo, paseos a caballo y eventos costumbristas (PHA, 2008a).

- b) La actividad económica principal no es el turismo, sino la agricultura y ganadería (17,6% del Producto Geográfico Bruto Regional -PGBR-) y la pesca (4,8% del PGBR) (SERNATUR, 2006). Asimismo, los sectores económicos que más empleo generan son el comercio (17,8%), la administración pública (11,7%), y la actividad ganadera, silvícola y agrícola (11,5%) (Gobierno de Chile, 2011a).
- c) La región es visitada por un poco más de cien mil turistas al año (en el año 2006 lo hicieron 129.721 turistas, cifra que representa aproximadamente un 6% del total de turistas que visita Chile) (SERNATUR, 2007), siendo la región que recibe menos turistas del país junto con la región de Magallanes (que también forma parte de la Patagonia chilena). Sin embargo la demanda turística regional crece entre un 7% y un 11% anualmente (PHA, 2008a).
- d) Se observa un bajo aprovechamiento del potencial turístico. Sólo un 39% de los atractivos registrados en el área de influencia directa del proyecto hidroeléctrico Aysén tienen alguna actividad turística asociada (PHA, 2008a).

Si bien es cierto que los datos anteriores muestran que la región de Aysén se encuentra en una fase inicial de desarrollo turístico, también denotan que el turismo se proyecta en la región como una actividad económica cada vez más importante, que estimula favorablemente la economía local.

La actividad turística actual y potencial de la región se asocia claramente al turismo de naturaleza, ecoturismo (Rojas y Hansen, 2006), turismo aventura, turismo rural, y otras modalidades emergentes, como el turismo científico (véase cuadro 2). Todas estas modalidades se pueden adscribir al denominado turismo de intereses especiales.

Cuadro 2
ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA REGIÓN DE AYSÉN

Atractivos competitivos	Actividades turísticas
Áreas Silvestres Protegidas	Trekking, observación de paisaje, observación de flora y fauna, observación científica, fotografía.
Carretera Austral	Observación del paisaje, fotografía, mountain bike.
Ventisqueros	Trekking, observación del paisaje, fotografía.
Fiordos y Canales	Navegación, observación del paisaje, observación de flora y fauna, pesca, gastronomía, fotografía, canotaje.
Ríos	Rafting, pesca, canotaje.
Campos de Hielo	Trekking, andinismo, esquí de fondo, cross country, observación del paisaje.
Lagos y Lagunas	Pesca, deportes náuticos, observación de fauna.

Fuente: SERNATUR, 2007.

3.3. Apuntes del imaginario social y turístico de la Patagonia

La Patagonia chilena no cuenta con límites claros ni definidos desde el punto de vista turístico, ni tampoco corresponde a una región político-administrativa determinada, más bien es un espacio en torno al cual se ha generado un «mito» como un territorio austral poco explorado, situado en el confín del mundo. Patagonia es entonces una creación de los exploradores, desde Hernando de Magallanes hasta los escritores contemporáneos actuales. Para el caso argentino suele designarse al río Colorado como el límite norte de la Patagonia, mientras que para el caso de Chile dicho límite correspondería a la región de la Araucanía, aunque convencionalmente se asume que la Patagonia chilena comienza desde el seno de Reloncaví, en la región de Los Lagos. Por el sur la Patagonia se extiende hasta Tierra del Fuego y Cabo de Hornos (Bourlón, 1999; Lozano y Carracedo, 2010).

El valor ambiental y turístico de la Patagonia resulta incalculable. La Patagonia chilena cuenta con un reconocimiento de patrimonio cultural de la humanidad (Iglesias de Chiloé) y cuatro reservas de la biosfera (Bosques Templados lluviosos de los Andes Australes, Laguna San Rafael, Torres del Paine y Cabo de Hornos); mientras que la Patagonia argentina posee dos reconocimientos de patrimonio natural de la humanidad (Los Glaciares y Península de Valdés), un patrimonio cultural de la humanidad (Cueva de las manos. Río Pinturas) y una reserva de la biosfera (Andino Norpatagónica) (UNESCO, 2012; UNESCO, 2010b).

La Patagonia cuenta con espacios bien conservados y con la presencia de hielo continuo como factor determinante. De hecho, las zonas donde los procesos glaciares y periglaciares dominan son abundantes, dando lugar a un relieve en fiordos realmente espectacular y a la existencia de numerosos ventisqueros, lagos y ríos (Lozano y Carracedo, 2010) (véase imagen 1).

Imagen 1
EL PAISAJE DE LA PATAGONIA CHILENA
«Balseros» en el río Baker y Ventisquero Steffen, Patagonia chilena (Región de Aysén)



Fuente: Gabriel Inostroza.

El turismo en la Patagonia constituye un proceso social complejo de construcción de imaginarios sociales que definen una serie de valoraciones positivas del territorio, estimulando su visita por parte del turista: *«Patagonia resulta, para el mercado turístico*

mundial, una marca geográfica con jurisdicciones geopolíticas intransferibles, un destino de naturaleza que la hace comparable con otros espacios geográficos que conforman grandes conjuntos turísticos como por ejemplo Amazonía, Antártida, Sahara, Mongolia, Australia, Arabia, entre otros. Cada uno de ellos presenta una diversidad biogeográfica singular y extraordinaria, con ecorregiones exclusivas con el objetivo primordial de las áreas protegidas: conservar el vasto mosaico ambiental» (Garbellotti et al., 2008:405).

La cita anterior muestra que la Patagonia destaca en el mundo como un espacio geográfico diferenciado. Si bien es cierto que existen otros destinos similares en cuanto a magnitud paisajística que la Patagonia, como los parques nacionales de África, Siberia, Alaska, Nueva Zelanda o los fiordos de Noruega, también es evidente que estos paisajes son cada vez más escasos en el planeta, debido a los severos daños que ha producido el crecimiento económico sobre los ecosistemas y las comunidades locales. Esta diversidad de «lugares» (destinos) da cuenta también de la enorme competencia que existe entre destinos turísticos emergentes y destinos turísticos maduros por atraer a los inversores y a las corrientes turísticas.

De este modo la Patagonia intenta formar parte del mapa turístico mundial de espacios únicos, remotos y en cierto modo inaccesibles a las masas turísticas, compitiendo con otros destinos turísticos: «*Patagonia, como lugar se encuentra incorporado a la geografía universal, es una región del planeta que posee una clara identidad asociada con lo inexplorado, prístino, inaccesible, austral, y tantos otros calificativos relativos a lo remoto, que hasta no hace mucho eran símbolo del «antidestino»; sin embargo, dada la creciente urbanización y por la consiguiente pérdida de lo natural, se han convertido en lugares cada vez más escasos en el planeta, transformándose en «destinos» en creciente demanda internacional»* (SERNATUR, 2006:13).

4. PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN: ¿UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL TURISMO DE LA PATAGONIA?

4.1. Antecedentes del proyecto hidroeléctrico Aysén

En el año 2005 la transnacional Empresa Nacional de Electricidad S.A (ENDESA Chile) y Colbún S.A anuncian su intención de construir cinco centrales hidroeléctricas en la Patagonia chilena: tres en el río Pascua y dos en el río Baker, en la región de Aysén (Chile). En caso de llevarse a cabo este proyecto, los cinco embalses previstos inundarán 5.910 ha, de las cuales 1.990 ha corresponden al cauce natural de los ríos (PHA, 2008b). La presa de mayor altura será de 114 metros (Pascua 2.1) y la más pequeña de 40 metros (Baker 2). La electricidad que se genere sería transportada a través de una línea de transmisión eléctrica de 2.270 kilómetros de largo, conectando a la Patagonia con Santiago de Chile (Jaramillo y Sapiains, 2008; Torres, 2008). El monto de inversión es de aproximadamente US\$3.200 millones. La etapa de construcción del proyecto es de 11,5 años y aún no se ha iniciado, mientras que su vida útil se puede considerar como indefinida. Durante los años de construcción se generará un requerimiento de mano de obra promedio mensual de 2.260 trabajadores, cuyo número máximo mensual se estima en 5.100 personas. Por su parte, se requerirán aproximadamente 140 trabajadores durante la etapa de operación del proyecto (PHA, 2008b).

Mapa 2
EMBALSSES Y TENDIDO ELÉCTRICO EN EL ÁREA DE INFLUENCIA
DIRECTA DEL PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Dinámica turística en el área de influencia directa del proyecto hidroeléctrico Aysén

Dado el carácter sistémico del turismo se considera como área de influencia indirecta a toda la región de Aysén. Por su parte, el área de influencia directa del proyecto corresponde al territorio de las comunas de Villa O'Higgins, Tortel, Cochrane y Chile Chico, las cuales conforman la provincia Capitán Prat (PHA, 2008a).

El mapa 2 muestra que el proyecto hidroeléctrico Aysén se emplaza entre dos campos de hielo, los que a su vez pertenecen a dos parques nacionales: el Parque Nacional Laguna San Rafael, que además es reserva de la biosfera, y el Parque Nacional Bernardo O'Higgins, el cual se encuentra junto al Parque Nacional Torres del Paine en lista tentativa de patrimonio natural de la humanidad de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), desde el 30 de marzo de 1994. A esto

Cuadro 3
ATRACTIVOS DE JERARQUÍA INTERNACIONAL EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DIRECTA DEL PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN

Nombre del atractivo	Descripción
Carretera Austral	El Camino Longitudinal Austral (Ruta 7) o “carretera Austral” corresponde a la tipología de “camino pintoresco”. Recorre 1.240 Km en total, desde la ciudad de Puerto Montt hasta la última localidad habitada de la región de Aysén, “Villa O’Higgins”. Es el principal eje de conexión y de recorrido terrestre de la región de Aysén, constituyendo en sí mismo un atractivo y/o destino, permitiendo el acceso a los diferentes atractivos turísticos de manera transversal e integrada. La carretera Austral atraviesa durante 418 Km (camino de ripio) el área de influencia directa del proyecto hidroeléctrico Aysén, bordeando en gran parte de su trayecto al río Baker.
Lago General Carrera	Lago de origen glaciar compartido con Argentina, de 1.850 km ² , de los cuales 978,12 km ² están en Chile y los restantes 880 km ² pertenecen a Argentina. Sus aguas llegan al océano Pacífico a través del río Baker. Fue declarado Zona de Interés Turístico por el Estado chileno en el año 2003.
Campo de Hielo Patagónico Sur	Forma parte del Parque Nacional Bernardo O’Higgins. Es una enorme extensión de hielos continentales de 350 Km de largo y de 16.800 km ² , de los cuales 8.325 km ² pertenecen a la región de Aysén. El 85% del Campo de Hielo Patagónico Sur se encuentra en Chile y el 15% en Argentina, aunque hay un tramo importante de frontera entre ambos países que aún no está definido (con el monte Fitz Roy como referencia). Es la tercera extensión de hielo más grande del mundo (después de la Antártida y Groenlandia).
Ventisquero Jorge Montt	Es uno de los más grandes del área de influencia directa del proyecto, con 454 km ² . Constituye el límite norte y el punto de acceso marítimo al Campo de Hielo Patagónico Sur. En los últimos años ha retrocedido en forma creciente.
Campo de Hielo Patagónico Norte	Forma parte de la Reserva de la Biosfera Laguna San Rafael, que corresponde a toda el área del Parque Nacional Laguna San Rafael. Tiene una extensión de 4.200 km ² . De él descienden numerosos ventisqueros, entre los que se cuentan el ventisquero Steffen y el ventisquero San Rafael. Este último corresponde al ventisquero marino más cercano a la línea del Ecuador y la mayor atracción turística de la zona, con 20 mil turistas al año quienes llegan a través de cruceros turísticos.

Río Baker	Es el más caudaloso de Chile. Recorre aproximadamente 175 Km desde su nacimiento en el Lago Bertrand (el que a su vez es el desagüe natural del Lago General Carrera) hasta su desembocadura en el océano pacífico. Su cuenca hidrográfica corresponde a 26.487 km ² , de los cuales 17.159 km ² se encuentran en Chile y 9.328 km ² en Argentina. En su desembocadura se encuentra el Monumento Nacional Isla de los Muertos, declarado así por el Estado chileno en el año 2001.
Caleta Tortel	Es un pintoresco poblado de un poco más de quinientos habitantes con casas y pasarelas peatonales de madera (sin calles ni tránsito vehicular) que se ubica a un costado de la desembocadura (delta) del río Baker. Fue declarado Zona Típica por el Estado chileno en el año 2001.

Fuente: Gobierno de Chile, 2011b; PHA, 2008a; SERNATUR, 2010; UNESCO, 2010a.

se suma que el proyecto se encuentra entre dos reservas nacionales, la Reserva Nacional Katalalixar y la Reserva Nacional Lago Cochrane. Las cuatro comunas en donde se ubica el proyecto concentran el 30% de los atractivos turísticos de jerarquía internacional de la región de Aysén, con 7 atractivos (véase cuadro 3) (SERNATUR, 2010).

4.3. Los impactos del Proyecto Hidroeléctrico Aysén

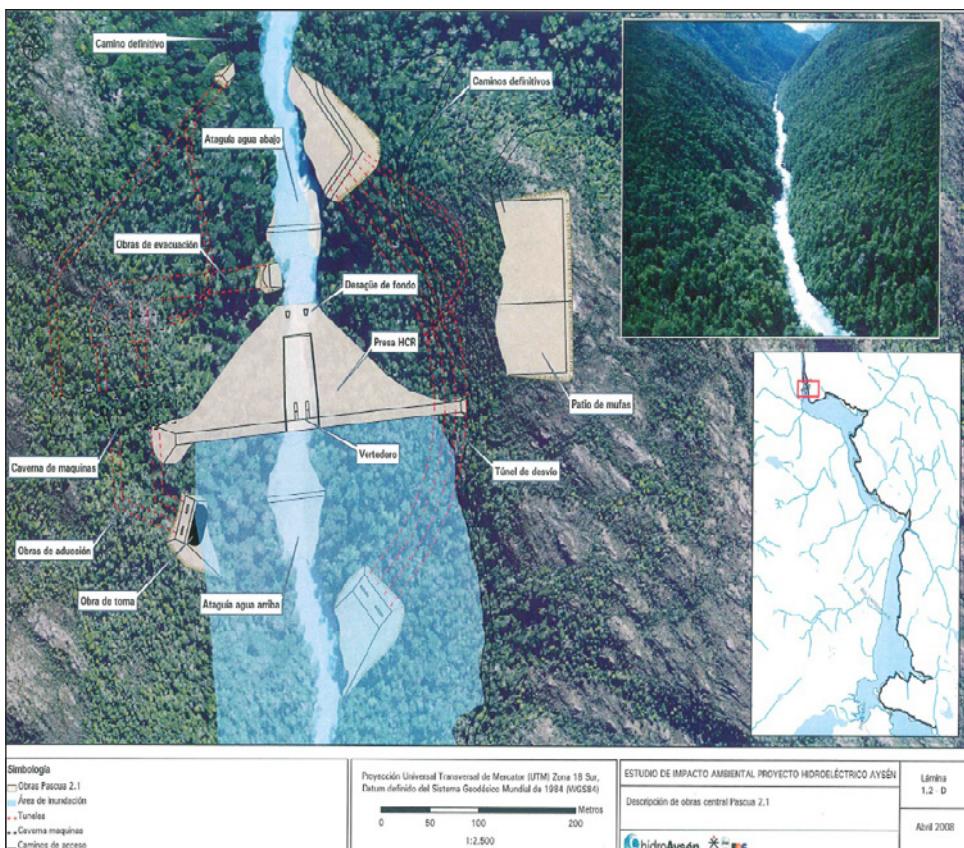
La imagen 2 muestra las obras específicas de una de las centrales hidroeléctricas del proyecto, lo cual permite apreciar la magnitud de la intervención antrópica sobre la naturaleza. A esto habría que agregar el impacto ambiental y paisajístico del tendido eléctrico que se requiere¹.

El estudio de impacto ambiental del proyecto hidroeléctrico Aysén (PHA, 2008a) identifica 111 impactos distribuidos en 30 componentes ambientales. Para el componente turismo se identificaron 7 impactos, de los cuales 2 se consideran como positivos. Sin embargo, al analizar los impactos correspondientes a los otros componentes ambientales, es indudable que muchos de ellos también afectan al turismo de manera directa. En el cuadro 4 se identifican los impactos del componente turismo y en el cuadro 5 una muestra de impactos de otros componentes que también a nuestro juicio afectarían al sector turístico. Cabe aclarar que además de los impactos se presentan las medidas de compensación, reparación y mitigación propuestas por el proyecto.

El estudio de impacto ambiental (PHA, 2008a) identifica que en el caso de llevarse a cabo el proyecto, habrá un impacto negativo sobre la imagen de los productos turísticos de

¹ A la fecha de envío de este artículo el proyecto hidroeléctrico Aysén ha presentado a la institucionalidad pública chilena sólo el estudio de impacto ambiental de las cinco presas y no del tendido eléctrico que transportaría la electricidad al resto del país.

Imagen 2
PRESA Y EMBALSE EN LA CENTRAL HIDROELÉCTRICA PASCUA 2.1.



Fuente: PHA, 2008a.

la provincia Capitán Prat. Parte de la base que dichos productos se encuentran asociados a una imagen de marketing del territorio caracterizada por la predominancia del paisaje natural y, por tanto, a un desarrollo turístico basado en los recursos naturales y el paisaje, de baja intervención antrópica y propicia para la exploración de la naturaleza (PHA, 2008a). El impacto negativo sobre la imagen es catalogado de largo plazo (de al menos 12 años) y es valorado como *«irreversible, al no revertirse en forma natural ni mediante acciones correctoras, por lo que perdurará en el tiempo de manera indefinida. En cuanto a la relevancia del componente y su valoración ambiental, tiene un valor extremo (valor 8), en gran medida, por la promoción de la Patagonia como un destino poco explorado y de alta calidad basal, relativamente escasa»* (PHA, 2008a:1191).

Junto con esto el proyecto afectaría a las actividades turísticas que se realizan en torno a atractivos turísticos de jerarquía internacional, como el río Baker, viéndose afectadas las

Cuadro 4
**IMPACTOS Y MEDIDAS CONTEMPLADAS DEL COMPONENTE TURISMO,
 PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN**

Impacto identificado	Etapa asociada	Impacto total	Medidas contempladas	
			Tipo de medida	Descripción
Componente ambiental: Turismo.				
1. Afectación de la imagen de los productos turísticos de la provincia Capitán Prat.	Construcción	Medianamente significativo	Compensación	Elaboración de un estudio de potencialidades turísticas, en el marco de un potencial desarrollo del turismo local en el área de influencia del proyecto. Creación de un centro de información turística junto a un centro de información cultural en la ciudad de cochrane.
2. Alteración de atractivos turísticos y actividades asociadas producto de las obras de construcción del proyecto.	Construcción	Levemente significativo	Compensación	Implementación de ocho miradores y 10 kilómetros de senderos. Los sectores serán definidos en el estudio de potencialidades turísticas.
3. Pérdida de atractivos turísticos y actividades asociadas producto de las obras de construcción del proyecto.	Construcción	Medianamente significativo	Compensación	
4. Pérdida de planta turística producto de las obras de construcción del proyecto.	Construcción	Significativo	Compensación	Reposición de la planta turística perdida, producto de las obras de construcción del proyecto.
5. Disminución de la disponibilidad en la planta turística existente en la ciudad de Cochrane producto de la llegada de personas directa e indirectamente relacionadas con el proyecto.	Construcción	Levemente significativo	Compensación	Capacitación de recursos humanos.
6. Aumento en la actividad comercial relacionada con la planta turística producto de la llegada de personas directa e indirectamente relacionadas con el proyecto.	Construcción	Levemente significativo	Ninguna pues se considera un impacto positivo	Mas economía local en la ciudad de Cochrane. Si bien disminuirá la disponibilidad de planta turística para los turistas, el aumento de la llegada de personas relacionadas al proyecto provocará un aumento en la actividad comercial, ampliando la demanda de servicios y abriendo las posibilidades a empleos y actividades comerciales alternativas.
7. Diversificación de productos turísticos, incorporación de nuevos atractivos y potenciales circuitos en el camino a lago Chico por el sector Pascua.	Operación	Levemente significativo		Mejora en la accesibilidad y conectividad turística producto de las mejoras de caminos públicos, como es el caso de la ruta 7 (carretera austral) y X-906 (sector Pascua). Esto abre nuevas oportunidades de acceso y conectividad con sitios de interés, como por ejemplo el ventisquero Jorge Montt.

Fuente: PHA, 2008a; PHA, 2008c.

Cuadro 5
**IMPACTOS Y MEDIDAS CONTEMPLADAS DE OTROS COMPONENTES,
 PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN**

Impacto identificado	Etapa asociada	Impacto total	Medidas contempladas	
			Tipo de medida	Descripción
Componente ambiental: Paisaje.				
1. Pérdida parcial de paisajes originales, como resultado del establecimiento de las áreas de embalse.	Construcción	Significativo	Compensación	Creación de un área de conservación.
2. Alteración de la calidad visual, debido a la modificación de los componentes físicos, bióticos y antrópicos del paisaje.	Construcción	Significativo	Reparación	Programa de reparación de impactos sobre el paisaje.
Otros impactos de distintos componentes ambientales.				
3. Aumento en los flujos vehiculares en ruta 7, producto de las obras y actividades del proyecto.	Construcción	Significativo	Mitigación	Sistema de gestión de tránsito para los vehículos asociados al proyecto.
4. Pérdida de formaciones de interés científico (depósitos finos glaciarios).	Construcción	Significativo	Compensación	Estudio paleoclimático.
5. Aumento de los niveles sonoros basales por uso de maquinaria pesada en superficie, por efecto de tronaduras, circulación de vehículos pesados.	Construcción	Medianamente significativo	Mitigación	Mitigación al impacto de los niveles sonoros por actividades constructivas en superficie, tronadura y flujos vehiculares pesados.
6. Pérdida de asociaciones vegetales que constituyen áreas de valor ambiental en el área de influencia directa del proyecto.	Construcción	Significativo	Compensación Mitigación	Creación de un área de conservación. Incorporación de criterios ecológicos en la etapa de reforestación del Plan de Manejo Forestal. Protección de la flora y fauna nativa. Restricciones de corte de vegetación durante la construcción y mantenimiento de las líneas de transmisión eléctrica.
7. Pérdida de hábitat para la fauna nativa de vertebrados terrestres dentro de áreas de valor ambiental.	Construcción	Significativo	Compensación	Creación de un área de conservación. Estudio de cérvidos en el área de influencia del proyecto.
8. Alteración de 48,1 ha del Parque Nacional Laguna San Rafael por el llenado del embalse de la central Baker 2.	Construcción	Levemente significativo	Compensación	Agregar superficie al Parque Nacional Laguna San Rafael.
9. Afectación de elementos patrimoniales arqueológicos por la construcción de las obras.	Construcción	Medianamente significativo	Mitigación	Generación de área de restricción y supervisión arqueológica.

Fuente: PHA, 2008a; PHA, 2008c.

actividades que se realizan en él: pesca deportiva, excursiones fluviales y alojamiento rural (PHA, 2008a). Con el proyecto se perdería equipamiento turístico (camping y hotel en el río Baker), atractivos turísticos (río Quetu ó desembocadura del lago Quetu; Santuario Histórico Juan Pablo II, sector Mellizos) y actividades turísticas asociadas: paseos a caballo y paseos en bote en el área de inundación del río Baker, pesca deportiva en el área de inundación en el río de los Ñadis y agroturismo en el valle del río Baker (PHA, 2008a).

Ahora bien, es indudable que todo el flujo de personas vinculadas al proyecto aca-rrearía un mayor movimiento comercial y económico para las comunidades locales en general y para los empresarios turísticos en particular. Quizás los ingresos económicos de los empresarios turísticos durante la etapa de construcción del proyecto sean mayores que durante cualquier temporada turística.

En este artículo hemos considerado al componente paisaje como el de mayor vinculación directa con el turismo, pues constituye la cualidad visible del lugar, convirtiéndose en «imagen» (Mundet, 1996; Callizo, 1991). En dicho componente el estudio de impacto ambiental del proyecto analizó la calidad, fragilidad y visibilidad de 67 cuencas visuales en sitios o sectores con mayor concentración actual y potencial de observadores, como lo es la red de caminos existentes en el área, reconociendo dentro de ella a la ruta 7 o carretera Austral y la ruta X-906 Camino Ventisquero Montt. Los resultados indican que en el área del proyecto las unidades de paisaje con calidad visual alta y media-alta representan el 81% de las unidades identificadas, en donde los elementos del paisaje o combinaciones de ellos presentan rasgos sobresalientes (PHA, 2008a).

A esto habría que añadir el impacto social y cultural que implica una obra de esta magnitud en zonas extremas y poco pobladas, producto de los miles de trabajadores que participarían en la faena (2.260 trabajadores mensuales en promedio), muchos de los cuales probablemente provengan de otras zonas del país, quienes vivirían en campamentos cercanos a poblados de no más de tres mil habitantes (la ciudad de Cochrane, capital de la provincia Capitán Prat, tiene 2.867 habitantes, según cifras del censo del año 2002) (SERNATUR, 2007; Torres, 2008). La posible «invasión» alteraría considerablemente la vida social en estas pequeñas poblaciones (Cànoves *et al.*, 2006).

Asimismo los impactos del proyecto se concentran mayoritariamente durante su etapa de construcción (11,5 años). Durante ese período de tiempo habrá un aumento considerable del flujo vehicular en la carretera Austral, así como contaminación sonora producto del uso de maquinaria pesada y tronaduras, lo que sin duda ahuyentará a los turistas que año a año recorren la carretera Austral, ya sea en vehículo o en bicicleta. De este modo, muy probablemente disminuyan los turistas que visitan el área de influencia directa del proyecto, alertados por una mala imagen o por la escasez de planta turística, pues aún los turistas que quisieran llegar durante los años de construcción de las obras, tendrían serias dificultades para encontrar alojamiento, ya que gran parte de la planta turística actual sería ocupada por personas vinculadas al proyecto (trabajadores, ejecutivos, ingenieros, asesores). Esta situación, sin embargo, se podría equilibrar a través del funcionamiento del libre mercado, con la aparición de nueva oferta de alojamiento y alimentación.

Ahora bien el proyecto hidroeléctrico Aysén, a petición de las institucionalidad pública de Chile, profundizó en las medidas de compensación/mitigación/reparación propuestas a través de un Plan Integrado de Turismo, el cual especifica y complementa las medidas

planteadas a través de actividades puntuales como por ejemplo la realización de giras internacionales con empresarios turísticos locales, programas de capacitación, la habilitación de 31 km de senderos y 10 miradores con su respectiva señalización y paneles de información, visitas guiadas a los embalses y un plan de marketing (PHA, 2010).

A su vez, el mismo plan indica que el Área de Conservación que propone el proyecto sería de 11.560 ha, el cual incorporaría criterios turístico-recreativos y la habilitación de senderos y refugios rústicos para el desarrollo de actividades de ecoturismo. De igual modo como medida adicional se ha incorporado un Plan de Manejo Integrado del Medio Acuático en las cuencas de los ríos Baker y Pascua, el cual se compromete a potenciar la conectividad fluvial del río Baker, posibilitando el desarrollo de una ruta de navegación con fines turísticos y recreativos. Cabe señalar también que se mejoraría la accesibilidad en general al territorio con las mejoras en algunos caminos (Ruta 7 «carretera Austral») y puertos marítimos de la región (Puerto Yungay y Puerto Río Bravo) producto de la construcción de las centrales (PHA, 2010).

De acuerdo a esta información, el proyecto visualiza al turismo como un eje importante de desarrollo: *«lo que hemos hecho es proponer un plan de desarrollo y marketing turístico para posicionar a la región y a la Patagonia como un atractivo, pero sometido a una discusión que ellos (la población y empresarios de esa zona) deben tener sobre el tipo de turismo que quieren hacer. Podemos contribuir con recursos, hemos traído expertos internacionales como al que instaló a Bariloche como una marca....los agentes involucrados deben definir si desean un turismo masivo, que requiere infraestructura, idiomas y conectividad digital, o uno de exclusividad, donde se aprovechen áreas no intervenidas. Creo que ambas podrían coexistir si están bien hechas. En cuanto a las eventuales consecuencias que podría tener el megacomplejo energético en el turismo, he estudiado el tema y, en lo personal, pienso que no hay una afectación negativa, sino que, al revés, toda la infraestructura que se construya, las becas, el idioma, las actividades culinarias, pueden apalancar un mejor turismo futuro»* (Diario electrónico Terra, 2011a).

De la cita anterior se desprende el argumento que compatibiliza de manera positiva al turismo con las presas, pues éstas supuestamente le «agregarán valor turístico a la Patagonia» (Diario electrónico Terra, 2011b) por todo el apoyo que se brindaría a proyectos de inversión turística para el sector privado, programas de preservación y conservación de áreas naturales, formación, capacitación e infraestructura. Es decir, se considera al proyecto hidroeléctrico Aysén como una ventaja competitiva para el sector turístico de la región.

Sin embargo, la estrategia de desarrollo de la región de Aysén (2000-2006) reconoce la importancia de la calidad ambiental como ventaja competitiva del territorio: *«el aumento de la producción regional propuesta en esta estrategia, debe ser complementado con el fortalecimiento de la principal ventaja competitiva de la región; esta es su calidad medioambiental. Si Aysén logra probar ser una zona descontaminada, que protege el medio ambiente y además produce productos de calidad limpia, puede acceder con su producción a mercados de mayor exigencia y de más alto precio para sus productos de origen agrícola, acuícola y beneficiarse de un mayor desarrollo turístico»* (Gobierno de Chile, 2000:15).

En este sentido se tendrá que optar entre ser competitivo por grandes obras que en el corto plazo alterarían notablemente el paisaje, produciendo contaminación visual y sonora

durante 11,5 años y que en el largo plazo dejarían una infraestructura que mejoraría el acceso a los recursos y atractivos turísticos pero también una huella humana imborrable en el paisaje, o ser competitivo a través de la conservación del medio ambiente.

5. CONCLUSIONES

Considerando la revisión de la literatura en turismo sostenible y competitividad turística, junto con los impactos en el turismo del proyecto hidroeléctrico Aysén, concluimos que las perspectivas de un turismo sostenible en la Patagonia chilena se ven reducidas bajo la probable implantación de grandes centrales hidroeléctricas en su territorio, pues éstas atentarían contra la base de sus recursos naturales que se constituyen en atractivos turísticos de jerarquía internacional y, por consiguiente, contra la imagen natural que proyecta el destino, debilitando con ello su competitividad.

En este sentido, en caso de que la Patagonia chilena decidiera fortalecer un modelo de turismo basado en la naturaleza, tal como lo viene haciendo impulsado por sus excepcionales recursos naturales y por la imagen que proyecta en tanto territorio inhóspito, prístino e inexplorado, el proyecto hidroeléctrico Aysén resultaría perjudicial para el sector turístico, debido a que ocasionaría una pérdida de singularidad del territorio, una merma en la calidad del paisaje y un cambio de la imagen turística natural de la región en un mercado global y de creciente competencia entre los destinos.

Durante la fase de construcción del proyecto hidroeléctrico Aysén (casi 12 años) las consecuencias en el turismo serían bastante negativas, afectando a las actividades turísticas que se realizan en la zona, como la pesca deportiva, los recorridos turísticos por la carretera Austral y, en consecuencia, a los flujos turísticos que llegan al área de influencia directa del proyecto. La situación sería distinta, eso sí, en la fase de operación del proyecto. Presumiblemente ya no habría camiones ni maquinaria pesada operando de manera constante y los trabajadores permanentes del proyecto habrán descendido a 140 personas. También, habría mejores caminos y puertos. En este sentido, durante su fase de operación el proyecto hidroeléctrico Aysén podría mejorar la competitividad turística del territorio, por la mejora de la infraestructura que permitiría el acceso y el uso turístico de nuevos y actuales recursos. Sin embargo, esta posibilidad se ve refutada por el hecho de que la infraestructura que quede (caminos y puertos) puede ser empleada también para otros fines productivos, como la minería y la salmonicultura, sectores con los cuales un turismo basado en la naturaleza puede entrar nuevamente en disputa por el uso de los recursos, debido al impacto ambiental y paisajístico que estas actividades de por sí generan.

Desafortunadamente el proyecto hidroeléctrico Aysén se emplaza en un lugar de alto valor ambiental y turístico: entre campos de hielo, parques nacionales y atractivos turísticos de jerarquía internacional. Hay, por tanto, un costo de oportunidad no evaluado del todo con este gran proyecto hidroeléctrico, en cuanto al beneficio que se deja de percibir por no conservar esta área de la Patagonia. La conservación puede ser asumida como una ventaja competitiva para el territorio, una oportunidad de desarrollo, por ejemplo, a través de la declaración de patrimonio natural de la humanidad para los campos de hielo norte y sur, en un país como Chile que no posee aún ningún espacio declarado bajo dicha

categoría (el país posee 5 reconocimientos de patrimonio cultural de la humanidad)². Al respecto cabe reiterar que el Parque Nacional Bernardo O'Higgins, al cual pertenece el Campo de Hielo Patagónico Sur, se encuentra desde 1994 en la lista tentativa de patrimonio natural de la humanidad de la UNESCO. Si bien la declaración de patrimonio natural de la humanidad no garantiza por sí sola el desarrollo de un turismo sostenible, sí daría a la Patagonia chilena más reconocimiento a nivel mundial y sería más congruente con el tipo de turismo que se da en la zona (como ya hemos dicho, un turismo asociado a la naturaleza) y con la imagen natural que proyecta.

De este modo, la conservación y el turismo pueden llegar a ser un aliado a través de estrategias de desarrollo sostenible, sin olvidar que un turismo mal planteado también tiene la capacidad de perjudicar el medio ambiente, sobre todo en zonas que poseen un alto valor ecológico. En efecto, el turismo puede llegar a ser nocivo para el territorio, en especial cuando se lleva a cabo de manera masiva y descontrolada. En este sentido, para que el proceso de desarrollo turístico de la Patagonia sea sostenible, seguramente se tendrá que idear una oferta turística con criterios ambientales («turismo dirigido ambientalmente») y es muy posible también que incluso en muchas zonas de la Patagonia se deban controlar los flujos turísticos (siguiendo estrategias de un «turismo neoteneus»), manteniendo al destino en etapas de introducción o exploración en base a Butler (1980).

Con la información analizada hasta ahora se puede constatar que con grandes centrales hidroeléctricas el modelo de desarrollo en general del territorio se estaría situando entre una posición de sostenibilidad débil y muy débil, en donde prima una visión antropocéntrica y utilitaria de los recursos naturales y culturales. Una visión que, a pesar de reconocer los impactos y tratar de minimizarlos, sigue priorizando la rentabilidad económica frente a la conservación del medio ambiente o la equidad social. De este modo, el proyecto hidroeléctrico Aysén obliga a reflexionar no sólo en las perspectivas futuras del turismo sostenible en la Patagonia Chilena, sino que en las posibilidades reales de sostenibilidad que existen bajo un modelo neoliberal de desarrollo, pues es ahí en donde este tipo de proyectos encuentra su justificación.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, M. (2009): «Las nuevas exigencias de calidad en los destinos turísticos». En *Nuevas Tendencias y Retos en el Sector Turístico: un enfoque multidisciplinar*. Madrid, Delta, pp. 227-244.
- ANGELKOVA, T. et al. (2012): «Sustainability and competitiveness of tourism», *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, nº 44, pp. 221-227.
- BARROSO, M. y FLORES, D. (2006): «La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico», *Cuadernos de Turismo*, nº 17, pp. 7-24.
- BENACH, N. (2012): *Richard Peet. Geografía contra el neoliberalismo*. Barcelona, Icaria.

² Información disponible en la página web <http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=31&l=en&&&&mode=table> (Acceso: 3/12/2013).

- BOURLÓN, F. (1999): «PROJET PATAGONIA. Exportation du concept de parc naturel régional au développement durable des provinces General Carrera et Capitán Prat, XIe région de Aysén, Chili ». Étude SAI/FFEM. Francia. 145 p.
- BRITTON, S. (1982): «The political economy of tourism in the third World», *Annals of Tourism Research*, nº 9, pp.331-358.
- BROHMAN, J. (1996): «New directions in tourism for third world development», *Annals of Tourism Research*, nº 23 (1), pp. 48-70.
- BUTLER, R. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources», *Canadian Geographers*, nº 24, pp. 5-12.
- CALLIZO, J. (1991): *Aproximación a la Geografía del turismo*. Madrid, Síntesis.
- CÀNOVES, G. y VILLARINO, M. (2000): «Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo», *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, nº 37, pp. 51-77.
- CÀNOVES, G. et al. (2005): «Turismo rural en España: Paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones». *Cuadernos de Turismo*, nº 15, pp. 63-76.
- CÀNOVES, G. et al. (2006): «Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 41, pp. 199-217.
- CEBALLOS-LASCURAIN, H. (1987). «The future of ecotourism». *Mexico Journal*, 1(17), pp. 13-19.
- CHADEFAUD, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour (Du mythe à l'espace: un essai de géographie historique)*. Pau: Département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Pau.
- COLLINS, A. (1999): «Tourism development and natural capital», *Annals of Tourism Research*, nº 26 (1), pp. 98-109.
- CROUCH, G. y RITCHIE, J. (1999): «Tourism, competitiveness, and societal prosperity», *Journal of Business Research*, nº 44, pp.137-152.
- DIARIO ELECTRÓNICO TERRA. (2011a): «Hidroaysén trae a experto para situar Patagonia como destino turístico». Disponible en http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201109171001_TRR_80203760 (Acceso: 17/09/2011).
- DIARIO ELECTRÓNICO TERRA. (2011b): «Apoyo de FEDETUR a Hidroaysén tensión al gremio turístico del sur». Disponible en http://economia.terra.cl/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201109092242_INV_80168150 (Acceso: 09/09/2011).
- DÍEZ, D. (2012a): «La competitividad turística en espacios interiores: una propuesta metodológica para la determinación de competidores potenciales», *Cuadernos de Turismo*, nº 30, pp. 109-125.
- DÍEZ, D. (2012b): «Los turismos de interior: un enfoque desde la dimensión de las modalidades turístico-recreativas», *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol.58/3, pp 373-396.
- DWYER, L. y KIM, C. (2003): «Destination Competitiveness: Determinants and Indicators», *Current Issues in Tourism*, 6 (nº 5), pp. 369-414.
- EPLER, M. (2002): *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*. Burlington, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- FULLANA, P. y AYUSO, S. (2002): *Turismo sostenible*. Barcelona, Rubes.
- GARBELLOTTI, M. et al. (2008). «Paisaje, producción y turismo rural en destinos emergentes de la Patagonia argentina», en *Espacios Turísticos: Mercantilización, Paisaje e identidad*. Alicante, AguaClara, pp. 393-407.

- GOBIERNO DE CHILE. (2000): *Estrategia de desarrollo Región de Aysén 2000-2006*. Coyhaique, Chile. 50 p.
- GOBIERNO DE CHILE. (2011a): *Plan Aysén 2010-2014*. Coyhaique, Chile. 39 p.
- GOBIERNO DE CHILE. (2011b): *Aysén. Road Map of the Aysen Region. Southern Highway – Carretera Austral – Chile*.
- HARDY, H. et al. (2002). «Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualization of tourism». *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), pp. 475-496.
- HARVEY, D. (1998): *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu.
- HIERNAUX, D. et al. (2002): *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. San José, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- HUNTER, C. (1997): «Sustainable tourism as an adaptive paradigm», *Annals of Tourism Research*, 24 (4), pp. 850-867.
- JARAMILLO, A. y SAPIAINS, R. (2008): *Impacto de los proyectos de represas en Aysén en el desarrollo del turismo de la región*. Santiago, Universidad de Chile. 65 pp.
- KHAN, M. (1997): «Tourism Development and Dependency Theory: Mass Tourism vs. Ecotourism», *Annals of Tourism Research*, Research Notes and Reports, pp. 988-991.
- LILLO, A. et al. (2007): «El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico», *Cuadernos de Turismo*, nº19, pp. 47-69.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999): «Política turística y territorio en el escenario de cambio turístico», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº28, pp. 23-38.
- LOZANO, P. y CARRACEDO, V. (2010): «Descripción de la ornitofauna de la patagonia chilena y aproximación a su valoración biogeográfica», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº54, pp. 7-28.
- MBAIWA, J. y STRONZA, A. (2009): «The challenges and prospects for sustainable tourism and ecotourism in developing countries». In *The Sage Handbook of Tourism Studies*. London, pp. 333-353.
- MUNDET, L. (1996): «Geografia, turisme i màrqueting. Una barreja impossible o una barreja necessària?», *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, nº 29, pp. 71-86.
- NEL-LO, O (ed.). (2003): *Aquí, no*. Barcelona, Empúries.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (2004): *Desarrollo sostenible del ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en la PYME*. Madrid.
- POON, A. (1993): *Tourism, technology and competitive strategy*. Wallingford, CAB International.
- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York, Free Press.
- PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN (PHA). (2008a): *Estudio de Impacto Ambiental*. Disponible en <http://seia.sea.gob.cl/documentos/documentos.php?idDocumento=3103215> (Acceso: 29/11/2012).
- PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN (PHA). (2008b): *Capítulo 1 Descripción del proyecto*. Disponible en <http://www.e-seia.cl/archivos/20080812.101341.pdf> (Acceso: 29/11/2012).
- PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN (PHA). (2008c): *Capítulo 9 Fichas resúmenes del Estudio de Impacto ambiental*. Disponible en <http://www.e-seia.cl/archivos/20080812.110524.pdf> (Acceso: 30/11/2012).

- PROYECTO HIDROELÉCTRICO AYSÉN (PHA). (2010): *Adenda 2, Anexo 2I, Plan Integrado de Turismo (PIT). Proyecto hidroeléctrico Aysén*. Disponible en http://seiasea.gob.cl/archivos/Plan_Integrado_de_Turismo.pdf (Acceso: 30/11/2012).
- ROJAS, J. y HANSEN, G. (2006): «Turismo de naturaleza, desarrollo local sustentable y megaproyectos hidroeléctricos en la Patagonia chilena», *Sociedad Hoy*, nº11, pp. 87-108.
- ROMAGOSA, F. et al. (2011): «El turismo en el marco de una estrategia de planificación sostenible general en Cataluña», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº57, pp. 267-293.
- SALINAS, E. y LA O, J. (2006): «Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba», *Cuadernos de Turismo*, nº 17, pp. 201-221.
- SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (SERNATUR). (2006): *Plan Integral de Calidad Turística ZOIT Lago General Carrera año 2006-2007*. Coyhaique, Gobierno de Chile. 81 pp.
- SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (SERNATUR). (2007): *Estrategia de Desarrollo Turístico Región de Aysén 2007-2010. Planes y Políticas de Turismo*. Coyhaique, Gobierno de Chile. 16 p.
- SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (SERNATUR). (2010): *Atractivos turísticos 2010 Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo*. Disponible en <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadísticas?did=180> (Acceso: 04/12/2012).
- TELFER, D. (2009): «Development studies and tourism» In *The Sage Handbook of Tourism Studies*. London, SAGE publications Ltda., pp. 146-165.
- TORRES, R. (2008): *Turismo, naturaleza y cultura en la Patagonia. Análisis sociológico del proceso de formación, evolución y desarrollo turístico sustentable del destino turístico Aysén*. Concepción, Universidad de Concepción. 241 pp.
- TORRES, A. (2010): «Sostenibilitat i modalitats turístiques. Una anàlisi de casos a Catalunya». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol.56/3, pp 479-502.
- TOSUN, C. (2001). «Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey», *Tourism Management*, 22(3), pp 289-303.
- UNESCO. (2010a): *Chile Laguna San Rafael*. Disponible en: http://www.unesco.org.uy/mab/fileadmin/ciencias%20naturales/mab/articulos_RB/Fichas_RB/Chile/Laguna_San_Rafael.pdf (Acceso: 07/01/2013).
- UNESCO. (2010b): *Biosphere Reserva World Network*. Disponible en: <http://www.unesco.org/mab/doc/brs/BRLList2010.pdf> (Acceso: 07/01/2013).
- UNESCO. (2012): *Patrimonio Mundial 2011-2012*. Disponible en: <http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-554-27.pdf> (Acceso: 07/01/2013).
- VERA, F. et al. (2011): *Análisis territorial del turismo*. Valencia, Tirant Lo Blanch.
- WCED. (1987): *World commission on environment and development. Our Common Future*. New York, Oxford University Press.
- WU, W. et al. (2012): «Critiquing the world economic forum's concept of destination competitiveness: a further analysis», *Tourism Management Perspectives*, nº 4. pp. 198-206.