

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Turismo, Globalización y Recursos Naturales en América Latina. Privatización y depredación del patrimonio de los pueblos.

Facundo Martín Hernández.

Cita:

Facundo Martín Hernández (2009). *Turismo, Globalización y Recursos Naturales en América Latina. Privatización y depredación del patrimonio de los pueblos. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1101>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Turismo, Globalización y Recursos Naturales en América Latina

Privatización y depredación del patrimonio de los pueblos

Facundo Martín Hernández
UNMdP - CEHAU
UNNE
CONICET
fmhernandez12@yahoo.com.ar

INTRODUCCIÓN

El turismo, tanto práctica social, es descrito -en la mayor parte de los trabajos académicos- como una actividad económica bajo supuestos y categorías propias del capitalismo. Así las nociones de desarrollo turístico local, sustentabilidad turística, industria turística, empresas turísticas, etc. van construyendo un imaginario que limita al turismo a una visión economicista. Las propuestas que surgen de los organismos internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), que promueven el desarrollo turístico fundamentan que este posee ventajas indiscutibles sobre otras actividades económicas: “industria sin humo” *-no contaminante-*, desarrollo local *-por los beneficios que genera por el desarrollo de actividades vinculadas en forma directa o indirecta-*, el llamado “efecto derrame” *-como una forma de distribución de las riquezas de las clases sociales que tienen el poder adquisitivo para acceder a*

la práctica turística en lugares con condiciones para tal fin, alta tasa de empleabilidad y las divisas extranjeras que genera .

Las actividades económicas, que se derivan de los servicios que competen al turismo, se han complejizado a partir de la globalización neoliberal. Esto impulsó un proceso de ramificación, estratificación y diversificación del mismo. Este ha sido definido como el *turismo postfordista* que en el presente trabajo se complementa con la noción de *proceso productivo turístico-global*. La atracción de inversiones públicas, y principalmente privadas, son una constante en el turismo que lleva a la competencia por la captación de capitales, donde la ausencia de controles y una normativa “blanda” -en lo ambiental y laboral- funcionan como pilares y catalizadores de las “economías turísticas”. Frente al incremento constante de las inversiones de empresas y firmas multinacionales en los sitios turísticos, podemos definir la existencia de un *Proyecto Turístico-Transnacional (PTT)*, con marcos normativos, políticos, urbanos, económicos, ambientales y sociales, definidos por organismos internacionales, sectores político-administrativos y firmas multinacionales, que construyen nuevas territorialidades e identidades a partir de los llamados procesos de turistificación.

América Latina se ha transformado en una de las regiones mundiales atractivas para el turismo internacional –proveniente de los países desarrollados- lo que ha atraído inversiones del mismo origen que los turistas. “*Las posibilidades del recurso turismo en los países subdesarrollados, como los latinoamericanos, no se reducen a su impacto directo sobre la economía, sino que se proyectan en todos los campos de la vida de la comunidad*” (Getino, 2002). El presente trabajo investiga las formas que el *PTT* ha penetrado en los países latinoamericanos. En el mismo se indagan las problemáticas asociadas al modelo de desarrollo turístico en las economías locales latinoamericanas, con énfasis a las referidas a la depredación y privatización de los recursos naturales y el patrimonio popular para la conformación de espacios turísticos, y la explotación y/o exclusión de las sociedades locales. Para tal fin, se presentan diferentes estudios de casos de la región.

Como reflexión final se intenta brindar una aproximación a una cuestión: ¿Es posible desarrollar una economía local sostenible a partir de la práctica turística que no esté esencialmente sesgada por la lógica de mercado?

EL TURISMO DESDE ESTUDIOS CRÍTICOS

Para Joan Sánchez el turismo es entendido, en un amplio sentido, como una práctica social que implica el desplazamiento realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, para disfrutar los recursos paisajísticos naturales o para apreciar los paisaje culturales, a las cuales se les atribuye un valor monumental, artístico o cultural (Sánchez, 1985). Esta definición desplaza el determinismo económico, con el que se suele estudiar la actividad turística, al poner mayor énfasis en el hecho de que se trata de una **práctica social**. Desde este punto de partida debemos entender a la práctica turística como un fenómeno cultural, que debe complementarse con equipamientos para la atención del visitante. La necesidad de intervenir o comercializar un paisaje natural o cultural para el desarrollo del turismo hace que ingresen las dimensiones sociales, económicas y ambientales integradas. En definitiva, el turismo por ser un proceso de uso-consumo de *espacio de ocio*, se construye en este contexto a partir de la lógica del mercado, por estos motivos pueden realizarse estudios inspirados en líneas de análisis críticas.

El medio ambiente, degradado en los sectores turísticos masivos y selectivos, se puede estudiar a partir de enfoques críticos. El paisaje natural, que se valoriza para ser explotado turísticamente, se transforma en cultural, ya que es modelado por el hombre para su uso y ocio. El paisaje cultural se transforma en un bien de consumo por encima de los valores identitarios que representa para una comunidad. El análisis del paisaje y el espacio turístico, en general, nos debe conducir al entendimiento de los cambios que han experimentado estos, hasta constituirse tal y como hoy se encuentran; su estudio es una reconstrucción histórica del mismo. Pero sería un análisis incompleto sino profundizáramos acerca de quiénes son los que se apropian del paisaje, cómo se transforma en un recurso natural -a través de la compra de las tierras que lo componen-, cómo lo transforman, quiénes trabajan en él para mantener el nivel de ingresos de las clases sociales que concentran las riquezas generadas por la actividad, cuál es el rol del estado y de los sectores empresariales en los procesos de producción de espacio turístico y turistificación.

El turismo como una práctica de ocio y recreación, se ha ido transformando en una necesidad para las sociedades posmodernas, pero solo una pequeña porción de la población mundial realiza el ocio lejos de su entorno. La posibilidad de hacer turismo depende estrictamente de la capacidad material para afrontar los gastos que implica la práctica, la división de clases sociales también es una constante: existen diferentes destinos turísticos para diferentes clases. Ningún país ha alcanzado la

posibilidad del turismo y el ocio como un derecho al que todos deben acceder, en la Argentina el peronismo de la década de 1940 y 1950 desarrolló el turismo como un derecho del trabajador, a partir del llamado turismo social, pero esto no dejó de desarrollar una diferenciación socioespacial en los destinos turísticos. En la actualidad el turismo es denominado, por los organismos internacionales¹, como una gran industria, idealizada como una alternativa de desarrollo local -principalmente a partir del proceso de Globalización.

GLOBALIZACIÓN Y TURISMO EN AMÉRICA LATINA

El turismo es una de las actividades económicas que genera mayor movilidad poblacional temporaria. A partir del proceso conocido como Globalización, las nuevas tecnologías en comunicación e información provocaron la eclosión de la actividad turística como base de economías nacionales y regionales. Esto benefició el movimiento de capitales multinacionales o nacionales -dedicados al turismo- en diferentes rincones del planeta, generando no solo dependencia de los mismos, sino también nuevas identidades y territorios. Esta actividad, dentro de la óptica liberal, está siempre presentada como un factor de desarrollo, ya que se nutre de un mercado en pleno auge: existe una gran cantidad de turistas, demandantes de espacios de ocio y recreación, y otro tanto de ofertas de lugares, sitios o destinos turísticos que crecen y se desarrollan al mismo ritmo que la cantidad de turistas.

La incorporación del término “industria” al turismo se debe entender, según nuestro punto de vista, a partir de tres características: a) El turismo es una de las actividades económicas que, a partir de la Globalización y su revolución tecnológica, creció más en los últimos 20 años generando, inclusive, economías nacionales dependientes del turismo –principalmente en países de menor extensión con cualidades escénicas excepcionales-, y una importante cantidad de empleos (en la mayoría de los casos precarios e informales). b) La actividad se complejizó, ya que está conformada por diferentes eslabones de servicios-productivos: los sectores primarios (por ejemplo para el consumo alimenticio en las grandes cadenas hoteleras), los sectores secundarios para la construcción y equipamiento de las localidades turísticas y los sectores terciarios de servicios, que son en definitiva el “*espíritu*” de la actividad. c) Las similitudes con la industria capitalista son más evidentes desde la perspectiva socioeconómica: el consumo de los recursos naturales es directo, a diferencia de otros servicios, y depredatorio si no se tiene un modelo sustentable basado en el uso y no en el abuso.

¹ Entre ellos la Organización Mundial del Turismo, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, la Organización de Estados Americanos, la Unión Europea, etc.

Existe una concentración oligopólica en cada uno de los sectores productivos como en la construcción, los medios de transporte, la rama hotelera que evidencian en ciudades turísticas un capitalismo “imperfecto”. La explotación de la mano de obra local es otro factor de similitud con la industria descentralizada de las últimas décadas producto de la *Globalización Neoliberal*. Los salarios de los trabajadores del turismo en países subdesarrollados representan una ventaja comparativa, sobre todo para las grandes firmas multinacionales que tienen ganancias en monedas fuertes internacionales y pagan en monedas nacionales devaluadas.

El espacio turístico no sólo se construye a partir de las cualidades naturales, culturales, o ambas, conformando el paisaje que será valorado para la explotación turística. Este está signado por la tendencia de que el espacio urbano, donde se desarrolla la industria turística, se fragmenta en dos: la ciudad turística y el resto. En el primer caso Mantobani lo define como la *ciudad efímera* (Mantobani, 2004), preparada para el turismo -que es una actividad estacional en la mayoría de los casos- donde los diferentes niveles político-administrativos y empresariales de la industria turística concentran las inversiones. El segundo espacio lo define como la *ciudad cotidiana* (Mantobani, 2004), la que es utilizada y habitada diariamente por la comunidad local. En ella las inversiones dependen de los diferentes niveles estatales, ya que las empresas vinculadas con la industria turística no tienen intereses en este sector, solamente les importa la existencia de mano de obra. La desinversión pública es una tendencia que se prolonga en toda América Latina (Dabene, 1999: 394) donde existen fuertes contrastes entre la ciudad “ofrecida” a los turistas y la que vive la población permanente y marginalizada del proceso *desarrollista turístico* (bastaría con analizar estos contrastes en Cartagena de Indias, Río de Janeiro, Santo Domingo, Viña del Mar, entre otras). En las ciudades cotidianas se viven los problemas socioambientales que impactan en las condiciones de vida de la mayoría de la población, mientras que en la *ciudad efímera* se busca optimizar los servicios urbanos y ecológicos para el turista.

La “conquista” y “descubrimiento” de nuevos territorios y culturas para el modelo capitalista, aplicado al turismo, es un factor de desarrollo, ya que este logra imponer su lógica en el paisaje natural o cultural a ser explotado, volviéndola útil (Reboratti, 2006: 25). Esto suscita una serie de procesos de intervención sobre el medio natural y social, que tienen como finalidad generar ganancias para los sectores económicos que ponen en explotación los recursos turísticos y humanos. Todas las dimensiones del turismo globalizado es lo que compone el PTT, que es lo que llamamos capitalismo turístico.

En resumen, definimos **capitalismo turístico** al modelo de explotación de recursos paisajísticos y culturales basado en las leyes de mercado, con la competencia como motivación de desarrollo y la escasez de controles normativos ambientales y laborales como atracción de inversiones. La privatización del patrimonio cultural y natural, la construcción de nuevas identidades y la desarticulación de las preexistentes es su sesgo territorial. Esto conlleva, en conjunto, a la concentración de beneficios en unos pocos sectores que conforman la llamada “industria turística” (Hernández, 2008).

LA “NUEVA CONQUISTA” I: LA DEPREDACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES

La escasa presencia de los diferentes niveles político-administrativos en el manejo, gestión y planificación del turismo se debe a que es una actividad que puede alcanzar ciertos niveles de crecimiento, a partir de inversiones privadas, si existen pocos controles. En este sentido donde hay un mayor desarrollo turístico, hay mayor presencia de inversiones privadas y es donde hay mayor demanda que la oferta satisface. Esto provoca un mayor uso de los recursos paisajísticos y culturales, presionando sobre sus condiciones, desgastándolos sino existe una política de conservación. Estos recursos no suelen ser renovables, ya que una vez transformadas radicalmente sus características atractivas y recreativas, no son posibles de volver a generar las mismas condiciones. En los sitios turísticos donde el mercado es el “pensamiento único” que planifica y gestiona el territorio, se suele traspasar las fronteras de lo tolerable: se intervienen ambientes naturales frágiles para crear infraestructura turística en lugares denominados “exóticos”, como selvas, playas tropicales, oasis en los desiertos, bosques, manglares e inclusive en ambientes marinos.

La degradación de paisajes naturales como las costas caribeñas –la mayor “cuenca” turística de Latinoamérica-, la costa atlántica y pacífica, las regiones cordilleranas, las selvas, las cuencas hidrográficas, no sólo están sujetas a las presiones de actividades primarias e industriales. El crecimiento del turismo en América Latina ha puesto en evidencia que esta práctica y actividad, presentada por los organismos internacionales como “limpia”, ha generado procesos de contaminación y destrucción del paisaje, como por ejemplo Cancún en México o Margarita en Venezuela. A los procesos de depredación de paisajes naturales, hay que agregar los paisajes culturales-naturales como Machu Pichu, los templos mayas en México y Guatemala, la Quebrada de Humahuaca en la Argentina, entre otros.

Los procesos asociados a la urbanización y al desarrollo de actividades extractivas, inducidas y potencializadas por el crecimiento intensivo del turismo en las últimas dos décadas en Latinoamérica,

confluyen en el impacto ambiental que puede ser estudiado mediante la construcción de la huella ecológica del resultante paisaje natural degradado por los procesos de turistificación. Por ejemplo en Puerto Vallarta, México, la venta de tierras a grupos inversores nacionales y extranjeros (principalmente de EEUU) para la explotación del turismo y el desarrollo de una ciudad efímera en un contexto socio-territorial rural-campesino, llevó a la depredación de tierras aptas para la agricultura de subsistencia, a la fragmentación del paisaje natural, al impacto visual debido a las edificaciones en altura y a la contaminación de las aguas de un puerto natural, otrora artesanal. Son los grandes capitales los que tienen un nivel mayor de impacto sobre los recursos paisajísticos, en México y los países caribeños (a excepción de Cuba) la relación simbiótica de turista-complejo hotelero está enmarcada por el turista estadounidense y la empresa del mismo origen.

LA “NUEVA CONQUISTA” II: IMPACTO CULTURAL

El turismo suele ser una actividad que desarticula las relaciones socioterritoriales preexistentes y construye una nueva identidad, un nuevo territorio. Se apropia de las características del territorio: exclusividad, límites, identidad (Santos, 1995: 18). Así una ciudad puede transformarse en una ciudad turística-cultural –Buenos Aires, San Pablo, México, por ejemplo- o un ambiente natural en una ciudad turística. En este sentido, donde llega la actividad turística con intensidad, el territorio es *exclusivo* de la industria turística, siendo los límites hasta donde llega su influencia y su capacidad transformadora. La existencia de regiones turísticas e inclusive países “turísticos” son evidencias de los avances de esta actividad como un eje en la construcción del territorio, sobre todo en la formación de nuevas identidades. En este sentido se impacta en las culturas locales, ya que se incorpora en ellas la noción de mercado, transformando sus medios de existencia (las comidas típicas, las artesanías, sus símbolos religiosos, sus costumbres y rituales) en mercancías.

Las danzas, los espectáculos populares, las festivales religiosas y todo aquello que pueda ponerse en valor para su oferta al visitante, tiende a desligarse de su significación cultural y social (Getino, 2002). Un ejemplo de lo mencionado es el análisis de García Canclini (1982) sobre las formas en que el turismo, como práctica capitalista, impacta sobre las culturas originarias latinoamericanas. En sus trabajos hace referencia a cómo la creación espontánea y la memoria se transforman en mercancías, de la misma forma que se vuelve en espectáculo exótico para los turistas las expresiones artísticas –y las formas de existencia- de los pueblos indígenas. El PTT pone en valor las propiedades que implica que el ser humano sea parte de una “otredad”, distinta a la cultura occidental. Lo que se manifiesta con la introducción del PTT en las comunidades víctimas del sistema

de mercado capitalista –que las ha excluido y empobrecido- son procesos de aculturización que esfuman las últimas “prácticas culturales de resistencia”. La desarticulación de las culturas locales -por el capitalismo turístico- no sólo se reduce al hecho de la introducción de la lógica de mercado en sociedades consideradas precapitalistas o subdesarrolladas, propias de América Latina, sino que también está asociada a la expulsión –directa e indirecta- física de las comunidades, iniciando procesos de desterritorialización (Ortiz, 1995).

Los impactos a nivel cultural se sienten no sólo en las comunidades originarias, sino también en lugares donde existe una base capitalista sólida. En estos sitios que se turistifican se generan tensiones inflacionarias que modifican las posibilidades de bienestar material de las comunidad. Estas tensiones se manifiestan por el incremento de los precios relativos al consumo del ocio –como puede ser algo tan esencial como la comida-, la estacionalidad propia del turismo influye negativamente en la oferta y demanda del consumo de productos y servicios básicos. La dependencia económica del turismo desarticula la estabilidad social de una localidad. En América Latina son más los países (Costa Rica, Jamaica, República Dominicana), regiones (Patagonia, Cordillera andina, Mata Atlántica), ciudades (San Carlos de Bariloche, Punta del Este, Florianópolis, Cancún) y pueblos que pasan a este nivel de dependencia. Cuanto más sea el desarrollo de los nuevos actores hegemónicos del PTT, las problemáticas socioculturales tendrán un origen más complejo, debido a la introducción de un nuevo patrón de consumo del paisaje o la cultura “cotidiana” para los habitantes locales.

LOS CONQUISTADORES: LA CONSOLIDACIÓN DEL PTT Y LA PRIVATIZACIÓN DE LOS RECURSOS PAISAJÍSTICOS Y CULTURALES

El PTT en América Latina tiene actores de poder definidos, los extraterritoriales están compuestos por los organismos internacionales de crédito -como el BID, el Banco Mundial- y los tesoros nacionales de los países desarrollados que proveen de fondos a los nuevos emprendimientos turísticos. Los beneficiarios de las ventajas financieras otorgadas son grandes grupos de empresarios, que por su volumen de inversión también son excluidos de cargas fiscales. De esta manera, el actor social nacional y local: el Estado –en todos sus niveles político-administrativo- interviene en el proceso de turistificación mediante una política permisiva desde lo ambiental y lo laboral favoreciendo los intereses de los grandes capitales turísticos. También se suman grandes grupos empresarios nacionales, e incluso locales, que con la misma lógica de las firmas transnacionales explotan los recursos paisajísticos y humanos.

En América Latina uno de los conflictos territoriales actuales, ligados al turismo, es la entrega de bienes patrimoniales a inversionistas y empresarios ligados al PTT, o simplemente a personas que poseen los medios económicos para adueñarse de grandes extensiones de tierras en paisajes monumentales o bienes culturales. La expropiación se hace a cuenta del Estado que no opta por impedir la enajenación de tierras de valor escénico, científico, productivo y artístico, mediante el desarrollo de leyes –o el cumplimiento de las existentes- que lo eviten. Las nuevas “etiquetas” ligadas al turismo postfordista como ecoturismo, turismo slow, alternativo, aventura, entre otros, forma parte de una nueva lógica que implica darle un valor agregado al producto turístico a partir de la naturaleza prístina. Estos modelos reproducen la neoexclusividad del ocio, siendo los destinatarios las clases altas. De esta manera se reproduce un círculo: *las prácticas sociales del ocio de las elites sólo pueden ser satisfechas por emprendimientos turísticos desarrollados por sectores de elite de la industria turística*. Como estas clases sociales para sus actividades de esparcimiento necesitan de mayores espacios, las compras de tierras para crear y recrear lugares para sus prácticas limitan lo público.

Las playas caribeñas, la Patagonia argentina y chilena, la costa bonaerense argentina y uruguay, los parques mayas, el norte de Brasil, las zonas incaicas peruanas, entre otros son sitios turísticos sujetos a la privatización de paisajes que deberían estar protegidos. Los nuevos conquistadores no sólo son el grupo de empresarios que componen el PTT, sino también desde organismos internacionales como la OMT y la UNESCO se promociona el turismo en sectores patrimoniales abriendo el negocio extranjero a comunidades locales que se ven impactadas ante el cambio cultural que trae aparejado este tipo de turismo. La declaración de Patrimonio de la Humanidad entra en clara contradicción, principalmente cuando se brinda conocimiento a sectores empresariales multinacionales de cuáles sitios cuentan con riquezas paisajísticas para ser “explotadas”. El caso de Machu Pichu (Perú), la Quebrada de Humahuaca (Argentina) y Palenque (México), entre otras, fueron declaradas por la ONU como Patrimonio de la Humanidad –entre la década del 1980 al 2000-, a partir de este proceso de “*patrimonialización*” la economía turística se desarrolló mediante la suma de capitales extranjeros que desplazaron a los emprendimientos locales. La creación de complejos hoteleros, las formas encubiertas de privatización de los conjuntos naturales y culturales y la exclusividad generada por el precio del alojamiento, impactaron contradictoriamente con el paisaje natural y cultural. De esta forma se formó un nuevo perfil de turista, ya no tan ligado al “espíritu antropológico” que los acercaba a estos destinos, sino que se basaba en la idea de *consumo de lo extravagante y exótico* que se vende en las empresas de turismo de sus países de origen. El neo-turista, en sitios sagrados para culturas originarias latinoamericanas, no repara en lo natural y lo cultural como una construcción social, sino que su visión –y la de los empresarios del circuito productivo del

turismo- transforma el lugar, creando una nueva espacialidad, que tiene como premisa la cultura occidental posmoderna.

CONCLUSIÓN: LA LUCHA POR UN TURISMO DISTINTO

La opción del turismo como un modelo de desarrollo debe plantearse desde dos planos: 1) el desarrollo turístico debe ser una metamorfosis del crecimiento económico que se traduzca en una mejora sustancial de la calidad de vida de la población local en donde se lleve a cabo. La participación popular debe esgrimirse como una forma de conocer y reconocer que los derechos sobre las riquezas generadas por la actividad turística ligadas a bienes naturales y culturales son de los pueblos. 2) Para alcanzar tales objetivos el primer paso debe ser el respeto por la naturaleza y la cultura, décadas de experiencia han demostrado que las inversiones de empresas hoteleras de países desarrollados, los programas de organismos oficiales, las políticas de estado latinoamericanas e, inclusive, las incursiones de las ONGs, han sido funcionales al desarrollo del capitalismo turístico. Un turismo distinto en Latinoamérica que se inspire en una cultura y en la naturaleza, no por lo exótico sino por lo que se puede aprender, será proyectado y realizado por los pueblos y su voluntad.

Bibliografía

- Bertoncello, R. (2002). "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas". En Revista Aportes y Transferencias. Nro. 2. Vol. 6. UNMdP, Mar del Plata.
- Bertoncello, R. (1999). "Las prácticas turísticas y sus implicancias socio-espaciales". En Turismo com ética. Coroliano, L. (Comp.). Universidade Estadual de Ceará.
- Brailovsky, A. (2006). Historia Ecológica de Iberoamérica I. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Brailovsky, A. (2009). Historia Ecológica de Iberoamérica II. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Dabene, O. (1999). América Latina en el siglo XX. Síntesis, Buenos Aires.
- Galeano, E. (1994). Úselo y Tírelo. Planeta, Buenos Aires.
- Galeano, E. (1984). Las venas abiertas de América Latina. Siglo XXI, Buenos Aires.
- García Canclini, N. (1997). Imaginarios urbanos. EUDEBA, Buenos Aires.
- García Canclini, N. (1982). Las culturas populares en el capitalismo. Nueva Imagen, Buenos Aires.
- Getino, O. (2002). Turismo: entre el ocio y el neg-ocio. Ciccus, Buenos Aires.
- Gutman, P (1987). Los Parques Nacionales en el Desarrollo Regional. CEUR, Buenos Aires.
- Harvey, D. (1998). La condición de la posmodernidad. Amorrortu, Buenos Aires.
- Hernández, F. (2008). El capitalismo turístico balneario. En Revista NOVEDUC, Buenos Aires.
- Kempf, H. (2007). Cómo los ricos destruyen el planeta. Libros del Zorzal, Buenos Aires.
- Kovel, J. (2005). El enemigo de la naturaleza. Tesis 11, Buenos Aires.
- Mantobani, J. (2004). El papel de la sociabilidad en la construcción del territorio. UNMdP, Mar del Plata.
- Marx, K. (2007). El Capital. Claridad, Buenos Aires.
- Ortiz, R. (1995). Otro territorio. UNQ, Buenos Aires.
- Orduna, J. (2008). Ecofascismo. Martínez Rocca, Buenos Aires.
- Reboratti, C. (2006) La Naturaleza y Nosotros. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Sancho, A. (1998) Introducción al turismo. Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- Sanguin, A. (1981) Geografía Política. Oikos Tau, Barcelona.
- Santos, M. (1995). Metamorfosis del espacio habitado. Oikos Tau, Barcelona.
- Santos, M. (1996). De la totalidad al lugar. Oikos Tau. Barcelona.