

Franck Michel

## Une destination « non touristique » à la mode : la région d'Aysen, en Patagonie chilienne

---

### Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

**revues.org**

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

---

### Référence électronique

Franck Michel, « Une destination « non touristique » à la mode : la région d'Aysen, en Patagonie chilienne », *Études caribéennes* [En ligne], 30 | Avril 2015, mis en ligne le 28 août 2015, consulté le 05 décembre 2015. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/7402> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.7402

Éditeur : Université des Antilles et de la Guyane

<http://etudescaribeennes.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://etudescaribeennes.revues.org/7402>

Document généré automatiquement le 05 décembre 2015. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

© Tous droits réservés

**Franck Michel**

## **Une destination « non touristique » à la mode : la région d'Aysen, en Patagonie chilienne**

**Photographie 1. Dans la région de Tranquilo, entre la route australe et le lac Carrera General**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

« La Patagonie, la Terre de Feu, les confins du Bout du Monde sont en danger. Une vision irrationnelle du progrès et le développement intensif, auxquels s'ajoute un tourisme irrespectueux, font de ces territoires extrêmes des lieux condamnés. Tandis que nous volons au-dessus de la Bahía Inutil, Víctor me dit :

- Dans un avenir proche, en arrivant aux abords du Perito Moreno, les touristes pourront lire : ici il y avait un glacier. »  
Luis Sepulveda, Histoires d'ici et d'ailleurs (2011).

## Photographie 2. Arrivée vers le glacier Leones



Source : F. Michel, premier trimestre 2014

## Introduction

- 1 C'est bien connu, le tourisme ne connaît pas crise, ou en tout cas on observe régulièrement qu'il rebondit et s'adapte très vite aux nouvelles réalités, qu'elles soient géopolitiques, idéologiques ou économiques. Le tourisme représente un enjeu essentiel pour l'avenir du Chili et de la Patagonie tout spécialement. Même si la citation placée en exergue de cette contribution, extraite d'un roman de l'écrivain chilien Luis Sepulveda, ne concerne pas directement la région d'Aysen, la problématique évoquée par le romancier exilé demeure d'actualité pour l'ensemble de la Patagonie chilienne. Elle reflète les défis à surmonter. Dans le cas d'Aysen, nous avons pu entendre à maintes reprises cette phrase riche de sens : « *En Patagonie, celui qui se dépêche perd son temps* ». Il n'est pas imaginable, dans le cadre de notre étude, de travailler au développement touristique de cette région si singulière sans prendre en considération cette pensée profondément ancrée dans les mentalités patagoniennes.
- 2 Cet article propose de retracer les grandes lignes d'une récente étude de l'offre touristique existante à l'échelle régionale (Aysen) et souhaite identifier le potentiel, avéré ou fictif, des tourisms naturel, culturel et notamment scientifique. Cette recherche en cours, menée sous l'égide du CIEP à Coyhaique et de l'Université Australe du Chili, se poursuivra durant ces prochains mois. Pour l'heure, elle a surtout permis d'entendre les voix locales, les attentes des acteurs, et par conséquent d'entrevoir les réalités économiques et sociales, souvent difficiles, qui intègrent en permanence les actions de développement touristique menées dans les villages et les communautés de pêcheurs, de voisinage, au sein des associations.
- 3 De ce fait, cette analyse – plus anthropologique que géographique – auprès des populations défriche un secteur touristique à peine émergent, sauf en certains endroits où le tourisme a connu un essor plus notoire et plus ancien. Dans le même sens, comparer l'activité touristique à Caleta Tortel avec celle de Puerto Gaviota n'a guère de sens, la première localité recevant pour l'année 2013 près de 10 000 visiteurs (estimation haute) tandis que la seconde – qui n'apparaît même plus sur certaines cartes de la région – n'attire guère plus d'une dizaine de visiteurs (estimation haute également !) la même année. Nous verrons que le tourisme, dans ses diverses composantes et formes, est très variable sur l'ensemble du territoire. Cette « dispersion » constitue précisément autant sa force que sa faiblesse. Tout dépend toujours vers où et vers quoi on souhaite tendre. On ? Qui représente ce « on » ? Les dirigeants politiques, les décideurs économiques, les opérateurs touristiques, les pêcheurs locaux, les habitants au chômage, les touristes en goguette, les riches voyageurs fortunés ? Tous trouveront d'autres

bonnes et mauvaises raisons pour « développer » le tourisme. Alors, pour y voir un peu plus clair, rien de plus parlant – et de plus frappant parfois – que d'aller sur le terrain, avec les villageois et pas uniquement avec les acteurs touristiques

**Photographie 3. Le Cerro Castillo, l'un des sites touristiques majeurs dans la région d'Aysen**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

- 4 Au sud du Chili, entre mer et montagne, le tourisme scientifique offre une opportunité de développement économique à l'ensemble de la région d'Aysen. Le potentiel touristique s'avère à la fois important et spécifique, propice à attirer des clientèles nationales et internationales soucieuses d'abord des questions environnementales qui taraudent la Patagonie dans son ensemble mais également intéressées par des thématiques précises comme la pêche, la faune, la flore, la mémoire locale, le travail du bois, ce qui se traduit avec un intérêt pour les disciplines comme la glaciologie, la géologie, l'histoire, la biologie, la géographie, l'ethnographie, l'archéologie, etc. Dans ce contexte, le tourisme scientifique, tel que défini et conceptualisé par Fabien Bourlon et Pascal Mao (2012 et 2015), comprend quatre champs distincts et non moins complémentaires : le tourisme d'aventure à dimension scientifique, le tourisme culturel à contenu scientifique, l'éco-volontariat scientifique, le tourisme de recherche scientifique. Ces quatre formes de pratiques concrètes de tourisme scientifique intéressent particulièrement un territoire comme la Patagonie. Ce dernier, situé aux confins du monde et fait de mer, de terre et de glace, est extrême par excellence. Il est également, comme l'affirme le géographe chilien Hernan Escobar (2007), un espace « *périphérique, marginal et isolé* », une aubaine en quelque sorte pour tous les aventuriers, grands explorateurs ou simples découvreurs, qu'ils soient amateurs ou professionnels, sportifs ou scientifiques.
- 5 Dans un esprit que les premiers colons n'auraient pas renié, de nombreux acteurs du développement, chiliens ou étrangers, perçoivent ce territoire singulier comme une nouvelle terre de conquête, parfois comme un « *eldorado* » ou un « *Far South* » avec en tête une image d'Épinal du « *Far West* », plus souvent comme un espace (encore) préservé et une belle terre de refuge. En Patagonie, à Aysen particulièrement, c'est un « *autre monde* » qui s'offre aux visiteurs. Un univers dominé par une nature grandiose qui confère une *aura* magique, voire mystique, à celle ou à celui qui s'y aventure, qui s'y adonne sinon s'y donne. Il s'agit d'un des derniers territoires d'utopie où l'on échappe au bruit infernal du monde. Un lieu précieux car rare, cette rareté qui n'est pas étrangère à l'immensité qui caractérise la Patagonie, constitue l'une des raisons qui expliquent sans doute aussi la cherté du coût de la vie. Et le type de clientèle touristique véritablement capable de « profiter » de cet environnement exceptionnel. Cette beauté de la finitude a un prix. Élevé. Il n'est pas donné à tout le monde de se frotter aux glaciers dits millénaires ou de côtoyer les fameuses baleines bleues... Cela dit, la Patagonie est multiple. Il s'agit aussi d'un endroit où l'on peut se cacher (« *pour être heureux, vivons cachés* », précise l'adage), défier les autorités politiques et les éléments naturels, « *refaire le monde* » autrement dit. Pour ce faire, d'aucuns commencent d'abord à le défaire.

- 6 Sans surprise, il n'est guère étonnant de voir la région d'Aysen devenir, au fil des ans, un espace d'utopies en voie de réalisation, un territoire prisé pour les projets écologistes et touristiques. Parfois pharaoniques mais le plus souvent modestes et intégrés à la réalité locale. Cela n'empêche pas l'émergence d'un fort clivage, qui traverse notre étude de terrain à chaque lieu analysé, entre une population locale plutôt démunie et une nouvelle population étrangère plutôt fortunée. Le tourisme est particulièrement concerné par ce clivage (fossé ?) des acteurs.

## 1. La Patagonie chilienne, la région d'Aysen et les nouveaux tourisms alternatifs émergents

- 7 La région d'Aysen demeure toutefois en marge du tourisme patagonien (focalisé sur le sud chilien avec les grands sites répertoriés ou du côté argentin plus couramment) ce qui lui confère une identité propre, « intacte » pourrait-on dire, susceptible de mettre en valeur de nombreux attraits « cachés » et désormais recherchés par une importante clientèle nationale et internationale. C'est le sens de notre recherche qui s'attache à définir de nouvelles opportunités en matière de développement touristique, à dénicher les acteurs les plus dynamiques présents sur le territoire, à préciser les activités et distinguer les sites les plus évocateurs pour une demande touristique spécifique, à commencer par celle qui répond aux quatre formes du tourisme scientifique.
- 8 A l'issue de notre analyse territoriale, cinq pôles concentriques de développement touristique ont été, dans un premier temps, définis. Ils sont volontairement localisés le long du littoral. Si d'abord la « nature » puis la « culture » demeurent les mots-clés de cette région de tourisme en devenir, et déjà bien présent dans certaines zones, la « pêche », la « ruralité » et la « mémoire » sont d'autres référents clés dominants du projet. Il s'avère par ailleurs que le tourisme scientifique ne peut ici faire l'économie de diverses formes de tourisme social, en plus de la nature et de la culture, et irrémédiablement sur fond d'aventure, compte tenu du contexte spécifique local et côtier, très dépendant de l'industrie de la pêche en général et des affres de la salmoniculture en particulier.

**Photographie 4. Dans un fjord sur les bords du village de Puyuhuapi aux faux airs de Bavière profonde...**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

- 9 Ces cinq pôles focalisent sur le littoral et s'écartent de la Carretera Austral – la fameuse « route australe » devenue un « *must* » touristique depuis peu – tout en y revenant à plusieurs

reprises, le cœur du processus étant le littoral et non pas la route, comme le suggèrent la plupart des offres et brochures touristiques existantes à ce jour. Autre spécificité, Coyhaique, capitale régionale, ne figure délibérément dans aucun des cinq pôles ici analysés, l'objectif étant d'écartier tout « centre » pour favoriser l'émergence de nouvelles destinations, modestes et avant tout alternatives, mais aussi de mettre la périphérie et le littoral au cœur du processus. Ce travail étant en cours d'analyse, je ne vais pas joindre de carte précise (forcément provisoire), mais plutôt indiquer les zones ou secteurs représentant les cinq pôles pour un nouveau développement touristique mieux intégré au cœur de la région littorale :

- *Tres culturas y un mundo* (trois cultures et un monde)
- *Una vida ligada a la mar interior* (une vie liée à la mer intérieure)
- *Un territorio de exploradores* (un territoire d'explorateurs)
- *El principio del fin del mundo* (à l'origine de la fin du monde)
- *La ruta de los Chonos* (la route des Chonos)

10 Au fil de notre étude, nous avons exposé ces cinq pôles plus en détail en nous aidant des rencontres effectuées avec les acteurs du développement local présents sur chacun de ces territoires. Suivant une méthodologie plus qualitative que quantitative, et selon un mode le plus souvent informel, les entretiens réalisés ayant été focalisés sur les thèmes autour du présent et du devenir de l'activité touristique dans la région et sur les opportunités en matière de développement d'un tourisme scientifique.

11 A signaler également que, concernant les entretiens et le terrain de cette étude qui a eu lieu en février et mars 2014, l'investigation a porté sur quatre pôles. Le cinquième pôle (« La route des Chonos », avec Melinka comme base principale) n'a pas encore été traité et parcouru. Ce travail de terrain précis, comme d'autres, reste à entreprendre prochainement.

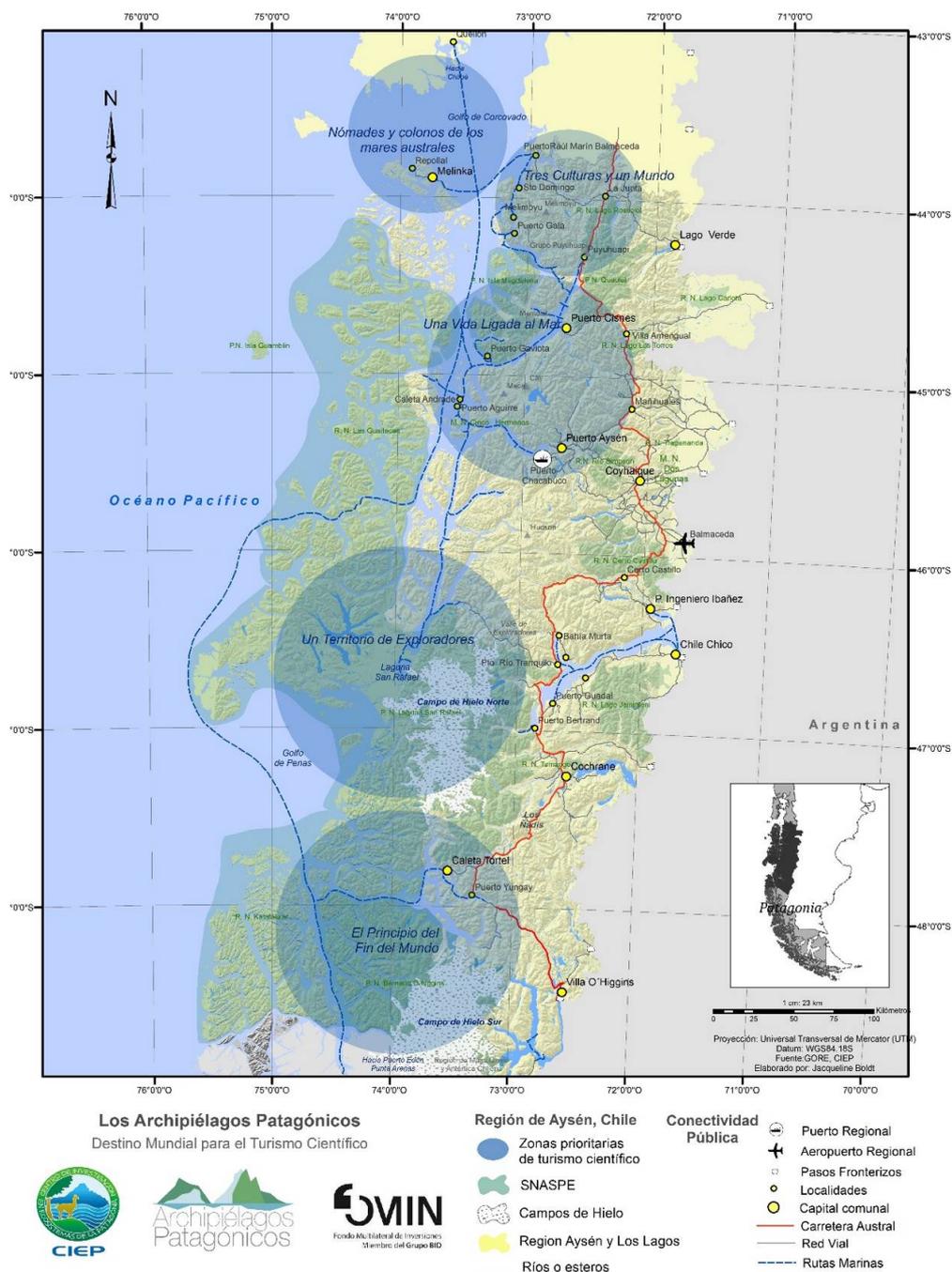
12 Une cinquantaine d'entretiens avec des opérateurs locaux, touristiques en général, mais aussi avec des habitants et divers acteurs de la société civile, ont ponctué notre travail de terrain, entre Raul Marin Balmaceda au nord jusqu'à Caleta Tortel au sud. Notre projet de recherche s'intitule « *Une autre fin du monde est possible* », en référence à une potentielle mise en tourisme alternatif du bout du monde chilien. Il s'affirme d'emblée comme l'expression d'une autre façon de développer le tourisme, en partenariat direct avec les autochtones, en respectant leurs envies et surtout en répondant autant que possible à leurs besoins.

Figure1. Carte générale de la région d'Aysen



Source : Internet

Figure 2. Carte des cinq pôles pour un autre développement touristique



Source : CIEP, Coyhaique, Université Australe du Chili

## 2. Première analyses pour un autre tourisme en Patagonie

13 La XI<sup>e</sup> région du Chili, Aysen, n'a pas été mise en tourisme au même titre que la région de Magellan (XII<sup>e</sup> région), située plus au sud, ni même que certaines régions plus au nord, sans parler de celles de Valparaiso ou du désert d'Atacama ! Il n'empêche qu'Aysen possède justement ce charme discret d'une Patagonie oubliée. Donc recherchée car présumée « authentique ». Aussi, cette région mythique n'a cessé de hanter l'imaginaire des découvreurs et voyageurs en tout genre. Immense espace d'utopie, cette Patagonie attire non seulement des acteurs ou des chanteurs fascinés par la pêche à la mouche ou « la vie au ranch », des citadins fortunés invités à jouer aux gauchos le temps des vacances, mais également des routards sans le sou, qui campent un peu partout et décampent dès qu'un « riverain » les repère... Le « charme » qui opère est irrésistible et pour s'en convaincre il suffit de contempler la nature qui domine ici la culture. La région n'est pas un paradis pour les photographes par hasard. En

ces lieux, on entend souvent dire, et pas seulement par les mauvaises langues, que « *dans cette région, même un mauvais photographe prendra de très belles photos* »... Quant au caractère « discret », il est aussi évident, comme en témoignent de nombreux touristes en quête de leur propre expérience « *into the wild* » (la Patagonie n'a en effet rien à envier à l'Alaska en la matière) et qui s'émerveillent en foulant les sentiers non battus de ce bout du monde à la mode. Terre de jeu pour aventuriers de tout poil, la Patagonie chilienne est désormais surtout devenue un enjeu, économique et donc politique, vital pour le pays... et ses habitants. Aujourd'hui, entre barrage et voyage, les deux secteurs « indispensables » pour l'avenir d'Aysen selon les autorités locales, la bataille – ou en tout cas la rivalité – ne fait que commencer. Pour notre part, voilà pourquoi la Patagonie devrait choisir l'option « destination non touristique » pour attirer précisément des clientèles voyageuses spécifiques, pour préserver le pays, d'abord la nature et la culture. Et donc aussi ses habitants.

**Photographie 5. Affiche promotionnelle d'un voyageur optant pour « une destination non touristique »...**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

14 Voici quelques éléments de réflexion et d'analyse qui demandent à être affinés et poursuivis. En décryptant une quinzaine de localités, en discutant avec une cinquantaine d'acteurs, la plupart d'entre eux locaux et de longue date investis dans le secteur touristique, nous avons pu dégager de nouvelles lignes pour un tourisme scientifique que nous espérons plus adapté ou approprié aux réalités sociales et culturelles de la région, aux envies et aux besoins également de ses habitants. Du nord au sud d'Aysen, le souhait de presque toutes les personnes rencontrées est certes de développer plus de tourisme, mais pas à n'importe quel prix. Les paysages patagoniens de cette région forment la plus grande richesse et un tourisme mieux maîtrisé est, pour tous, une évidence mais surtout une nécessité. Certes, selon les acteurs, et le type de leurs activités (sportives ou culturelles par exemple), les intérêts premiers peuvent diverger. Mais tout le monde a besoin de tout le monde, et cette réalité incontournable, y compris dans le cadre entrepreneurial, revient dans nombre de débats avec les locaux. Même si le travail en commun peine terriblement à voir le jour... Ce paradoxe n'est pas le premier ni le dernier que nous avons pu constater au cours de nos entretiens.

15 Plusieurs acteurs interviewés au fil des deux mois de terrain insistent sur le caractère extrêmement positif de l'activité touristique. Beaucoup d'entre eux misent sur le développement « économique » du tourisme mais tendent à sous-estimer quelque peu ses

éventuels « maux sociaux » pourtant connus partout dans le monde pour les personnes en contact trop brutal et trop rapide avec l'industrie touristique. Dans la région d'Aysen, le tourisme est une opportunité à saisir, un « cadeau capitaliste » dont personne ne semble réellement craindre un éventuel empoisonnement à long terme. Surtout, le tourisme apparaît comme une fatalité heureuse, d'où l'absence de doutes à son sujet. Localement, il semble évident à nos yeux qu'on ne s'interroge guère sur le bien-fondé de l'industrie touristique. « *Le tourisme ça rapporte vite de l'argent donc c'est bien* » est un peu le genre de phrase entendue qui fait recette... Cette confiance, il est vrai un peu aveugle, dans ce secteur, certes prometteur, est également dû à l'importance de la crise des activités économiques traditionnelles de la région, et notamment de la pêche artisanale, et demain aussi de la disparition ou du départ des industries du saumon, certes discutables, mais qui, pour l'heure, fournissent encore un grand nombre d'emplois dans la région.

16 Dans diverses localités, surtout celles qui sont éloignées de la Carretera Austral (principal « axe » désormais du tourisme dans la région), le tourisme est parfois perçu comme une fatalité avec laquelle « *il faut bien faire avec* ». Des disparités sont fortes, entre par exemple d'un côté Puerto Aguirre où personne n'attend vraiment le tourisme comme un Messie qui viendrait sauver la population de la crise ou du chômage et de l'autre Tortel où le tourisme constitue déjà un riche secteur économique mais à double tranchant : il peut accoucher du meilleur comme du pire, certains en attendent beaucoup, d'autres sans doute pas assez... Toujours est-il que, à Tortel, on peut avancer l'idée que l'installation du tourisme dans le paysage local lors de ces dernières années paraît aussi durable aux yeux des habitants que l'avait été le prolongement définitif de la route australe en 2003 : « *Le tourisme est arrivé dans notre contrée pour y rester* », raconte ainsi Jorge Arratia, fils de colons et entrepreneur du cru. Là aussi, il va falloir faire avec. Et si possible pour le meilleur.

17 En 2009, Louis Brigand écrivait que « Tortel, c'est un univers à part : une île de bois au cœur d'un archipel de verdure. Le seul endroit que je connaisse où il est totalement impossible de circuler en voiture » (Brigand, 2009 : 201). Comme le souligne le géographe dans son livre *Besoin d'îles*, la petite cité lacustre de Tortel a été créée grâce au concours de deux éléments fondamentaux : le commerce du bois de cyprès et le rôle de l'armée dans le peuplement de la région. Mais Tortel a toujours été autant au bout de la route australe qu'au début de la fin du monde, et ce sont en fait toutes les communications qui sont difficiles, qu'elles soient routières, informatiques ou téléphoniques. En 2009, « on ne peut pas parler d'économie touristique », et Louis Brigand ne recense à ce moment aucun marchand de souvenirs et relève que « ce n'est pas encore une destination touristique, on n'y trouve qu'un seul restaurant, El Mirador ». Pourtant, déjà, le secteur touristique pointe le bout de son nez : « chacun imagine l'arrivée éventuelle des visiteurs comme eldorado potentiel. On construit des cabanas, on envisage des produits touristiques : découverte des îles, navigation dans les canaux, randonnée à cheval, excursions en mer, approche des glaciers... » A cette époque – comme aujourd'hui ? – Louis Brigand estimait que « la menace – ou le salut – est peut-être ailleurs. Il est question de construction de quatre barrages hydroélectriques dans les rivières Baker et Pascua, à quelques kilomètres de là » (Brigand, 2009 : 207).

18 En effet, en 2014, la construction des barrages est actée et elle débute sur le terrain tandis que la contestation des habitants d'Aysen, en tout cas les plus concernés, s'essouffle mais se poursuit tant bien que mal. Le tourisme aussi, à Tortel ou ailleurs dans l'ensemble de la région, se développe plus rapidement qu'il ne s'organise. Les barrages d'un côté, les touristes de l'autre, les Tortelinos – habitants de Tortel, inquiets devant cette ingérence prédatrice mais perçue comme étant inévitable – semblent dorénavant cernés – d'aucuns diraient bernés – par une certaine vision dominante du développement. Si les conséquences économiques ne sont pas véritablement en cause, il n'en est pas de même pour les conséquences sociales et, dans une moindre mesure, culturelles. Le voyage en automobile (bus, camion ou moto) s'achève au parking sur les hauteurs de ce village « forestier » et non moins littoral. Avec la descente pédestre au village, ce ne sont plus que des passerelles en bois qui sillonnent l'étrange cité perchée au-dessus de la mer. Forcément, ce site magnifique est « naturellement » touristique, mais il importera de le préserver dans le temps. Aussi, bitumer entièrement la piste

reliant Coyhaique à Tortel – en prévision – et créer des emplois temporaires ou saisonniers modifieront peu ou prou la donne actuelle pour les autochtones. Ces derniers considèrent que leur identité, de Patagons en général, de Tortelinos en particulier, vacille sur un socle de plus en plus fragile. Ici aussi la mondialisation fait plus peur que rêver (Michel, 2014). En s'exposant au grand monde, tout refuge n'est plus très sûr.

**Photographie 6. Une « ruelle » tout en bois du pittoresque village reculé de Tortel**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

- 19 Il ressort également de notre étude de terrain et de la rencontre avec les habitants et les acteurs que, tout le long de la zone littorale – à l'exception de l'enclave très prisée par le tourisme international (mais essentiellement par le tourisme de croisière) de la Laguna San Rafael (parc et glacier) – le secteur touristique n'est qu'à ses balbutiements. Beaucoup reste manifestement à créer, à imaginer, à faire et donc aussi à parfaire. Il ne faut toutefois pas oublier un fait fondamental à nos yeux : nous sommes dans cette belle région d'Aysen, sur une terre préservée et au cœur d'une « Patagonie inconnue », pour reprendre le titre du beau-livre de la photographe étasunienne Linde Waidhofer (2014). Cette réalité est incontournable et contribue à rendre cette « zone touristique » un haut-lieu sinon un modèle de « destination non touristique ». Une destination aussi « unique » – y compris vendue en tant que telle – ne peut être offerte à « tout le monde » ; beaucoup y verraient non seulement une menace mais un « gâchis ». Le tourisme a de tout temps été un récit de vacances réservé aux élites, la démocratisation le transforme en industrie de masse, avec ses travers et bien entendu son « peuple » qui dérange la bien-pensance aristocrate puis bourgeoise. La Patagonie, cela est encore accentué par la cherté de la destination et sa difficile accessibilité, entre de plain-pied dans cette catégorie « privilégiée » de destination spécifique, de territoire « qui se mérite » et qui par conséquent n'est pas donné à tout le monde... Bref, incontestablement, Aysen reste pour l'heure une authentique « destination non touristique », et de fait, cela n'est pas le moindre de ses attraits. Peut-être que son meilleur avenir touristique consisterait à parvenir à réussir à pérenniser un tel « esprit » du voyage si singulier. Autrement dit « unique ». Dans ce contexte, la question qui forcément surgit est « un tourisme sain est-il nécessairement élitiste ? » Non, mais il faut réfléchir et repenser aux formes alternatives des tourisimes.

### 3. Les pratiques touristiques locales à l'épreuve du terrain : la rencontre entre le quotidien des habitants et le nouveau champ des possibles

- 20 Nombre de visiteurs attirés par la Patagonie découvrent Aysen presque par hasard, ou par le bouche-à-oreille, non par le marketing international autour de quelques grands sites répertoriés dans les revues, les magazines télévisés ou encore l'UNESCO. On vient de l'écrire, Aysen se mérite et cette spécificité s'ajoute au mythe car c'est sans doute le gage de son authenticité et son caractère exceptionnel, préservé et protégé, à la fois unique et inconnu... C'est pour ces raisons aussi qu'un tourisme alternatif et scientifique peut vraisemblablement trouver dans cette région un havre de développement fondé davantage sur la qualité que sur la quantité, davantage sur des thématiques originales que sur des « produits » classiques. L'éthique devrait ainsi devenir un *leitmotiv* de ce développement dignement durable en la plaçant impérativement devant le seul critère de rentabilité économique, en général ultra dominant dans ce secteur. L'avenir du tourisme dans la région repose sur la capacité des autochtones à s'approprier le champ touristique pour l'intégrer à leurs autres activités traditionnelles, à commencer par la pêche. Souvent, comme nous l'avons vu sur place, le tourisme est perçu comme une alternative à la pêche, de plus en plus en crise ou en difficulté dans cette zone. Mais, cette « reconversion » n'est pas aisée et pas forcément souhaitable si l'on jette le bébé avec l'eau du bain. Le tourisme va remplacer la pêche car elle ne suffit plus... mais l'envie de voir se promener des touristes dans leur jardin ou de les voir camper dans leur pré carré n'est pas vraiment évidente ni même discutée entre les autochtones concernés !
- 21 En effet, le tourisme est une formidable opportunité dans certains sites ou villages, mais il représente avant tout une activité complémentaire – même si cette activité devient sporadiquement dominante, dans le temps ou dans l'espace – à d'autres activités qui ne doivent pas disparaître. Le tourisme n'est donc pas LA solution mais UNE solution parmi d'autres. Dans cette formule réside le préalable indispensable pour avancer, ensemble, vers un développement à la fois régional et durable digne de ce nom.
- 22 Cette réalité qui nous semble évidente à la vue des faits constatés n'est pourtant pas aisée à faire partager à certains acteurs qui estiment que, demain, le tourisme résoudra tous leurs problèmes. Ils semblent oublier un peu vite qu'il en créera d'autres. Hier comme aujourd'hui, d'innombrables expériences de par le monde montrent que cela n'est presque jamais le cas. Aucun indice fiable ne pousse à penser que la Patagonie serait une exception.

**Photographie 7. Puerto Aguirre, de la salmoniculture au tourisme ? L'avenir pour les deux secteurs reste incertain**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

- 23 En termes de constat général, on voit clairement que les acteurs locaux sont peu ou pas formés dans les métiers du tourisme. On constate à peu près partout, mais à des degrés variables, un important manque d'organisation, de fortes carences quant à la gestion de l'accueil (restauration et hôtellerie notamment), sans oublier un important déficit en matière de transports (en particulier pour les transports publics). Egalement, il existe une offre touristique très éparse qui gagnerait beaucoup à être clarifiée et intelligemment centralisée afin que les opérateurs concernés puissent avoir davantage de visibilité auprès des touristes, qu'ils soient d'ailleurs organisés ou indépendants. Pour cela, il serait primordial d'encourager un travail collectif et une concertation régulière entre tous les acteurs d'un même secteur.
- 24 Cette mise en commun des efforts de tous les acteurs du développement local, notamment dans le domaine du tourisme, manque à ce jour cruellement. Les carences de l'Etat et des autorités communales ou municipales sont souvent montrées du doigt par de nombreux opérateurs, mais elles ne semblent pas expliquer ou justifier tous les maux constatés. L'individualisme au sein des entreprises touristiques est prégnant et, dès que les affaires dominent, chacun en vient aussitôt à s'occuper de ses propres problèmes et surtout à défendre ses propres intérêts... La solidarité semble actuellement mise à rude épreuve. Relique de l'époque de la dictature, cet individualisme qui souvent frise l'égoïsme – surtout quand les sujets touchent aux affaires et à la propriété privée – est le véritable succès des Chicago Boys et de leurs sbires durant ces trois dernières décennies. Le prix de cet ultralibéralisme – symbolisé par la privatisation de l'eau dans tout le pays – reste un lourd tribut pour le peuple.
- 25 Nous avons déjà montré que comparer l'activité touristique à Caleta Tortel avec celle en cours à Puerto Gaviota, par exemple, n'avait guère de sens, puisque les deux localités situées sur le littoral ne jouaient pas dans la même catégorie touristique. La région en effet dénote de fortes disparités, surtout en matière de potentiel et plus encore d'infrastructures et de services touristiques. De la même façon, les cinq pôles que nous avons définis varient considérablement en termes de flux touristiques, de types de clientèles, de produits touristiques proposés, de styles d'opérateurs locaux... Il nous semble, à l'issue de l'étude, même si les conclusions restent provisoires, que chaque pôle dégage une identité forte et propre. Une identité touristique qui lui confère une marque ou une sorte de label qualité dans le futur développement touristique de chaque micro région. Ainsi, les intitulés que nous avons formulés concernant chacun des pôles (étude en cours), sont-ils précisément orientés sur des « mots-clés » qui caractérisent les territoires. Les thèmes recensés, qu'il s'agisse de l'observation des baleines ou de l'importance de l'histoire locale par exemple, doivent beaucoup au dynamisme des acteurs identifiés. Ces derniers devraient désormais trouver leur rattachement direct à certains sujets spécifiques chers au tourisme scientifique, et ils devraient par conséquent devenir le moteur du développement touristique au niveau régional.
- 26 Concernant le second pôle (« Une vie liée à la mer intérieure »), la situation touristique est pour l'heure embryonnaire. Aussi, à Puerto Gaviota, il y a ceux qui croient à une forme de « renaissance », surtout par le biais de la culture et du tourisme, et ceux qui doutent de la survie même du petit port de pêche. Il reste que la première *costumbrista* (fête traditionnelle) organisée en février 2014, autour de « la fête de la merluza », et soutenue par la commune de tutelle Puerto Cisnes, penche davantage vers la première option : un tourisme culturel, sporadiquement axé sur le tourisme scientifique qui serait lié soit à l'observation/étude des baleines soit à l'univers typique de la pêche artisanale (celle-ci, tout comme le hameau de Gaviota, est en sursis, mais le site n'est plus non plus primordial quant à la salmoniculture, dont les premières cages se trouvent assez loin du village, contrairement aux autres localités portuaires voisines, notamment Puerto Aguirre).
- 27 L'un des deux quotidiens régionaux, *El Diario de Aysen*, dans son édition du 22 février 2014, consacrait une pleine page à cette première « fête de la merluza » à Puerto Gaviota. Dans son papier, le journaliste estime que les pêcheurs trouvent une « nouvelle vie » grâce à cette première *costumbrista*. Une fierté retrouvée en définitive. Une renaissance annoncée de Gaviota, qui finira par se retrouver de nouveau sur toutes les cartes régionales, est peut-être à entrevoir. Un espoir attendu et souhaité par beaucoup de pêcheurs autochtones et souvent désespérés. Le tourisme représente dans cette perspective le meilleur espoir de durabilité

pour un développement à l'échelle locale. Mais des acteurs, dans le sillage déjà de « Senora Blanca », une résidente dynamique de Gaviota, doivent émerger plus clairement, et les services de nature touristique – notamment en ce qui concerne les transports avec Puerto Cisnes – devenir plus efficaces et fréquents. Ici, dans un contexte de grande désespérance, le tourisme peut modestement prétendre devenir une alternative à la pêche en crise, mais la reconversion souhaitée doit s'opérer en douceur, en laissant du temps aux rares autochtones encore présents au port, de se familiariser avec le secteur touristique, et donc de fréquenter une autre planète économique. C'est également pourquoi, dans cette zone – incluant Gala et Aguirre – les seules formes de tourisme à favoriser sont d'un côté un tourisme alternatif (plutôt indépendant) et de l'autre un tourisme scientifique (plutôt organisé).

**Photographie 8. Le modeste port de Gaviota, accessible en général en partant de Puerto Cisnes**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

- 28 La Patagonie est une destination non pas anti-touristique mais non touristique (la nuance est importante) qui souhaite miser sur le tourisme, surtout dans le but de proposer une alternative à d'autres secteurs économiques en crise (pêche, élevage, sylviculture).
- 29 Cependant, il est important de noter que l'attrait principal de la Patagonie chilienne réside dans la beauté de ses paysages et dans le « mythe » et autre « wilderness » qu'elle dégage. Les visiteurs actuels viennent en Patagonie précisément car il s'agit d'une « destination non touristique ». Ces touristes-là veulent impérativement se frotter au mythe du « bout du monde », être seuls au milieu des guanacos, ces cousins sudistes des lamas andins, et non pas se retrouver dans des *package tours*... Si une politique rapide et agressive en matière de développement touristique s'opère dans la région, on peut craindre l'arrivée d'autres touristes, plus « massifs », qui non seulement enrichiront toujours les mêmes personnes aux commandes mais, surtout, ils favoriseront sur tout le territoire la prolifération d'une série de « maux sociaux » qui, dans le futur, seront ensuite extrêmement difficiles à combattre. Il est important de se rappeler des autres expériences dans le monde qui ont vu ce type d'évolution incontrôlée. Une fois la porte grande ouverte, impossible de la refermer...
- 30 C'est donc plutôt un tourisme de « niche » qu'il importerait de favoriser dans la région d'Aysen, pour que cette région reste à l'avenir connue pour être une « réserve de vie » – comme le suggère une belle campagne promotionnelle – et non pas une « réserve de touristes »... ou, pire, une réserve de Patagons folklorisés que viendraient visiter et photographier des hordes de touristes

en provenance des quatre coins du monde. Anticiper les problèmes engendrés par un tourisme prédateur, prévisible de la sorte, et faire œuvre de sagesse pour les générations futures.

31 C'est aussi une région qui gagnerait avant tout à encourager l'essor du tourisme national, en privilégiant les rencontres entre Chiliens du nord et ceux – trop souvent oubliés dans l'histoire – du sud. En outre, à l'issue de notre travail collectif, trois clivages demeurent quant à l'évolution du projet « Une autre fin du monde est possible », clivages typiques dès lors qu'il s'agit de « *touristification* » de telle ou telle destination (Michel, 2013).

**Photographie 9. A La Junta, croisement stratégique sur la célèbre route australe, les visiteurs tombent sur le dernier monument officiel à la gloire du dictateur Pinochet dans ce coin de Patagonie...**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

32 Des conceptions assez différentes pour un développement local, basées sur un autre tourisme qui soit plus proche des populations, plus en rapport avec la réalité sociale, émergent en creusant un fort différentiel. Mais ces deux options à chaque fois constatées se révèlent parfois antagonistes sur un plan philosophique. Par conséquent, on assiste à un triple clivage qui est à l'origine de directions touristiques qui prennent souvent des voies radicalement différentes. Un choix adéquat dans ce domaine, de la part des autorités politiques et des acteurs économiques, impliquant aussi les associations locales, se révélera fondamental pour le futur développement touristique de la région d'Aysen :

- 1er clivage : Tourisme culturel scientifique/populaire/rural vs. Tourisme scientifique/savant/environnemental ;
- 2e clivage : Tourisme alternatif, solidaire, engagé vs. Tourisme thématique, spécialisé, institutionnel ;
- 3e clivage : Tourisme géré par des acteurs « locaux » au capital économique et culturel « faible » vs. Tourisme géré par des acteurs « étrangers » au capital économique et culturel « fort ».

33 On le voit, cette triple opposition propose chaque fois deux perspectives de développement touristique, avec *grosso modo* une première option de nature plus « éthique » et une seconde de nature plus « utilitaire », et dans le dernier cas une opposition à la fois riche/pauvre et étranger/autochtone. Dans les trois cas, si économiquement la seconde option apparaît à chaque fois plus rentable à court terme, sur le plan humain et social la première option semble plus efficace à long terme... Un dilemme traditionnellement récurrent à l'activité touristique.

34 Le problème désormais consiste à devoir trancher en faveur d'une option, car tenir plusieurs discours à la fois et engager plusieurs processus de développement en même temps n'est ni crédible ni réalisable. Les partenaires, les opérateurs et les acteurs ont besoin de savoir vers quelle voie touristique leur territoire entend s'orienter afin de voir également leur réel degré de participation investi au sein du processus de développement en cours.

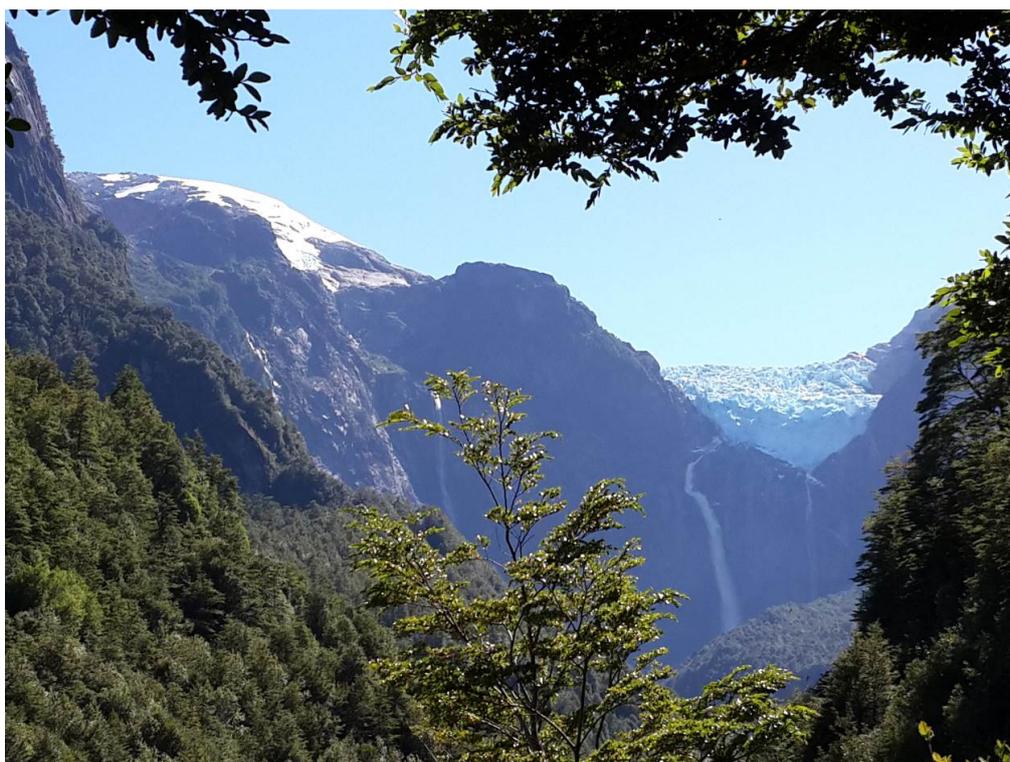
35 Ainsi, afin d'être plus concret, je prendrai un seul exemple à propos de deux opérateurs très différents qui ciblent chacun de leur côté une clientèle distincte, mais ils encouragent également deux formes de tourisme spécifique qui n'ont rien à voir l'une avec l'autre. Un peu au nord de La Junta, il existe notamment deux opérateurs :

- le premier, sur la route de Raul Marin Balmaceda, est spécialisé dans le tourisme rural et dans le séjour chez l'habitant, il favorise le tourisme de famille auprès d'une clientèle essentiellement chilienne, en intégrant par exemple la pêche à la mouche aux autres activités proposées par la « maison ». Ambiance familiale garantie ;
- Le second, plus à l'écart sur la route vers Chaiten, propose un tourisme plus luxueux dans un établissement de charme, en s'adressant avant tout à une clientèle occidentale (nord-américaine avant tout) fortunée, et son activité est quasi exclusivement tournée vers la pêche à la mouche. Ambiance haute gamme garantie.

36 Dans ces deux cas, situés dans une même zone géographique, une même activité touristique – la pêche à la mouche – ne cible ni les mêmes touristes, ni les mêmes objectifs, ni les mêmes lieux de pratique de la pêche. La rencontre et l'immersion sont au cœur de la première offre, tandis que la qualité et la réclusion sont essentielles pour la seconde offre touristique.

37 Le tourisme scientifique, en imaginant axer dans notre cas celui-ci sur la pêche à la mouche, peut trouver une brèche auprès des deux prestataires, par exemple en les amenant à discuter ensemble dans le but de s'unir pour mieux répondre à la demande touristique plutôt que de rester tous les deux cramponnés à leur intérêt personnel. Mais l'implication avec la population locale et l'esprit d'un tourisme bénéfique pour la communauté ne trouvent absolument pas les mêmes réponses. C'est donc un choix important qu'il convient d'opérer avant d'aller plus loin.

**Photographie 10. Vue sur le glacier très photogénique au cœur du Parc Queulat**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

38 Enfin, sujet complémentaire, le regard « touristique » si particulier projeté sur la Patagonie ne date pas d'hier. Il remonte au XVI<sup>e</sup> siècle. Rappelons ici que le mythe patagonien qui imprégnait jadis l'imaginaire occidental imprègne désormais une grande part de l'imaginaire

39 touristique mondial. Cet imaginaire, véritable matière première du tourisme dans l'ensemble des deux Patagonies (argentine et chilienne), la région d'Aysen comprise, fonctionne toujours sur un mode quasi ancestral, même si nos regards sur la Patagonie ont évolué dans le temps. On peut ainsi s'interroger que le fait que le « *mythe patagon* » (à travers lequel se dévoile l'histoire régionale et transparait la mémoire populaire des Patagons) ne connaisse pas le même engouement, international surtout, que le « *mythe patagonien* » (auquel se nourrit l'imaginaire, surtout occidental, fait de *wilderness* et de « bout du monde », etc.). Deux poids, deux mesures. L'un décroît, l'autre s'accroît. Si le premier s'effrite, le second lui se « développe ». Les Patagons meurent, les Patagons naissent ? Le débat est actuel.

40 D'un autre côté, un double mythe (ou fantasme ?) concerne la nostalgie d'un passé d'explorateurs forcément perçus comme des « ouvriers d'horizons », des aventuriers, bref des héros d'un autre temps. La réalité est souvent moins romanesque, il n'empêche que les pionniers d'une part et les colons d'autre part, inscrivent leurs mémoires individuelles dans celles, plus collectives, d'une Patagonie légendaire. Remarquons cette différence que nous pointons ici entre pionniers et colons :

- les pionniers : « les premiers découvreurs », des explorateurs occidentaux (importance de l'Europe),
- les colons : « les premiers installés », des sédentaires nationaux (importance du Chili).

41 Dans son livre, intitulé *Des tyrannosaures au paradis*, Philippe Grenier avait distingué et rappelé les trois regards successifs – les découvreurs, les pionniers, les visiteurs – qui allaient si durablement alimenter les fantasmes des voyageurs à toutes les époques : « *Pour les premiers, la Patagonie a été comme un obstacle formidable, un immense Finistère rocaillieux flagellé par d'incessantes tempêtes, que l'on cherchait simplement à contourner pour gagner des rivages plus amènes ; elle a ensuite été vue comme une ressource, un Far-South, l'équivalent sud-américain d'un Far-West pour les deux Etats rivaux, Chili et Argentine, qui ont parallèlement cherché à la peupler et à l'exploiter ; elle est enfin vue, depuis une trentaine d'années, comme un spectacle à offrir aux citadins blasés qui veulent 'fuir, là-bas fuir'* » (Grenier, 2003, et aussi 2013). On s'accordera ici avec le géographe pour constater avec lui que les trois Patagonies – « obstacle », « ressource » et « spectacle » – se combinent toujours à l'heure actuelle pour répondre à la demande touristique et, mieux, pour perpétuer le mythe patagonien... même lorsque la Patagonie connaît de très fortes mutations au risque de ne plus se reconnaître en se regardant dans la glace... La présente mise en tourisme constitue l'une des mutations les plus importantes. Mais de loin pas la seule.

**Photographie 11. Le Rio Baker, l'un des fleuves concernés par la construction des barrages hydroélectriques en cours ; ici, on peut voir l'emplacement où sera prochainement construit un immense mur de béton, sans parler des conséquences sociales, les plus graves sans doute, de cet immense chantier à venir...**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

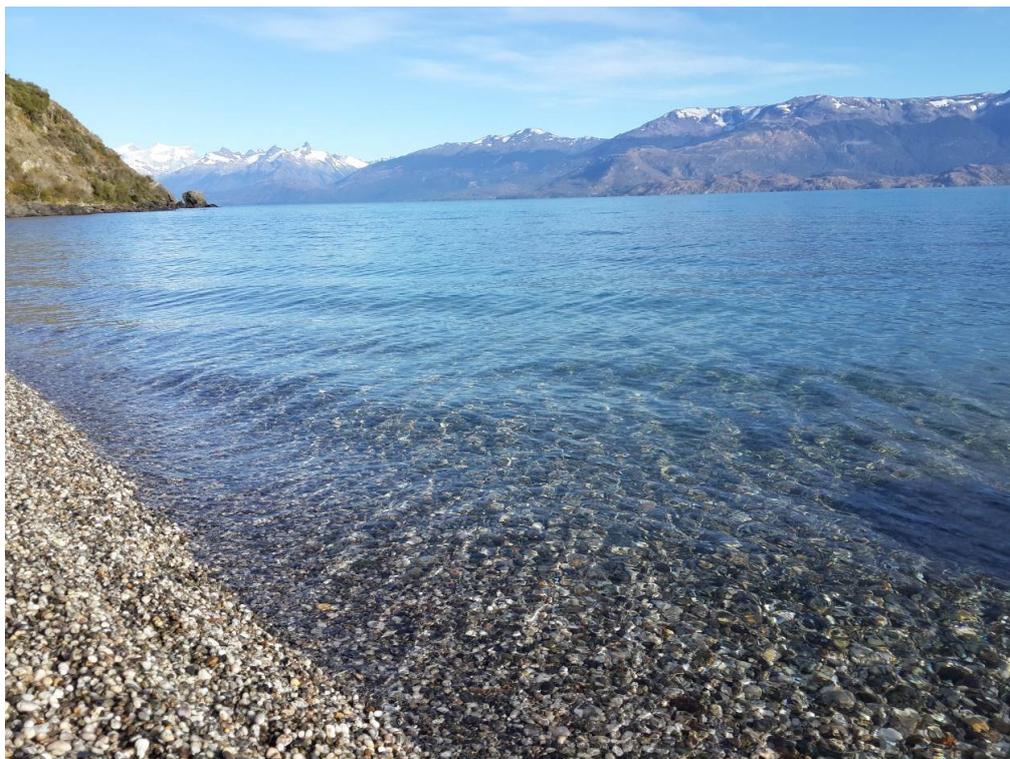
## 4. Quelques pistes et recommandations

42 Chacun des cinq pôles devrait être défini par une localité principale qui pourrait concentrer les actions, mais aussi focaliser les réunions, les rencontres entre acteurs locaux du tourisme et par conséquent assurer une plus grande cohésion en termes de décisions communes et d'efficacité à long terme. Par contre cette localité peut changer si un autre lieu s'affirmait davantage dans un futur proche.

43 Ci-dessus nous indiquons cette localité que nous proposons pour chaque pôle.

- Pour le pôle 1 : *Tres culturas y un mundo* : Puyuhuapi
- Pour le pôle 2 : *Una vida ligada a la mar interior* : Puerto Cisnes
- Pour le pôle 3 : *Un territorio de exploradores* : Puerto Tranquilo
- Pour le pôle 4 : *El principio del fin del mundo* : Tortel
- Pour le pôle 5 : *La ruta de los Chonos* : Melinka

**Photographie12. Guadal, hameau retiré qui entend également miser sur le tourisme, ici une plage en bordure du lac**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

44 Voici quelques idées et recommandations proposées à l'issue de notre analyse de terrain :

### 4.1. Une plus forte concertation au sein de la communauté d'acteurs

45 Comme le précisait par exemple, à Tortel, Valeria Landeros, actrice locale dans le développement touristique et très impliquée dans le tissu associatif : « *il importe, pour avancer, de mieux s'organiser en associant notamment les opérateurs et les acteurs locaux ; hélas, on constate une impasse – avec des jalousies et des rivalités – dans l'ensemble de la communauté villageoise* ». Nul doute qu'il faudrait à l'avenir parvenir à dépasser ces clivages, ces rivalités, ces initiatives exclusivement individuelles aussi. Dépasser en quelque sorte un esprit de clocher improductif au développement touristique et donc économique bénéfique à tous. Autrement dit aussi, remplacer l'actuel esprit de compétition par un nouvel esprit de coopération. Une situation clairement souhaitée par certains acteurs mais cela exige de la part de tous, et cela est vrai à Tortel comme dans toutes les localités visitées, d'enterrer les différends de voisinage et de mettre en sourdine les intérêts particuliers, pour ensemble favoriser un développement touristique à l'échelle locale, basé sur la solidarité et le bien commun à l'ensemble des habitants d'un lieu donné. La spécificité du tourisme scientifique pourrait également contribuer – en mettant en valeur un thème comme l'observation des

baleines au large de Raul Marin Balmaceda, à « ressouder » une partie au moins de la communauté villageoise autour d'un projet qui allierait en bonne intelligence la connaissance scientifique et l'écotourisme. D'autres exemples peuvent évidemment être mentionnés selon les problématiques propres à chaque localité, mais aussi à chacun des cinq pôles définis par nos soins.

#### 4.2. Une offre plus importante dans le domaine des formations proposées sur le territoire d'Aysen

46 Au fil des rencontres analysées sur le terrain, on voit se dégager une forte demande de formations, notamment autour de trois thématiques :

- Des formations sur la connaissance des destinations, avec la faune, la flore, l'histoire, les glaciers, les parcs, les traditions, les fêtes locales, l'architecture, la pêche, etc.
- Des formations orientées autour des prestations et des services touristiques, pour mieux gérer les clients et les flux touristiques ; et surtout pour parvenir à mieux gérer l'organisation des circuits, les transports, bref le secteur touristique dans son ensemble (restauration, hôtellerie, tours, guides)...
- Des enseignements linguistiques, principalement en focalisant sur des formations – ateliers, cours, séminaires – pour promouvoir l'apprentissage de l'anglais. Cet apprentissage de l'anglais est sans doute la demande la plus urgente de la part des acteurs locaux.

#### 4.3. Une offre en matière de tourisme « global » plus diversifiée et plus originale, plus adaptée à chaque territoire, site, port ou localité

47 Nous avons pu constater lors de nos analyses les demandes importantes, de la part des principaux acteurs, concernant le tourisme de nature, d'aventure, voire le tourisme d'ordre culturel et historique. La volcanologie, la géologie, la glaciologie et l'archéologie, qui intéressent directement le tourisme scientifique, peuvent aussi répondre, sous une forme plus populaire et aussi plus attractive, à un public touristique plus large.

48 Un seul exemple : à l'Eco-camping (légèrement au nord de Puyuhuapi), bien géré par le dynamique Marcelo Arros, les touristes en famille et les routards du monde entier ne viennent plus seulement pour le *farniente* ou pour profiter du calme, du lac ou de la nature, mais de plus en plus pour visiter les grottes situées à deux pas. Marcelo Arros a su répondre intelligemment à cette nouvelle demande. Il peut maintenant aussi être épaulé en matière d'informations sur la géologie et les grottes, etc. Ce n'est plus ici qu'un public touristique ciblé de chercheurs qui souhaitera découvrir ces grottes mais également les touristes « moyens », curieux et avides de connaître un peu mieux ces cavernes d'un autre âge.

#### 4.4. Une offre en matière de tourisme « scientifique » plus diversifiée et plus originale, abordant des problématiques qui concernent directement les populations locales, à travers leurs réalités quotidiennes

49 D'autres exemples de thèmes de recherche ou de disciplines scientifiques, culturelles, historiques, écologiques, artistiques, etc., peuvent aussi émerger. Plus ou moins en lien direct avec les habitants, certains sujets – inédits et originaux – s'avèrent propices à l'éveil de nouvelles vocations de la part des jeunes du coin ou susceptibles d'intéresser des anciens d'un village où les activités sociales ou culturelles sont quasi inexistantes. Ainsi en est-il par exemple de l'art en général, et de la photographie en particulier.

50 En février 2014, dans la presse locale, le sociologue Rubén Alvarez montre, à l'occasion du Festival international de la Photographie de Patagonie qui s'est déroulé à Coyhaique, que la photographie représente non seulement un bel « *objet artistique* » mais également comme un intéressant « *outil de communication* » pour la promotion touristique de la Patagonie (Alvarez, 2014). En effet, la beauté époustouflante des paysages naturels qu'offre la Patagonie attire un nombre croissant de visiteurs-photographes – amateurs ou professionnels – séduits par les images fortes de cette partie du monde. Il semble que le tourisme scientifique ne puisse faire l'impasse sur ce type de tourisme qui attire aujourd'hui une clientèle de

plus en plus nombreuse. Certains photographes de renoms, telle que Linde Waidhofer par exemple qui travaille sur la Patagonie également, se sont d'ailleurs installés dans la région, prouvant de ce fait l'attractivité du territoire d'Aysen pour ce type d'activité artistique et professionnelle. La Patagonie chilienne tout particulièrement est indéniablement un paradis pour les photographes. Le tourisme scientifique peut certainement répondre d'une manière ou d'autre à cette demande tant nationale qu'internationale : formation à la photographie, festivals et rencontres, productions artistiques, livresques, touristiques, etc.

51 Concernant l'art, on peut signaler les œuvres (que l'on peut admirer à Tortel au détour d'une des passerelles non loin de la mairie dans le secteur dit Base) de certains jeunes du village qui, avec le bois qui est historiquement la marque de fabrique de la communauté locale, ont réussi à mettre en valeur leur patrimoine forestier, notamment en sculptant des bûcherons au travail. Ce type d'initiative serait à encourager dans le futur et on devrait développer ce champ artistique, par exemple en organisant des ateliers, des concours, etc. Le « festival du bois », qui devrait voir sa première édition sans doute au mois d'octobre 2014, va clairement dans cette direction. Le tourisme scientifique peut également y voir son intérêt. Sans raviver un débat plutôt stérile (l'art est-il une science ?), il serait judicieux de promouvoir ces types d'activités en les associant à d'autres disciplines, comme l'histoire, l'artisanat, mais aussi en réfléchissant à l'industrie du bois et au fléau de la déforestation dans la région. Cela pourrait opportunément se faire par exemple en invitant des conférenciers et en organisant des séminaires qui évoqueraient le rôle complexe de la filière du bois à Tortel, son passé, son présent et son futur dans la vie des habitants du lieu. En œuvrant de la sorte pour une autre connaissance, plus pointue, plus ancrée aussi dans la vie des autochtones, on reparlera aussi inévitablement d'un passé qui a du mal à passer : les bûcherons originaires de Chiloé « abandonnés » en 1906 par des entrepreneurs peu scrupuleux et sans doute même aussi véreux que voraces. Dans le même élan, l'île des morts, à proximité du port de Tortel, pourrait-elle ainsi sortir de l'oubli, et rendre l'amnésie communautaire à ce sujet moins enracinée. A Tortel, le bois peut être un formidable prétexte pour réunir chercheurs et habitants, historiens, bûcherons, artistes... et touristes. Le tout en apportant de la dignité retrouvée aux autochtones.

**Photographie 13. Les guanacos, cousins patagons des lamas andins, représentent l'une des images de marque de la région**



Source : F. Michel, premier trimestre 2014

## 4.5. Trois formes de tourisme – qui répondent à trois clientèles singulières – sont selon nous à promouvoir dans la région d'Aysen

### 4.5.1 Le tourisme « national » ou « domestique » (pour reprendre la terminologie anglo-saxonne) :

52 Les Chiliens, issus pour la plupart des classes moyennes et supérieures, découvrent tous les ans un peu plus les trésors de la lointaine Patagonie, ce morceau – trop longtemps oublié, négligé, voire méprisé – de leur vaste pays étendu qui pour l'instant ne les intéressait pas trop. Ce changement d'attitude est bienvenu, il invite à la curiosité et à la connaissance, même si cette clientèle pour l'instant ne quitte guère la route australe, qui reste le « must » de la Patagonie pour ces touristes-automobilistes descendus de la capitale pour « faire la route », profiter de la beauté des paysages, se divertir et se reposer en famille, converser et fêter autour d'un barbecue (*asado*)... Il nous semble que ce type de tourisme représente le véritable avenir dans ce secteur pour le pays et la région. Il est aussi plus important pensons-nous d'investir dans cette clientèle, en l'encourageant à diversifier ses activités, en l'invitant progressivement à découvrir les produits proposés par le tourisme scientifique.

### 4.5.2. Le tourisme des jeunes, étudiants, routards et backpackers du monde entier, et des mochilleros chiliens :

53 Ces voyageurs indépendants font du stop, prennent le bus, campent dans la nature, ils sont aussi nombreux à faire du vélo sur la route australe, plus rarement de la moto, mais tous ces différents secteurs d'un « tourisme désargenté » sont en hausse depuis peu. Ce type de tourisme participe également à la vie économie du territoire. Il est particulièrement négligé ou minimisé par les autorités mais aussi par les opérateurs existants... sans doute car il ne rapporte pas assez. Cette négligence est sans doute une erreur car, très souvent ces routards en tout genre sont les meilleurs éclaireurs d'un tourisme plus classique. Combien d'entre eux ont véhiculé au retour de leur périple, le mythe de la Patagonie, territoire libre et paradis naturel ? Et combien d'amis et de parents sont ensuite partis sur les traces de leurs enfants, mais avec des envies autres et un portefeuille un peu plus garni ? Nous avons entendu, par exemple, cette histoire : « *Les jeunes Israéliens ne se comportent pas bien, ils ne dépensent rien, certes, mais certains lorsqu'ils retournent chez eux parlent à leurs familles de la beauté et la virginité de la Patagonie, et du coup leurs parents viennent à leur tour visiter la Patagonie, en dépensant sur place plus d'argent, et eux, ils se comportent très bien !* »... Il serait certainement plus judicieux de mieux « traiter » cette clientèle de jeunes voyageurs indépendants, venus de Santiago, comme de Berlin ou de Tel-Aviv. Ceci passe par une meilleure gestion des campings, les rendre plus accessibles, mieux dotés en infrastructures de base, et surtout moins chers pour cette clientèle. Cela résoudrait sans doute aussi quelques désagréments et malentendus entre ces *backpackers* campeurs et les populations locales... Il reste que ce type de clientèle s'intègre malgré tout davantage au sein des réalités locales, notamment parce qu'elle s'accommode sans trop ronchonner de l'inconfort, que par exemple un tourisme occidental organisé qui voudrait parfois découvrir la Patagonie « sauvage » comme on visite un « safari parc » au cœur d'une réserve en Afrique... Enfin, et cela est essentiel, il faut noter que parmi cette clientèle, une grande part est composée d'étudiants, en cours d'étude ou en fin de cycle, et ces voyageurs-là sont souvent à l'écoute des offres proposées par le tourisme scientifique.

### 4.5.3. Le tourisme scientifique qui se destine aux adeptes des quatre types de tourisme que recouvre cette définition :

54 Tourisme d'aventure à dimension scientifique, tourisme culturel à contenu scientifique, écol volontariat scientifique, tourisme de recherche scientifique.

Les divers visiteurs intégrant cette typologie forment une catégorie en général cultivée et plutôt aisée, mais pas nécessairement non plus. Peut-être qu'il serait aussi opportun d'élargir le spectre de cette clientèle aux deux formes évoquées plus haut : les touristes « moyens » chiliens qui voyagent en famille et les jeunes voyageurs indépendants internationaux. Ces deux catégories, qui voyageront selon nous de plus en plus ces prochaines années au cœur de la Patagonie, risqueront – il s'agit là autant d'un ressenti que d'un vœu – de se tourner toujours plus vers les offres suggérées par le tourisme scientifique. Car le voyage est partout et toujours un appel à

la connaissance. L'ouverture à la culture, à l'histoire, et aux sciences humaines en général, est l'étape décisive qui permet de créer l'indispensable passerelle qui mène peu à peu au tourisme scientifique.

55 Ces trois formes de tourisme souhaitables dans la région d'Aysen nous amènent par conséquent à proposer deux voies idéales typiques capables d'intégrer ces trois formes de tourisme pour aller dans le sens d'un tourisme éthique d'abord au service des communautés locales : d'un côté un *tourisme alternatif* (plutôt indépendant, qui s'adresse prioritairement à une clientèle peu fortunée) et de l'autre un *tourisme scientifique* (plutôt organisé, qui s'adresse prioritairement à une clientèle assez fortunée). Bien appréhendées à l'avenir, par des opérateurs plus avides de partage social que de rentabilité commerciale, ces deux voies pourraient trouver des terrains de convergence, de rencontre, d'entente. Et, idéalement, dans un tel contexte, le projet « Une autre fin du monde est possible » ne sera plus un intitulé sur un morceau de papier mais une réalité vécue par des habitants en chair et en os, qui vivront mieux grâce à un tourisme de niche, de modeste volume, et à petite échelle.

56 Dans notre volonté de promouvoir une « destination non touristique », éthique et viable, nous estimons donc que ces deux voies et ces trois formes de tourisme sont à privilégier en priorité, afin de favoriser l'émergence d'une économie du tourisme dans la région, mais surtout dans le but de préserver au mieux la fragilité des sites naturels et de l'environnement (qui par leur aspect « exceptionnel » concentrent en eux la principale attractivité touristique du territoire), et aussi de prévenir le manque d'organisation et de préparation dans le domaine touristique de la part des populations locales, prestataires de services et petits opérateurs compris.

57 En revanche, quatre autres formes de tourisme ne nous semblent pas à même, à ce jour du moins, à favoriser le développement d'un tourisme respectueux des milieux culturels et naturels de cette région du Chili :

- *Le tourisme de croisière classique* (tel qu'on peut le voir déjà à l'oeuvre aux abords de la Laguna San Rafael par exemple, ou à Chacabuco dans un autre contexte, plus hôtelier).
- *Le tourisme de luxe* (tel que certains le pratiquent en évitant scrupuleusement de se mélanger avec la population locale), il peut être de croisière mais pas forcément ; surtout le tourisme spécialisé de grand luxe, notamment focalisé autour de « la pêche à la mouche », secteur orienté à destination d'une clientèle aisée presque exclusivement nord-américaine, ou en tout cas occidentale, qui ne compose pas ou très peu avec le milieu humain local...
- *Le tourisme d'aventure, de trek, à vocation sportive ou généraliste*, souvent très organisé, et géré par des voyagistes en provenance de l'étranger ou de Santiago ; ce tourisme sectoriel n'est pas le plus prédateur ou néfaste. Il ne sert cependant guère la communauté locale mais davantage les prestataires « locaux » liés aux opérateurs étrangers qu'il enrichit en priorité. Il demeure que, dans certains cas, les clients internationaux sont clairement intéressés par les problématiques relevant du tourisme scientifique (glaciers, volcans, changement climatique, faune et flore).
- *Le tourisme de masse classique* (tel qu'on peut le craindre à l'avenir, si la destination Patagonie en venait à offrir des vols *low cost*, et des packages à très bas prix, avec des séjours tout-compris qui demanderaient sur place d'énormes infrastructures qui pour l'heure n'existent pas) ! Un tourisme qui ferait ici autant de dégâts sur un plan social que sur un plan écologique, sans pour autant laisser augurer de saines pistes économiques sur le plan local.

**Photographie 14. A Coyhaique, capitale régionale, les murs parlent aux habitants et aux... décideurs et dirigeants.**



Source : F. Michel , premier trimestre 2014

## Ouverture

- 58 Pour conclure, opérons un bref détour vers la poésie, la chanson et la littérature, et donnons la parole à Victor Jara, le guitariste-poète assassiné par la dictature, dans sa fameuse « *Prière à un paysan* » (*Plegaria a un labrador*), interprétée à la fin des années 1960, dans laquelle l'artiste parlait de la vraie vie du peuple chilien.

« Lève-toi  
Et regarde les montagnes  
De là viennent le vent, le soleil et l'eau.  
Toi qui changes le cours des rivières  
Toi qui as semé le vol de ton âme  
Lève-toi  
Et regarde tes mains  
Tends-les vers ton frère, si tu veux grandir,  
Ensemble nous irons  
Unis par le sang  
Il est temps aujourd'hui de construire demain... »

- 59 On peut aujourd'hui aisément transposer ses mots à l'intention des Patagons, qu'ils vivent des produits de la mer ou de la terre, et peut-être demain des produits issus du « tourisme », une industrie qui cependant ne produira jamais que des services en vendant du rêve à toutes celles et tous ceux pour qui le bout du monde porte le nom de « Patagonie »... Mais pour que le territoire d'Aysen puisse demain se développer grâce à un tourisme durable digne et véritable, une coopération entre toutes les forces et avec l'ensemble des acteurs locaux sera vitale. Le défi qui s'annonce dépendra de la capacité des Patagons à mieux vivre ensemble pour ensuite parvenir à mieux avancer ensemble.
- 60 Dans son testament littéraire, Francisco Coloane, un enfant du pays même s'il n'est pas directement d'Aysen, précisait de son côté que « *la beauté n'est pas dans les choses mais dans les yeux de ceux qui les regardent* ». Voilà qui sied parfaitement non seulement aux magnifiques paysages de Patagonie mais plus encore à celles et à ceux qui savent s'imprégner de la beauté réelle du monde. Un monde qui se résume à l'humanité. Et pas d'humanité sans humains. Pas de nature non plus sans culture... Espace de tous les possibles et de toutes les relégations (« *on est de là où l'on se sent le mieux* », écrit Luis Sepulveda), la Patagonie est une terre d'élection et d'utopie où les rêves de communion avec la nature et pourquoi pas de vie commune entre tous les acteurs de la vie sociale, économique et culturelle, demeurent pensables sinon possibles. Penser le réel, même impossible, c'est déjà l'accomplir en partie. Cela en dépit des présents outrages à la nature que symbolisent les barrages hydrauliques ou la déforestation effrénée. La terre de Patagonie n'est pas à prendre mais à comprendre. Un lieu également idéal pour s'abandonner. N'est-ce pas précisément ce qui caractérise une

« destination non touristique » ? Un espace d'oubli, où l'on peut se cacher, se replier, se réfugier. S'évader au royaume d'Utopia ? La région d'Aysen en Patagonie chilienne semble parfaitement répondre à cet appel du silence propice à toutes les formes d'abandon, d'espoir et d'utopie (pour aller plus loin, cf. Michel, 2015). Arpenteur de plusieurs bouts du monde, Roger Willemsen, universitaire et journaliste allemand, a posé un pied sur le sol du sud chilien, conscient du fait que « *lors de chaque voyage, on est traversé par cette humeur où l'envie d'abandonner domine. On n'est encore arrivé nulle part que l'on ne voudrait arriver nulle part. On veut être loin, déraciné, sans patrie* » (Willemsen, 2012 : 91). Au final, l'abandon n'est riche que s'il est nourri d'enseignements. Pour soi, pour l'autre. L'essentiel, au final, est de ne pas confondre le lâcher-prise rédempteur avec le laisser-faire égoïste...

61 Alors, même s'il est mal avisé de se dépêcher en Patagonie, il n'est peut-être pas trop tard, simplement, sans trop attendre, « *il est temps aujourd'hui de construire demain* » comme le chantait autrefois Victor Jara. De se dépêcher un petit peu...

**Photographie 15. A l'entrée du Parc Chacabuco et/ou Patagonia, géré par le couple Tompkins, la couleur s'affiche ! (Source : F. Michel , premier trimestre 2014)**



### **Bibliographie**

- Bourlon, F., et P. Mao (2015). *La Patagonie chilienne, un eldorado du tourisme scientifique ?*, Paris, L'Harmattan, Coll. « Tourismes & Sociétés ».
- Bourlon, F., M. Osorio, P. Mao et T. Gale (ed.) (2012). *Explorando las Nuevas Fronteras del Turismo. Perspectivas de la Investigación en turismo*, Coyhaique, Nire Negro & CIEP, 2012.
- Brigand, L. (2009). *Besoin d'îles*, Paris, Stock.
- Brinck P.G., R. Díaz, C. Morales et A. Marin (ed.) (2011). *Las mutaciones de la merluza austral*, Santiago, Cuarto Propio.
- El Diaro de Aysen* (2014). « Pescadores de Puerto Gaviota deron nueva vida a la caleta en su primera fiesta costumbrista », *Coyhaique* : 16.
- Escobar, H. (2007). *L'organisation territoriale en Patagonie chilienne : enjeux et perspectives pour la région de Aysen*, Brest, Thèse de géographie de l'Université de Bretagne Occidentale.
- Grenier, P. (2003). *Des tyrannosaures dans le paradis. La ruée des transnationales sur la Patagonie chilienne*, Nantes, L'Atalante.
- Grenier, P. (2013). *Histoires du bout du monde. Une anthologie des récits de voyage en Patagonie*, Bruxelles, Nevicata.
- Michel, F. (2013). *Du voyage et des hommes*, Annecy, Livres du monde.

- Michel, F. (2014). « La Junta, una parada en la Carretera Austral », *El Diario de Aysen*, Coyhaique : 3.
- Michel, F. (2014). « Tortel, étape amicale au bout du monde », site Internet *La croisée des routes*, Strasbourg, URL, <<http://www.croiseedesroutes.com/#!vu-lu-franck-michel-mars-2014/c1y1i>>.
- Michel, F. (2015). *En route pour la Patagonie*, Annecy, Livres du monde.
- Sepulveda, L. (2007). « Pinochet sans peine ni gloire », *Le Monde diplomatique*, Paris, janvier.
- Sepulveda, L. (2011). *Histoires d'ici et d'ailleurs*, Paris, Métailié.
- Waidhofer, L. (2014). *La Patagonie inconnue*, Colorado, Western Eye Press.
- Willemsen, R. (2012). *Les bouts du monde*, Paris, Arthaud.
- 

### ***Pour citer cet article***

#### Référence électronique

Franck Michel, « Une destination « non touristique » à la mode : la région d'Aysen, en Patagonie chilienne », *Études caribéennes* [En ligne], 30 | Avril 2015, mis en ligne le 28 août 2015, consulté le 05 décembre 2015. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/7402> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.7402

---

### ***À propos de l'auteur***

#### **Franck Michel**

Anthropologue, co-directeur de La croisée des routes ([www.croiseedesroutes.com](http://www.croiseedesroutes.com)); Chercheur au CEREGMIA, Université des Antilles et de la Guyane, Chercheur associé à PACTE, Université de Grenoble, Auteur de *Voyages pluriels* (2011), *Du voyage et des hommes* (2013) et *En route pour la Patagonie* (2015), tous parus aux éditions Livres du monde, [crvstrasbourg@yahoo.fr](mailto:crvstrasbourg@yahoo.fr)

---

### ***Droits d'auteur***

© Tous droits réservés

---

### ***Résumés***

Le territoire d'Aysen, au sud du Chili, officiellement dénommé « Région XI », possède le charme discret d'une Patagonie oubliée. Cette région mythique n'a cessé de hanter l'imaginaire fécond des découvreurs et voyageurs en tout genre. Aujourd'hui, ces derniers sont autant des pêcheurs à la mouche fortunés que des routards européens ou israéliens, et de plus en plus des Chiliens venus des classes moyennes et du nord du pays. La Patagonie est un formidable terrain de jeu, et plus encore un vaste espace d'utopie, hier comme aujourd'hui, pour nombre de voyageurs et rêveurs.

Le « charme » est indéniable, il suffit de contempler la nature qui domine ici la culture, et la région n'est pas un paradis pour les photographes par hasard ; quant au caractère « discret », il est également évident, comme en témoignent de nombreux touristes en quête de leur propre expérience « into the wild » et qui s'émerveillent en foulant ces sentiers non battus de la Patagonie. Terre de jeu pour aventuriers, lieu de science pour les chercheurs, espace de refuge pour de riches expatriés, territoire d'expérimentation sinon de rite de passage pour quelques jeunes et sportifs, marcheurs, cyclistes ou flâneurs, la Patagonie chilienne est désormais surtout devenue un enjeu, économique et donc politique, essentiel pour le pays.

Cet article, fruit d'un travail en cours, apporte quelques éléments pour tenter de comprendre comment se fabrique et s'établit, dans le temps et dans l'espace, « une destination non touristique » qui, depuis ces dernières années, à la faveur des médias mais pas seulement, a le vent en poupe. Avec ou sans le consentement des Patagons/Patagoniens ? C'est tout le véritable défi à venir.

## A « Non-Tourism » Destination in Fashion : Aysen Region, at Chilean Patagonia

The territory of Aysen in southern Chile, officially called "Region XI" has the discreet charm of a forgotten Patagonia. This legendary region has haunted the fertile imagination of explorers and travelers of all kinds. Today, they are so many rich fly fishermen that European or Israeli backpackers, and always more Chileans coming from the middle class and from the north of the country. Patagonia is a wonderful playground, and even more a vast space of utopia, then as now, for many travelers and dreamers.

The "charm" is undeniable, simply contemplate the fabulous nature clearly dominating culture here, and the area is not a paradise for photographers by chance. As to the character "discrete", it is also clear, as evidenced by many tourists in search of their own experience "into the wild" and marvel treading the beaten path not of Patagonia. Playground for adventurers, place of science for researchers, refuge area for fortunate expatriates testing ground if not some rite of passage for young athletes, walkers, cyclists or loafers, Chilean Patagonia is now mostly become an issue, and therefore economic policy, rather essential for the country.

This article, the first result of a work in progress, brings some elements to try to understand how to manufacture and settled in time and space, "a non-tourist destination", which, in recent years, the for the media but not only has the wind in its sails. With or without the consent of all the habitants of Patagonia? This is the real challenge ahead.

### *Entrées d'index*

**Mots-clés** : Aysen, Chili, culture, nature, Patagonie, route, tourisme alternatif

**Keywords** : alternative tourism, Aysen, Chile, culture, nature, patagonia, Road

### *Notes de l'auteur* Remerciements

[Cet article, qui n'est qu'une ébauche pour l'instant, n'aurait pu voir le jour sans l'aide précieuse de Fabien Bourlon et de toute l'équipe du CIEP, basée à Coyhaique, et notamment du coordinateur du projet de cette recherche en cours, Ignacio Pastrian, et de la journaliste Dinelly Soto. Qu'ils soient, ici, tous chaleureusement remerciés, pour leur travail remarquable ainsi que pour leur belle hospitalité si chère aux Patagons et autres Patagoniens.]