

## AL SUR DEL MUNDO: COYHAIQUE, FICCIONES DE UNA CIUDAD PARA EL TURISMO\*

Juan Carlos Rodríguez Torrent\*\*  
Fernando Mandujano Bustamante\*\*\*  
Héctor Berroeta\*\*\*\*  
Lautaro Ojeda Ledezma\*\*\*\*\*

RESUMEN. En este artículo presentamos y analizamos la inducción de una política pública del Estado chileno para la creación de un destino turístico, que alienta un imaginario de integración territorial y en el plano de la subjetividad a la cultura nacional, que mantiene importantes rezagos en el plano material, laboral y económico. La ciudad de Coyhaique, principal centro urbano de la región de Aysén en la Patagonia chilena, es un modelo de un tipo de economía regional que solo explota sus recursos paisajísticos naturales. La tesis que aquí desarrollamos es que existe una incompatibilidad entre los subsistemas urbanos y el modo de explotación del recurso paisajístico natural asociado a consumidores extranjeros de altos ingresos., La política pública no cuenta con una plataforma de desarrollo adecuada, que

\* Este trabajo es producto del Proyecto FONDECYT 1161013, “De los ensamblajes locales, regionales y nacionales a los ensamblajes globales. Etnografía y política de las relaciones de sujeción local en el área de influencia de la Carretera Austral, la provincia de Palena y la región de Aysén”.

\*\* Antropólogo, Centro de Investigaciones sobre Vulnerabilidades e Informalidades Territoriales, Universidad de Valparaíso, Chile. Correo electrónico: [juancarlosrodriguez@yahoocom](mailto:juancarlosrodriguez@yahoocom)

\*\*\* Sociólogo, Facultad de Educación, Universidad de Playa Ancha, Chile. Correo electrónico: [fmandujan@yahoocom](mailto:fmandujan@yahoocom)

\*\*\*\* Psicólogo, Centro de Investigaciones sobre Vulnerabilidades e Informalidades Territoriales, Universidad de Valparaíso, Chile. Correo electrónico: [hector.berroeta@uvcl](mailto:hector.berroeta@uvcl)

\*\*\*\*\* Arquitecto-Urbanista, Centro de Investigaciones sobre Vulnerabilidades e Informalidades Territoriales, Universidad de Valparaíso, Chile.

armonice ambos subsistemas, amparándose en un imaginario político del turismo, que invisibiliza las necesidades cotidianas de sus habitantes.

PALABRAS CLAVE. Ciudad, turismo, paisaje, subsistemas, autoexpresión.

## THE SOUTH OF THE WORLD: COYHAIQUE, FICTIONS OF A CITY FOR TOURISM

ABSTRACT. In this article we present and analyze the induction of a public policy of the Chilean State for the creation of a tourist destination, which encourages an imaginary of territorial integration in the plane of subjectivity to the national culture, which maintains important lags in the material realm, labor and economic. The city of Coyhaique, the main urban center of the Aysén region in Chilean Patagonia, is a model of a type of regional economy that only exploits its natural landscape resources. The thesis that we develop here is that there is an incompatibility between urban subsystems and the mode of exploitation of the natural landscape resource associated with high-income foreign consumers. Public policy does not have an adequate development platform, which harmonizes both subsystems, underpinning in a political imaginary of tourism, that hidden the daily needs of its inhabitants.

KEY WORDS. City, tourism, landscape, subsystems, self-expression.

### INTRODUCCIÓN

Lo que se discute, son parte de los resultados de una investigación etnográfica más amplia sobre territorios y localidades de las ciudades en la Patagonia chilena, y sus formas de ensamblaje social con el resto del

territorio nacional, a partir de la promoción de imaginarios verdes del turismo para altos ingresos.

Los territorios y ciudades que están alejados del centro político, que representan pocos electores y votos, poseen una contradictoria presencia del Estado, capturado por el neoliberalismo, que se expresa en una falta de sincronía e incoherencia entre los propósitos y objetivos del Plan de Desarrollo Regional de la región de Aysén y el Plan de Turismo de Aysén -como promotores del *commodity* naturaleza-, y la ciudad de Coyhaique, principal centro urbano y logístico de la Patagonia-Aysén.

La tesis que sustentamos, es que si bien existe una valoración nacional e internacional de lo que llamamos la geomarca Patagonia (Rodríguez *et al.*, 2014), esta condición promocional descansa en una ciudad de subsistemas de baja complejidad. La geomarca refiere a un territorio valorizado, el que se universaliza y descansa en los geosímbolos propios del paisaje sui generis de los confines, los que se imponen como enunciados de realidad, que sirven para profundizar nuevas configuraciones territoriales e invocar imágenes verdes y de aventura, enlazados con la economía de la experiencia (sensaciones, aprendizajes, emociones, reflexión). Estos geosímbolos se promueven mediante distintos soportes (libros, fotografías y videos) que presentan un bricolage paradisiaco, asociado a sus ecosistemas, población, economía rural y a un conjunto de usos propios de consumidores verdes.

Coyhaique, sin embargo, como nodo de abastecimiento para la aventura verde en las “tierras del fin del mundo”, revela la condición de una ciudad periférica, precaria, dependiente, pero sumida y atrapada en la reinención de su cotidianeidad a través de promesa de que el turismo será su destino (o salvación)<sup>1</sup>.

La Estrategia de Desarrollo regional de Aysén, proyectada al año 2030, en su hoja de ruta regional señala:

---

<sup>1</sup> En este punto tomamos referencia de que a través de la patrimonialización o políticas como las de “pueblos mágicos” o con “encanto”, en México, se crea un teatro de acciones y expectativas sobre lo que se puede ver, hacer y desarrollar, generando simulacros compensatorios de actividades laborales de distintas calidades para la población local (véase Chávez y Rosales, 2015; Méndez y Velázquez, 2013).

la región ha adoptado el slogan *Aysén reserva de vida*, que invita a crear una sociedad sostenible, que pueda persistir a través de generaciones y que sea capaz de conseguir el bienestar de su población, relacionándose de forma armónica con el entorno natural (...) la región de Aysén, deberá prestar servicios turísticos de la más alta calidad, ofrecer productos acuícolas, forestales y ganaderos entre otros, que asuman el concepto de calidad total como principio empresarial ineludible (2009).

Postulamos que para desarrollar esta estrategia se sobreimprimen elementos simbólicos, para construir un imaginario de futuro que contradice el cotidiano y no beneficia a sus habitantes, imponiendo una “marca símbolo” (Camaroff y Camaroff, 2011), donde el paisaje y la ciudad se ponen al servicio de una industria turística que genera una economía simulada y desterritorializada; estacional, no profesionalizada, con pocos recursos que queden localmente. Es decir, una estrategia que se sustenta en una cultura de la precariedad cotidiana -urbana y rural- que transforma en mercancía el paisaje, como parte de un lucro desterritorializado y que se ampara en la construcción de una figura ficcionada de integración a través del trabajo de servicios de baja calificación.

En esta dirección postulamos 5 ejes propios de esta ficción urbana y territorial, que nos permiten discutir la contradicción evidente entre la experiencia de la ciudad de sus habitantes y los turistas, y la construcción de la política pública un imaginario que mitigue el abandono y el aislamiento. Sostenemos que:

1. la ciudad de Coyhaique en su aislamiento y desconexión con el resto del país no ofrece condiciones infraestructurales y subsistemas coherentes y eficientes para convertirla en centro de operaciones y receptividad para el turismo y sus habitantes;
2. resulta paradójico el déficit urbano después de la concentración de poder de la dictadura militar y las hipótesis de guerra con Argentina en la zona;
3. el déficit en artes, alimentación, comercio, infraestructuras y logística no permiten avanzar hacia una oferta diversificada

- y moderna para los visitantes verdes que buscan lo diferente, dentro de las bondades de la modernidad;
4. el desarrollo urbano no permite niveles de autoexpresión de sus habitantes para el enriquecimiento de la socio diversidad local, generando una inestabilidad en los capitales sociales para desarrollar pensamiento autónomo y regionalista;
  5. las debilidades y dependencia del exterior generan una condición de desierto demográfico y alimentario de difícil resolución, potenciando las características del centralismo capitalino.

#### ELEMENTOS DE CONTEXTO

Epistemológicamente, toda ciudad es una imagen de una condensación del tiempo. Lo que en ella apreciamos: arterias, terminales de trenes, autobuses y embarcaciones, rutas peatonales, mercados, almacenes, cafeterías, parques, plazas, monumentos y volúmenes arquitectónicos, son los signos que marcan el espacio y ayudan a entender el sino de los tiempos: la alteridad pasado-presente. De ahí, entonces, que una cuestión importante en términos antropológicos, psicológicos, sociológicos y urbanos, sea el por qué algunas ciudades estimulan el deseo de vivir en ellas, de permanecer, y otras, el deseo de abandonarlas; o, de otra manera, por qué se organizan en torno a los espacios constelaciones topofílicas o topofóbicas (Tuan, 1980, p. 1983).

La etnografía de las ciudades no es propiamente objetual (ver De Certeau, *et al.*, 1999; Delgado, 2007). Lo esencial, es que la existencia de los mismos objetos, marcan las rutinas del cotidiano y facilitan los encuentros que fraccionan el tiempo y permiten las interacciones. Entonces, el interés etnográfico se ubica esencialmente en el transcurrir, en el flujo de las horas y los minutos en que las personas inscriben sus vidas en medio de las materialidades y los paisajes; y, en el modo cómo las personas configuran su topos, sus apropiaciones, itinerarios, rutinas, relaciones y sus formas de enfrentar la vida, que se transforman en capas de sentido que van girando sobre las mismas zonas y lugares de forma centrípeta cada día.

En el habitar los diversos tiempos de la ciudad, “el usuario del espacio se convierte en socio de un contrato social que se obliga a respetar

a fin de que la vida social sea posible” (Mayol, 1999, p. 7), porque su vida es en función de los otros y con los otros para dar espesor a las interacciones. Por ello, no se trata analíticamente de la identificación de un juego de adentro y afuera, o de sujeto y objeto. Ante todo, enfrentamos el modo de estar y de construir la red de relaciones que soportan un modo de vida simultáneamente singular y colectivo en el que se inscriben las biografías de los que siempre han estado, los que se incorporan y los más nuevos; donde el espacio se constituye en lugar a través del conjunto heterogéneo de memorias portadoras de sentido puestas sobre él para su sostenibilidad y renovación (Florida, 2003).

De ahí que nos interese Coyhaique, en la región de Aysén, en el sur de Chile. Es una ciudad pequeña de 55.000 habitantes (ver mapa N° 1). Está marcada por la actividad económica de ciclos cortos: ganadera mixta y ovejera con fines lanares y cárneos. También con predominancia del empleo público. Es ciudad fronteriza y militar, en un Estado que ha marcado hitos limítrofes en relación a la vecina Argentina, pero nunca, incluida en los años de dictadura, ha construido efectiva soberanía a través del poblamiento, y tiene una demografía de 0,8 o 0,9 habs. Km<sup>2</sup>. Es lo que Richardson y Woon (2014) llaman una *shrinkings regions* para caracterizar el despoblamiento o encogimiento demográfico, y la polarización de densidades y migraciones internas o intraregionales<sup>2</sup>. Esta condición, es parte de la falta de equipamientos, redes que faciliten los desplazamientos, ausencia de servicios y el deterioro de la imagen de sí en el lugar de residencia, lo que genera mecanismos de expulsión.

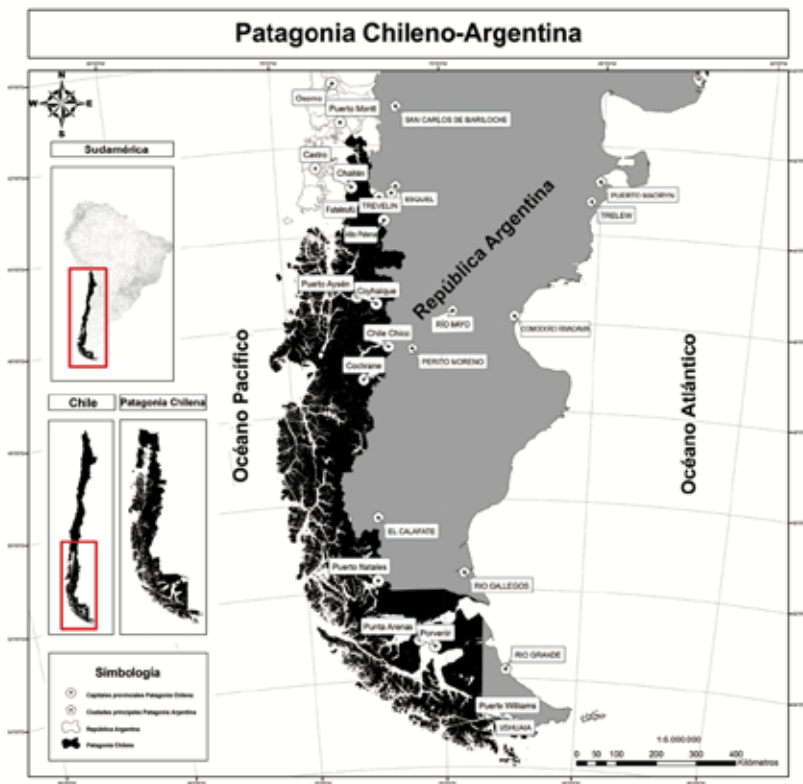
Estos atributos están fuertemente arraigados simbólicamente por la naturaleza y la idea “del sur” y “del fin del mundo”, en el marco de lo que llamamos geomarca Patagonia. Es decir, los aspectos telúricos de la naturaleza se imponen por sobre los urbanos, se visualiza siempre el paisaje por sobre la condición de vida insular y aislada, o la memoria pretérita (colona) que la actual. Patagonia-paisaje se

---

<sup>2</sup> Por una parte, la población rural es dispersa y se concentra en algunos poblados menores que no superan las 2.000 personas. Por otra, la construcción de una vía asfaltada (ruta G7), con el objetivo de aumentar la conectividad intrarregional, ha contribuido a que la población rural abandone sus dominios históricos con destino a Coyhaique, ya que concentra todos los servicios.

impone como nombre propio, y Patagonia por sobre Chile. La ciudad es una referencia obligada desde la perspectiva logística: aeropuerto (Balmaceda, 60 kms), abastecimiento, hospedaje, hospital regional. La ciudad no está conectada por vía terrestre con Chile continental, ya que la ruta se debe combinar con transporte fluvial, o utilizar las vías terrestres de la república Argentina.

Mapa N° 1: Patagonia Chilena



#### REGIÓN, CIUDAD, PROBLEMAS Y CONFLICTOS

La ciudad de Coyhaique fundada en 1929, ubicada en la XI región de Aysén, Chile, en  $-45,5697$  latitud y  $-72,0658$  longitud, es la segunda

ciudad en importancia en la zona austral, después de Punta Arenas en el Estrecho de Magallanes. Y para la región de Aysén y gran parte de la provincia de Palena, es decir el área de influencia de la Carretera Austral, es: “el principal centro de servicios profesionales, administrativos y financieros” (Azócar y Alters, 2010, p. 91). Hoy, cuenta con una cantidad de 55.381 habitantes, acoge al 54.7 % de la población de la XI región según datos proyectados del Censo 2002 (SUBDERE, 2016) y tiene una condición de aislamiento relativo dado por una geografía irregular y accidentada.

Por el norte, predominan los ríos transversales, pantanos y bosques que impiden un flujo vial expedito y su conexión directa con el Chile continental; grandes campos de hielo por el sur que bloquean el paso; el Océano pacífico por el Oeste; y, Argentina por el Este. A partir de esas constricciones, el trabajo etnográfico demuestra que el Estado ha fracasado en el esfuerzo por “construir el imaginario chileno capitalino nacional”. Más bien predominan aspectos fronterizos *up down* de la cultura gaucha y pampeana (identificados con Argentina y la binacionalidad), como si se tratara de un territorio sin fronteras.

Por una parte, en estas tierras tan lejanas e inconexas del centro político, las débiles comunicaciones han sido un factor relevante para su funcionamiento desde hace décadas (véase CORFO, 1950, 1960), especialmente el aéreo y el marítimo que permiten la circulación de las personas y la entrada de bienes básicos para la sobrevivencia (porque no es una zona autosuficiente en términos alimentarios); por otra, es esta misma condición de dependencia-independencia la que requiere por parte del Estado un contrato social especial a esta insularidad de facto.

En la ciudad encontramos un conjunto de funcionarios públicos del poder judicial, aparato de salud, personal de ministerios (SEREMIS)<sup>3</sup>, fuerzas armadas y de policías con destinaciones e importantes asignaciones y bonos -llamados de zona- para residir, que permiten mantenerse por algunos años “para hacer soberanía” -dicen algunos-

---

<sup>3</sup> Secretarías Regionales Ministeriales, que corresponden a los representantes de los distintos ministerios políticos y sectoriales, los que son nombrados directamente por el presidente/a de la república. Tienen dependencia directa del gobierno central.



y otros -coloquialmente- para “hacer caja”. Esto significa que, a través de estas asignaciones económicas para atraer personal calificado para funciones propias de administración política y de servicios del Estado, en gran medida la institucionalidad ayuda a construir y fortalecer las diferencias socioeconómicas en la estructura social local y regional. Mientras se crea una estructura de ingresos “odiosamente” artificial, en paralelo, el resto de la población sobrevive con rentas corrientes y altos costos locales. “La alimentación, la energía, el agua son servicios muy caros en relación al resto del país –se señala-; y, además, se compra lo que llega. Aquí no hay posibilidades de elegir”<sup>4</sup>. En este sentido, no es extraño que exista en la población un malestar y un sentimiento de abandono y una memoria del aislamiento que no pudo ser corregido geopolíticamente por la dictadura militar (1973-1989).

Dos conflictos recientes marcan preocupaciones locales: el llamado conflicto de Aysén (2012) y el de los funcionarios de la Dirección de Aeronáutica Civil (2015) que constituye el soporte del aeropuerto de Balmaceda. El primero, con un emblemático “Tú problema es mi problema, –consiste en– exigir a la autoridad regional y nacional la reivindicación de una agenda pública basada en las demandas territoriales” (Pérez, 2014); y, el segundo, si bien son demandas sectoriales asociadas al sistema de pensiones, sobrepasa el ámbito puramente local y corresponde a un problema nacional y generalizado. Las jornadas de protesta que implicó el bloqueo de toda relación con el resto de Chile, revelaron tres cosas: 1) que el país quedó fracturado geográficamente en dos producto de ambos conflictos; 2) lo vulnerable en términos logísticos e infraestructurales de la región, ya que se paralizaron los desplazamientos terrestres, aéreos y/o fluviales de personas y mercancías, incomunicando a la región; y, 3) que el territorio no es capaz de sostenerse a sí mismo sin decisiones externas.

Entonces, existe un sentir generalizado de la comunidad aysenina (genérico regional), la que cree que por su baja cantidad de población deja de ser importante para el gobierno central, con la consecuencia de

---

<sup>4</sup> Todos los alimentos consumidos deben recorrer entre 1.000 y 1.500 kilómetros. Estos llegan en camiones, los que son subidos a barcas por la costa pacífica, y desembarcados en el Puerto de Chacabuco, a unos 120 kms. de distancia de Coyhaique.

recibir menor atención desde el punto de vista de inversión pública. Las demandas generales apuntan a trato diferenciado por el costo de la vida (alimentos, combustibles), mejoramiento de planes de vivienda y salud, la falta de caminos y conectividad en transportes, la necesidad de que los sueldos y sistema de pensiones sean regionalizados. Sin embargo, en el plano de la cultura la principal demanda se ubicó en la creación de una Universidad regional, y en calidad de la educación y cobertura.

Sin embargo, la región es una de las que “paradójicamente” más crece desde la perspectiva del Producto Geográfico Regional como indica Daher (2016), sin que nunca haya entrado en un proceso de industrialización como los conocidos en el Chile central (i.e. no hay formación de una clase trabajadora). Factor fuertemente determinado por el empleo público, obras públicas como la carretera austral y la industria del salmón<sup>5</sup>. La región posee la inversión per cápita más alta del país, y es la cuarta región más desigual de Chile en términos salariales, entre los más altos y bajos ingresos.

Estos antecedentes hacen evidente la clara disonancia existente entre la pretensión declarada en la Estrategia de Desarrollo Regional de Aysén (GORE-CEPAL, 2009-2030) y el Plan de Acción Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo / Sector Turismo (SERNA-TUR, 2014-2018), que promueven la internacionalización de la región Patagonia-Aysén por sus potencialidades y excepcionalidad paisajística para el turismo de intereses especiales, con orientación a visitantes que son consumidores de prácticas verdes, y los dispositivos sociotécnicos disponibles en Coyhaique para generar coherencia territorial, arraigo, capital social y cultural, masa crítica y un sistema virtuoso asociado a una demanda exigente.

---

<sup>5</sup> La Carretera Austral o ruta G7, es una obra pública que inicia su construcción en 1976, a partir del conflicto limítrofe con Argentina, la verificación del abandono de la población y la fragmentación del país. Es una obra en ejecución, de alta complejidad; la accidentada geografía, los desbordes de ríos, caídas de árboles y derrumbes, así como el costo, hace que en 40 años no pueda ser concluida. En ésta se concentra la mayor inversión pública en la región, aunque nunca está asegurado el financiamiento por parte del Estado. La industria del salmón, si bien provee empleos, al depender de los mercados internacionales es altamente vulnerable y sensible a las oscilaciones de los precios.

Se señala en el discurso regional, en general “los productos más ofrecidos por las agencias [de turismo] son los programas de pesca recreativa y turismo de aventura como *rafting*, cabalgatas, ciclo turismo, *trekking*, montañismo, escaladas, entre otros” (SERNATUR, 2014). Y, en particular, “el producto pesca recreativa, cuenta con operadores especializados, la mayoría con establecimientos propios (*lodges*) para atender a sus clientes y los denominados *outfitters*, que arman sus programas de pesca recreativa subcontratando servicios y, en gran parte de los casos, comercializando sus programas directamente con el consumidor final vía Internet” (SERNATUR, 2014).

Se trata de una oferta de naturaleza y una demanda turística a penas concentrada entre los meses de diciembre y marzo. No existe posibilidad de vivir más allá de la estacionalidad del subsector turismo, con un circuito urbano débil como se indica en las oficinas de servicios turísticos: “podemos mandar a los turistas que consultan a ver la plaza o el monumento al ovejero... Pero, lo cierto es que la ciudad no tiene más. Es una ciudad pobre desde el punto de vista de sus servicios culturales. Si queremos ofrecer servicios de excelencia, no podemos ofrecer dos alternativas en comidas: salmón o carne” (Entrevista realizada a funcionarios de servicios turísticos en 2016).

Estas dificultades propias de la insularidad, es lo que hace que estemos en presencia de un proceso de reescritura de la historia, simulacro disonante respecto de la vida diaria; que determina que los hombres y mujeres de Coyhaique terminen pareciéndose demasiado a sí mismos para dar realce a un pensamiento propio como cultura de acumulación de saber y estén abiertos a códigos más universales. Y, ello se traduce en la falta de un foco de cultura y creatividad interior que releve los problemas y las potencialidades que se desprenden de la vida cotidiana, de modo permitan la concreción de ideas circulantes, especializaciones y nichos de incubación de pensamiento autónomos que faciliten dialogar con el gobierno regional y central, pero también entre sí.

#### DEL PAISAJE A LA CIUDAD

Como territorio vendible, con la geomarca Patagonia se instala la idea de lo superlativo e ilimitado, de la belleza, de la naturaleza agreste, de la

rudeza de la vida de pionero y de la configuración infinita y radical del tiempo y del espacio, lo que sirve también extraterritorialmente para promover un mundo limpio y verde, de buenas prácticas en cuestiones gastronómicas, desarrollos inmobiliarios, vehículos todoterreno y ropas deportivas. “Siente lo que tus ojos ven” o “El lujo de visitar el fin del mundo”, son las expresiones que difunden el lugar privilegiado para quienes buscan desconectarse y están dispuestos a extender sus fronteras de viaje. Esto contextualiza lo que vamos a entender por destino turístico Patagonia-Aysén, el que corresponde a “un espacio geográfico que, debido a su singular disposición de recursos turísticos, recibe la visita periódica de turistas y/o visitantes que se desplazan al destino para vivir en primera persona la denominada experiencia turística, esto es, la necesidad de localizarse en un espacio que no es el propio” (San Eugenio, 2012, p. 214).

Lo que se vende es la naturaleza, situándose fuera de la vorágine de la industria del turismo de masas. Se oferta la experiencia de sentirse el primer hombre o la primera mujer de cara a los bosques milenarios, la estepa, los hielos eternos, los lagos, los ríos, las aves y los animales libres, y las actividades productivas primarias desarrolladas en otra frecuencia temporal; generando un giro hacia la memoria y el pasado como cualidad de reconocimiento a los pioneros y colonos. De modo que, como producto vendible, la Patagonia chilena-argentina ofrece una parte de ese extravío existencialmente necesario para romper con los tiempos lineales, por lo que esta conciliación con la experiencia y saberes de otros tiempos es lo que permite dialogar con una de las cuestiones más complejas de nuestro presente: sentirnos seres históricos (Huysen, 2002). Por ello, el turismo en Aysén puede y debe ser tan contemporáneo como antiguo, en términos de prevalencia de los códigos de otra época y las expectativas de búsqueda de experiencias; conciliando las biografías de otros y la nuestra, con las demandas propias de subsistemas modernos, eficientes y sustentables, los que también son urbanos.

Sin embargo, la vida y la orientación al turismo –en Coyhaique– hacen crisis cuando llega “la primera helada”. El tendadero de ropa en el que flameaban las prendas lavadas, se congela. Es el punto de inflexión: “llegó el invierno... un invierno de seis meses... la vida se vuelve hacia dentro [del hogar] y ahí uno se acuerda que no puede vivir

de la pura naturaleza. Ya no hay turistas y la vida en la calle es solo para lo esencial. La ciudad se sostiene con lo que tiene de diversa, cayendo en una figura monocromática que alienta como sino de su existencia el deseo de partir a otros lares con más ángulos de fuga. La figura de una isla que asfixia se vuelve cada vez más aguda: “es como una bolsa que te ahoga” (Entrevista realizada a funcionarios de servicios turísticos en 2016).

Lo que está en juego es el espesor sistémico de la ciudad, ya que no coincide la vida cotidiana con su *marketing* y *branding* orientado al exterior y al turismo. No hay centros de investigación o universidades o institutos profesionales en sentido pleno; falta infraestructura, capital humano y financiero, y transferencia de poder decisonal. Los jóvenes expresan tempranamente una disyuntiva: “te quedas o te vas”. Los jóvenes enjuician a Coyhaique por sus déficits, siendo identificados: la lejanía, el abandono, la falta de conectividad, la contaminación ambiental, las pocas alternativas de estudio, el mercado reducido, la poca entretención, el retraso urbano y la falta de servicios<sup>6</sup>.

Entonces, la política de desarrollo con orientación al turismo se enfrenta a la necesidad de mejorar internamente el horizonte de posibilidades. Como ocurre en muchos lugares, el revertir la disociación entre un imaginario del turismo y la vida de las personas, solo es posible si pensamos en la necesidad de contar con una clase creativa local y una estructura reticular en el plano territorial donde puedan armonizarse y reflejarse las variaciones recurrentes del pensamiento como co-construcción del espacio. La ciudad no puede ser reducida a miradas parciales, exteriores y colonialistas de la economía, la política o la dimensión ambiental; debe estar ligada a la flexibilidad de la base productiva y nuevas incorporaciones tecnológicas que permitan desarrollar un nodo más creativo e inclusivo, donde el paisaje y la geografía sean solo un elemento.

<sup>6</sup> Las adjetivaciones hacia la ciudad, fueron registradas a través de la aplicación de un instrumento estandarizado en establecimientos educacionales de Coyhaique, a alumnos que se encontraban en el último y penúltimo año de escuela secundaria. Este instrumento registraba las expectativas de la población juvenil para establecer los potenciales flujos migratorios interregionales. El número de la muestra fue equivalente a un 80% del universo total de estudiantes.

Una ciudad como Coyhaique debe ser deseable para vivir, estar y permanecer (Laundry, 2000); lo que requiere de la generación de condiciones para la identificación, la continuidad, la seguridad y la estabilidad laboral de sus habitantes y visitantes. También, razones para permanecer implica articular todo aquello que facilita el encuentro, la interacción, el comercio, los espectáculos y las cuestiones sorpresivas e inesperadas. Es el encuentro entre flujos y fijos en la idea de Milton Santos (2000), que es lo que dinamiza los territorios; ellos se modifican, se entremezclan y reorganizan de manera constante, favoreciendo los cambios y la circulación de ideas. Precisamente, son estas interacciones las que van dejando huellas que son expresiones en tiempo-espacio, es decir, un modo territorializado que se constituye en formas, rutas, trayectorias, sentidos e imaginarios que van organizando y proyectando la vida social individual y colectiva hasta crear memorias.

En la ciudad marcada por aceleraciones distintas, es donde se encuentran los contextos en el que convergen e intervienen los actores y los agentes que decantan en los procesos sociohistóricos del habitar, que arman el cuerpo estructurado y subjetivo de las posibilidades de movimiento. Es decir, la verificación de un conjunto de detalles visuales que capturan y perturban las miradas. De ahí que las ciudades con pretensiones de satisfacción de expectativas como las requeridas por el turismo mundial y la vida local deban ser siempre del desplazamiento, porque la etnografía del itinerario habla de ella como conjunto de posibilidades. Es el movimiento reflejado como encuentro, de captura de miradas y aromas, lo que permite organizar analíticamente el cuerpo de identidades que configura los lugares y señala las claves de la ciudad. El uso recurrente y singularizado de las rutas y localizaciones que facilitan el contacto en tiempos parcializados, ofrecen la escala, el tamaño y la densidad de posibilidades inclusivas que tiene una comunidad o una ciudad. Ahí se pueden apreciar los momentos, las estructuras, las redes, y sobre todo las condiciones materiales e inmateriales que posibilitan el habitar y el reflejo de la vitalidad de las ciudades.

En el siglo de las ciudades, Coyhaique representa el rezago. Desde el punto de vista analítico esto nos ubica en un plano de interrogación para el Estado, en un trasfondo paralelo al paisaje, la ciudad habitable y vital: ¿cuáles son los actos deliberativos para hacer ciudad y permitir

el arraigo de sus habitantes? O, ¿estamos frente al deseo de cambio pero sin planificación, sin tiempo, sin responsabilidad sobre la construcción de un futuro más auspicioso? En otro plano, las preguntas que surgen son: ¿este déficit está asociado al servicio turístico? ¿es propio también de la insularidad descrita? O, ¿requiere de una mirada más macro y sobre otras lógicas y escenarios urbanos?

## ANÁLISIS

En primer lugar, los antecedentes consignados se ubican en el plano de la equidad territorial y los derechos locales de “tercera generación”. Si el Estado solo invierte un 1% de su presupuesto regional en cultura entre 2007 y 2012, un promedio de 509,899 millones (Pérez, 2014), es claro que no puede ofrecer dimensiones de otro orden o que no sean puramente funcionales a sus ciudadanos urbanos y rurales. Cuestión que, se traduce en no poder cumplir con su propia hoja de ruta y generar un turismo de excelencia volcado también a la ciudad. Esto, parafraseando a Villoro, porque “el Estado no ha podido desarrollar como propósito específico equidad, para que todos los ciudadanos tengan libertad de realizar sus propias elecciones en condiciones igualitarias, equidad en el disfrute de los mismos derechos sociales” (2005, p. 97). Es decir, existen limitaciones objetivas, que son estructurales e históricas para forjar “clases creativas” (Landry, 2000) para desarrollar las artes, los espectáculos, la gastronomía y la alimentación, atraer y acoger a profesionales, desarrollar pensamiento crítico-autónomo capaz de pensar actuar y pensar localmente, con sentido de integración nacional, binacional y global.

Según el Anuario Cultura y Tiempo Libre (CNCA-INE, 2015, p. 435)<sup>7</sup>, referido al año 2014, Aysén tiene el menor número de empresas consideradas dentro de los 57 códigos comprendidos por el Consejo Nacional de Cultura y las Artes (CNCA) como creativos o culturales. Tiene un número de 65 empresas frente un total de 13.884 a nivel nacional; y, el número de trabajadores de industrias creativas en Aysén

<sup>7</sup> Respectivamente: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes e Instituto Nacional de Estadísticas.

alcanza a 168, frente a un total nacional en el sector de 115.036, lo que significa en promedio una diferencia de 8 nacional frente a 3 regional por empresa. En el mismo documento se plantea la diferencia salarial: en Aysén un promedio de 339.742 y a nivel nacional 630.078.

En segundo lugar, para que sea posible pensar un futuro colectivo en Coyhaique y pueda producirse la ampliación de las expectativas locales y de acogida de los visitantes, es imprescindible que se conjuguen como referencias circulantes la imaginación, la anticipación y la aspiración (Appadurai, 2015, p. 377); en términos de Florida (2003, p. 9) las tres T: tecnología, talento y tolerancia. Es decir, el futuro como referencia arraigada no es un aspecto técnico, tampoco aquello que depende de la venta de la naturaleza, sino que también tiene que ver con el “afecto y las sensaciones” que puedan desarrollar los habitantes (Appadurai, 2015), que son las voces creativas que pueden convertir a Coyhaique en un laboratorio de soluciones tecnológicas, conceptuales y sociales. Coyhaique necesita de la casa de la música, de las letras, de la pintura, de la escritura, del cine y la fotografía, porque ellas pueden contar historias de todo lo que se ve y se siente, para precipitar un imaginario colectivo sostenible en el tiempo. La puesta en circulación de ideas comunes habla de diálogo, de interlocución, de necesidades, objetivos y masa crítica. Y, en una ciudad se espera una ambición por construirla, porque la ciudad misma, por definición, genera problemas de desorden.

Las dos cuestiones revelan los desafíos para conciliar sincrónica y armónicamente un horizonte cultural y de aspiraciones con imagen de futuro en el plano local, que permita que la ciudad también sea plataforma para este turismo especial que no usa la ciudad aún en alta temporada. La disonancia está en los niveles de producción de los imaginarios: 1) el político, preocupación expresada en índices y en la mejora de los mismos; 2) el vivido desde lo individual y lo colectivo, más reactivo que propositivo que refuerza el aserto coyhaiquino: “el que se apura en la Patagonia, pierde su tiempo”.

La ciudad de Coyhaique debe permitir que transite por sus calles la historia pionera, colona y del aislamiento continental como figuras retóricas, pero no como hecho anacrónico, sino para permanecer como la memoria viva de una colonización realizada muy espontáneamente y



de la cual se desprende la dura imagen ganadera y gaucha de la región. También debe ser el presente-futuro para que transiten “otros”, diversos, creativos, innovadores, ya que éstos instalan otras prácticas nuevas y ayudan a construir un “mercado cultural” que favorece el reubicar el pasado en el presente y el futuro-presente en el pasado.

La ciudad moderna debe favorecer la individuación y autoexpresión. Se entiende que los referentes y valores tradicionales deben ser tomados como un conjunto de opciones y no como obligaciones, configurando un aumento de la capacidad de los individuos para escoger y diseñar el propio estilo de vida que desean. Como señala Villoro, hay siempre una necesidad de dar sentido a la vida, “de que no sea aleatoria, de que no sea una vida absurda sobre la cual no tengamos ningún control; la necesidad de estipular propósitos valiosos a nuestra vida y de encontrar los medios adecuados para lograrlos; la necesidad, por lo tanto, de elegir nuestra propia vida” (2005, p. 71). De este modo, la individuación confronta la relatividad de la experiencia al absoluto, al dogma y al esquematismo prometeico, al canon cartesiano y la razón técnica.

Por ello, el ejercicio útil de la creación de atmósferas urbanas y del permanente estímulo para superar la insularidad frente a “Chile y el mundo”, no se entiende en absoluto como el *carpe diem* de las Odas de Horacio, sino una desafección creativa, propositiva y holística, de captación de la intimidad, de enunciación y comprensión de la totalidad y de la vida, más cercana en la ruptura y crítica a la civilización moderna, un rechazo a los valores de la sociedad capitalista y a la cultura acrítica, en un estilo más experimental, con énfasis en la observación, el autodesarrollo, el movimiento y el expresionismo de Whitman. Para ello se requiere de puntos cardinales ya conocidos que operen como referencia: senderos, cuerpos, gentes, palabras, imágenes, sonidos, miradas, olores y sabores que permitan reconocerse en los volúmenes de la arquitectura. A través de ellos se generan elementos que permiten a mantener el arraigo de la población local y para los visitantes del mundo que quieren “vivir la experiencia del fin del mundo”.

La expansión de los sentidos, del cuerpo y límites cognoscitivos no deja de ser una posición política, estética y ética frente al mundo, la sociedad local y la naturaleza. Ante todo, se trata de una cuestión necesaria como actitud política: es conciencia, autonomía y responsa-

bilidad sobre sí, los otros y el gran Otro (Naturaleza), cuya finalidad es manifestar un sentir subjetivo y unas vivencias propias que transmitan la auténtica comprensión de lo existente. Hay una necesidad de tiempo plural en Coyhaique en el que debe estar presente lo antiguo y lo nuevo, en los residentes y los visitantes. Sin embargo, Coyhaique tiene un tiempo monocromático y monocorde donde los aportes del turismo no acoplan con los servicios y cultura local, ya que son pocos los eventos y lugares que permiten la ruptura del tiempo, la expresión de la diferencia y los ángulos de fuga durante la larga noche invernal. Ahí, existe no solo una demanda pendiente ante la relación centro periferia, sino la causa de la expulsión de sus mejores capitales sociales y culturales.

El sentido más radical de la experiencia del tiempo, es cómo se mira el propio pasado y el futuro en el encuentro y del diálogo en la ciudad y sobre la ciudad. Entonces, la valorización de la experiencia anclada y concretizada en tiempos en la ciudad de Coyhaique debe configurar un vector que atraviese la existencia: la conciencia de no estar solo, como conciencia sobre el propio destino y sobre lo que se supone debo hacer. Esa conciencia de dónde se está, de lo individual y comúnmente deseable, es lo que debe dialogar con la pretensión de un cosmopolitismo que llega por los caminos aéreos, terrestres y fluviales a la región de Aysén y que no se concretizan en los modos y servicios urbanos en términos de un lenguaje global. Que la ejecutiva de una línea aérea no hable inglés, se convierte en la desprotección del turista extranjero en su experiencia turística, porque ante un evento crítico el turista espera respuestas ubicadas en el siglo XXI: salud, seguridad y logística.

Coyhaique ha constituido hasta ahora el límite de la velocidad. No es un problema físico o territorial, es sobre todo temporal; de vivir otro calendario, otras urgencias y otra luminosidad, ahora comienza a cargar con otras exigencias previstas por las estrategias de desarrollo regional. Sin embargo, para afirmar y potenciar este tiempo, y a la vez, hacerlo sostenible y sustentable como recurso económico verde dentro del subsistema turismo, es necesario poner reglas al uso del espacio, la construcción del territorio y generar acoples virtuosos en sus subsistemas urbanos para obtener una diada estratégica: paisaje-ciudad. Hacer dialogar el imaginario del mundo puesto en la geomarca Patagonia, con una ciudad que ofrezca virtuosamente la figura deseable del territorio y

la ciudad utópica para los proyectos de vida, es la posibilidad de concreción de un mundo aún no explorado por las autoridades políticas, su proyecto de desarrollo regional y sus habitantes.

Lo señalado, en base a una etnografía de la oferta y el consumo de Patagonia-Aysén, es la demanda hacia la ciudad a medio camino y no planificada, los sistemas ausentes, la imaginación dialogante y la productividad local. Otra ciudad, como acontece en muchos lugares de Chile, con entornos diferentes, pero deslumbrantes como Patagonia-Aysén, requiere de la participación del Estado, privados y la comunidad para el diseño de una política estratégica de turismo que incorpore la ciudad como producto moderno, habitable y vital, y no solo la naturaleza para otros. Autores como Neto (2003, p. 217), consideran que el destino turístico es siempre frágil y que tiene un ciclo de vida, porque incluye “la evolución de su descubrimiento, desarrollo y su eventual declive debido a la sobreexplotación y subsecuente deterioro de sus atractivos clave”.

El enfrentamiento e interpelación al otro (la alteridad), lo otro (la práctica), el gran Otro (la naturaleza), demandan la conciliación, en Coyhaique se requiere del descentramiento del eje de la comodidad que contradice y denuncia al Estado de su abandono, y de la demanda de nuevos subsidios. Más bien, para construir el trato productivo con las diferencias organizadas en diversas otredades, se trata de “contradecir el propio saber o exceder el propio querer” (Innerarity, 2008, p. 19) para tener una ciudad deseable y en movimiento.

De este modo, en una ciudad vital, como son las ciudades creativas y con clases creativas, una cuestión de primer orden es: ¿Cómo se organiza la concreción de nuestra experiencia y en función de qué? ¿Qué cosas y dimensiones se fortalecen una vez que se tiene conciencia de la experiencia y de los elementos comunes? ¿Cuáles elementos se echan a correr para transformarse? ¿De dónde viene el poder de la imaginación para transformar la propia vida? ¿Existe tal poder? Parafraseando a Gehl (2014), las ciudades deben ser más que el planeamiento urbano, deben realzar la dimensión humana, dar mayor prioridad al espacio público, mejorar las condiciones de uso y favorecer lo que permita el encuentro de las personas y las actividades no funcionales.

La autoexpresión refiere a cómo podemos o decidimos dividir el tiempo, porque ello es lo que permite valorar los hiatos, las particiones y codificarlas como experiencias. Los fragmentos temporales no refieren a cosas y artefactos que amplíen la movilidad exterior, sino a qué tipos de actividades u ocupaciones -en el sentido reflexivo y de ocio activo- ayudan a desarrollar una movilidad interior, es decir, establecer a qué cuestiones se está ligado, se quiere estar y de qué forma. Esto, porque como sostiene Arjun Appadurai (2015), el futuro toma la forma de un hecho cultural.

Para que la ciudad pueda tener luz propia, se necesita gestionar la diversidad como proceso de partición del tiempo para generar contacto e intimidad. Con intervenciones urbanas asociadas a lo no funcional, es decir, aquellas que generan valor agregado (i.e. diseño), potencialmente tiene condiciones para ser ciudad de la investigación, del refugio de creadores, de las convenciones, de la educación, la comercialización, el diseño, la clase creativa; lugar donde podrían llegar los científicos, los ingenieros, los artistas. Las ciudades que despegan son porque tienen clases creativas -dice Richard Florida (2003)-; el crecimiento económico ocurre donde hay clases educadas y no solo por el subsistema turismo, porque si estas no encuentran los espacios, se desplazan. Florida (2003, p. 7), interroga: ¿Por qué se eligen unas ciudades por sobre otras? La respuesta clásica fue porque existía trabajo. Ahora, la respuesta que mueve a las personas es también porque existen clases creativas que piensan y crean los lugares; es decir, lo que permite la diversidad y la inclusión, porque son ellas mismas las que están moviendo el espacio con cuestiones económicas y de vida.

Muchas ciudades europeas, con climas severos como los históricos que ha marcado la fisonomía que experimenta la región de Aysén y la ciudad de Coyhaique, con la importante disminución de la luz en el período invernal, el frío, la nieve y la lluvia, fueron de alta vitalidad, generando plumas virtuosas, músicos prominentes, filosofías que marcaron derroteros trascendentales. Ello demanda de una agenda urbana para la diversidad que sea atractiva y atrayente, y que también movilice el deseo de retornar. Bajo esta perspectiva del quiebre y la invitación, los sistemas de objetos y el diseño son solo un soporte de la ampliación de las propias posibilidades, pero no constituyen solo una posibilidad en sí misma.

En el fin del mundo, la Patagonia, la ciudad donde llegan los turistas a conocer la naturaleza debe ser la ciudad de la libertad y del encuentro de temporalidades; de preguntas sobre la existencia profunda, porque los *grandes bosques* vuelven pequeña la existencia humana. La que permite la realización al mantener la preocupación por los asuntos de interés común, y simultáneamente propiciar el vivir en ella. Coyhaique, conforme a la política pública regional, debe brindar aquellas cosas que su insularidad aún no ha desarrollado, imaginado y no planteado nunca; otras formas que llenen la vida, la ritualicen con nuevos insumos y permitir la integración de todas las cosas. Un regionalismo es un imperativo geográfico y cultural para generar integración local y mitigar los factores de expulsión: es fe, presente, futuro, ritual y placer territorializado con personas a las cuales no hay que explicar nada.

La ciudad activa en términos intelectuales y emocionales conduce al encuentro, enriquecimiento y mejoramiento cualitativo de los contextos de las vidas, permitiendo el desarrollo de la ciudad colaborativa; la de las ideas, la de las problematizaciones, de las potencialidades, de la generación de nichos y de la renovación. En este sentido, la incorporación de ideas divergentes y las fuerzas que permiten sostenerlas son las que ofrecen referencias circulantes que constituyen focos de cultura y creatividad, las que se transforman en trabajo, en identidad, aprendizajes, en formas de empoderamiento y pensamiento en torno a cuestiones comunes. Por eso, la disociación entre una pretensión de una estrategia de desarrollo turístico de desarrollo regional, requiere también de una lógica de fomento de cuerpos sistémicos territorializados que posibiliten un esquema menos insular, más cosmopolita y acorde a viajeros que buscan la distinción dentro de la modernidad.

Una anatomía de la inquietud debe ser cultivada en la urbe a través de la creación de atmósferas, porque el desplazamiento crea valor reflexivo, una estructura más perenne, que a unos permite volver y a otros reivindicar la vida local. Esto es importante, porque venidos los turistas extranjeros de experiencias nómadas, y anclados los visitantes en Coyhaique, siempre preguntan las mismas cosas: ¿dónde está mi próxima aventura? ¿por qué estoy aquí? ¿existe algo más que paisaje? Hay una ficha puesta sobre la diversión, la distracción y la fantasía, en el cambio que significa la experiencia del paisaje. Y, en este sentido la ciudad de Coyhaique se queda sin respuestas para las otras motivaciones vitales.

## CONCLUSIONES

La actividad creativa, los intercambios y la innovación es la que saca al pasado de su inmovilismo y letanía, toma parte de él, lo exterioriza, lo mantiene en el presente en su vigencia y lo renueva conforme a nuevos universos de sentido e interpretaciones. La condensación de esta figura, con sus tensiones más o menos explícitas, la materialidad de su arquitectura y su red topofílica, es lo que proyecta la imagen de una ciudad como explicitación de un orden imperecedero que puede atraer o expulsar. Sin embargo, lo señalado en el análisis nos muestra una dificultad substantiva en lo que es la fusión de los tiempos, que desnuda una interrogante para los habitantes de Coyhaique, la autoridad política y los planes de desarrollo regional: si existen o son suficientes los subsistemas para que permitan establecer un plan de vida actual, que facilite el arraigo local con los bienes que demanda una sociedad que superó los límites de la sobrevivencia. Asimismo, también se deja en claro que los “consumidores verdes” están interpelando a la ciudad y necesitan de espacios equivalentes a sus experiencias para que tenga sentido permanecer.

Buenas razones para quedarse y permanecer implican también modernizar los dispositivos urbanos que expresan la posibilidad de tiempos diversos que ayudan a construir y sostener imaginarios sostenibles y sustentables en el tiempo. Ante todo, el desarrollo de criterios de selección de lo pasado que es necesario se resguarde para el futuro, y lo pasado que debe ceder su espacio para el reemplazo por lo nuevo como formas de adscripción a las corrientes modernizadoras y globales.

No es compatible un “yo no cambio mi Coyhaique” [así como está] con una ciudad disminuida desde la perspectiva de los bienes sociales requeridos por los distintos grupos etarios locales, los turistas y los afuerinos. Esto, especialmente porque el turismo también se agota, se mueve buscando otras ciudades y localidades que efectivamente constituyan lugares que condensen tanto la historia como las buenas creaciones modernas. Por eso, muchos de los consumidores verdes son tan abstractos e invisibles como los *lodges*, los chefs y las mucamas; y la logística mayormente estructurada vía Santiago (la capital), también lo sabe: no se puede vender la ciudad si no existen cuestiones

que ver distintas al puro paisaje. La ciudad “de paso”, la hasta ahora “prescindible” para los turistas, también puede ser “ciudad destino”. Se requiere de otros lenguajes y códigos múltiples. Los nuevos lenguajes verdes y de los encuentros de la diversidad interpelan no solo lo monocromático urbano, sino la distancia existente entre paisaje y ciudad. Un paisaje de excepción, único, que es “reserva de vida”, está lejos de ser compatible con subsistemas que fueron importantes en otro tiempo para facilitar el habitar de colonos, los que con dificultad sobrevivían en medio de una menor presencia del Estado.

No se pide la anulación del pasado por parte de sus habitantes, sino solo la posibilidad de reunir los fragmentos y lugares que indiquen que junto con el azar nos encontramos cerca de la *finis terrae*, en medio de la “reserva de vida”. Finalmente, que vale la pena llegar y permanecer en estas latitudes, porque hay libertad y posibilidades para la realización y la autoexpresión. Así, la ciudad se convierte también en un *ethos*.

#### BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- APPADURAI, A. (2015). *El futuro como hecho cultural*. Ensayos sobre la condición global. Buenos Aires: FCE.
- AZÓCAR G., AGUAYO A., HENRÍQUEZ, C., VEGA, M. Y SANHUEZA, R. (2010). Patrones de crecimiento urbano en la Patagonia chilena: el caso de la ciudad de Coyhaique. En *Revista de Geografía Norte Grande*. Núm. 46. pp. 85-104.
- DELGADO, M. (2007). *Sociedades movedizas*. Pasos hacia una antropología de las calles. Barcelona: Anagrama.
- CERTEAU, M. DE., GIARD, L. Y MAYOL, P. (1999). *La invención de lo cotidiano. 2 habitar, cocinar*. México: Universidad Iberoamericana e Instituto Tecnológico de Monterrey.
- CHÁVEZ, C. Y ROSALES, T. (2015). El diseño del programa Pueblos Mágico desde el enfoque de la gobernanza. En *Pueblos mágicos: discursos y realidades, una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza*. pp.23-53. México: UAM-Cuajimalpa y Juan Pablos.
- CNCA-INE (2015). *Anuario Cultura y Tiempo Libre*. Santiago de Chile.
- CORFO (1950). *Geografía Económica de Chile*. Tomo II y III. Santiago de Chile.

- CORFO (1960). *Geografía Económica de Chile*. Tomo III y IV. Santiago de Chile.
- FLORIDA, R. (2003). Cities and the creative class. En *City & Community*. Vol. 2. Núm. 1. Marzo. pp. 3-19.
- GEHL, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- GORE – CEPAL (2009). *Estrategia Regional de Desarrollo de Aysén*. Santiago de Chile.
- HUYSSSEN, A. (2002). *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México: FCE.
- INNERARITY, D. (2008). *Ética de la hospitalidad*. Barcelona: Quinteto.
- LANDRY, C. (2000). *The creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Comedian and Earthcan.
- MAYOL, P. (1999). Habitar. En de CERTEAU, Michel de, Luce Giard y Pierre Mayol. *La invención de lo cotidiano. 2 Habitar, cocinar*. pp. 5-12. México: Universidad Iberoamericana e Instituto Tecnológico de Monterrey.
- MÉNDEZ, E. Y VELÁZQUEZ, M. (Coords.). (2013). *Turismo e imaginarios*. México: El colegio de Sonora, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- NETO, F. (2013). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. En *Natural Resources Forum*. Núm. 27. pp. 212-222.
- PÉREZ, M. (2014). *Movimiento social de Aysén. Un caso de análisis de incidencia ciudadana en la agenda de políticas públicas*. Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión y Políticas Públicas. Chile: Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, DII [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115598/cfperez\\_mb.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115598/cfperez_mb.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- RICHARDSON, H. Y WOON NAM, C. (2014). *Shrinking cities: a global perspective*. New York: Routledge.
- RODRÍGUEZ, J; MEDINA, P. Y REYES, S. (2014). Territorio, paisaje y marketing global. Imaginarios en la construcción de la Patagonia como marca. En *Magallania*. Vol. 42. Núm. 2. pp. 109-123. Chile.



- SAN EUGENIO, J. DE (2012). Aproximaciones teóricas y conceptuales para una definición del estado del arte de la comunicación de los destinos turísticos. En *Andamios*, Vol. 9. Núm. 20. septiembre-diciembre. pp. 211-236.
- SANTOS, M. (2000). *La naturaleza del espacio: técnica y tiempo*. Razón y Emoción. España: Ariel.
- SERNATUR (2014). *Plan de acción*. Chile: Ministerio de Economía y Fomento al Turismo.
- TUAN, YI-FU. (1980). *Topofilia – um estudo da Percepção, Atitudes e Valores do meio ambiente*. São Paulo/Rio de Janeiro: Difel.
- TUAN, YI-FU. (1983). *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.
- VILLORO, L. (2005). *De la libertad a la comunicación*. México: FCE.

Fecha de recepción: 15 de marzo de 2018

Fecha de aceptación: 1 de abril de 2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v17i43.772>