



Estudios Sociales

46

Turismo de segundas residencias y turismo de naturaleza en el espacio rural mexicano

Second home tourism
and Nature Based Tourism
in Mexican countryside

*David Vargas del Río**

Fecha de recepción: abril de 2014

Fecha de aceptación: septiembre de 2014

*Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
Dirección para correspondencia: davidvar@iteso.mx

Resumen / Abstract

La posmodernidad y los imaginarios urbanos son aspectos que contribuyen a la hegemonía de la ciudad sobre el campo. El turismo es un agente fundamental en este proceso y dos aspectos importantes son el turismo de segundas residencias y el turismo basado en la naturaleza; sin embargo, la relación entre ambos no es clara. El concepto de la urbanización del campo se utiliza como fundamento para describir las condiciones materiales y culturales que facilitaron el avance de estas dos formas de turismo en el espacio rural mexicano. Después, mediante un estudio transversal referido a subzonas de la geografía local de Mazunte, Oaxaca, se ilustra la forma como ambos fenómenos se articularon geográficamente mientras se demuestra su estrecha relación.

Palabras clave: turismo basado en la naturaleza, turismo de segundas residencias, turismo rural, imaginarios urbanos, México, Mazunte.

Postmodernism and urban imaginaries are aspects that contribute to the city's hegemony over the countryside. An important agent in this process is tourism, and two important aspects of it are second home and nature based tourism. However, their relationship is not clear. The concept of urbanization of the countryside is employed here as a base for understanding the cultural and material conditions that leads the progress of these two aspects of tourism in the Mexican countryside. Then, a cross sectional study referred to subzones of local geography of Mazunte, Oaxaca was applied to illustrate their articulation and close relationship.

Key words: nature based tourism, second homes, rural tourism, urban imaginary, México, Mazunte.

Introducción

La urbanización del campo a través del turismo

En las sociedades más desarrolladas ha habido un cambio fundamental que frecuentemente se asocia a la posmodernidad (Harvey, 1990). Es un cambio de actitud que tiende a deificar la naturaleza y a observar con cierta nostalgia paisajes, sociedades y estilos de vida pasados, a la vez que desprecia la “cotidianidad opresiva” de las urbes contemporáneas (Hall y Williams, 2002, Hiernaux-Nicolás, 2002). Con esta mirada, los habitantes urbanos buscan en el espacio rural dar a su vida una dimensión que no está disponible en su residencia principal (Urry, 2002). La búsqueda se materializa en el viaje turístico y cuando se cree encontrar lo que se buscaba y las condiciones materiales lo permiten, en la compra de una segunda residencia (Müller *et al.*, 2004). Ciertamente, el turismo es una actividad típicamente urbana que en las últimas décadas irrumpe los espacios rurales para formar parte de su producción; por lo tanto, propaga las relaciones sociales y los estilos de vida urbanos (de Souza, 2012). Se trata de una faceta más de la geografía más dispersa asociada con el posfordismo que algunos geógrafos han descrito como la urbanización del campo (Harvey, 1994). Es decir, la redefinición de la producción rural global frente a la internacionalización de una economía que tiende a trasladar su industria a las zonas periféricas (Ramírez, 2005). En esta también llamada “nueva ruralidad” (Ruiz-Rivera y Delgado-Campos, 2008), los habitantes urbanos se adentran en lugares de complicado acceso guiados por sus idearios (Hiernaux-Nicolás, 2002).

En efecto, el turismo, un flujo masivo de migrantes temporales o permanentes que buscan estilos de vida o de retiro representa el mayor movimiento poblacional desde tiempos de guerra (Hall y Williams, 2002). Dos aspectos importantes y en franco avance dentro de este fenómeno son el Turismo de Segundas Residencias (TSR) y el Turismo Basado en la Naturaleza (TBN). Sin embargo, la relación entre ambos y la forma como se articulan para modificar los espacios

rurales no es clara y tampoco está bien estudiada. En este artículo se describen las condiciones materiales y culturales que facilitaron su avance en el espacio rural global y la forma como dichas condiciones se desarrollaron en México primero y después en Mazunte en lo particular. Se trata de un país sumamente influido por ambos fenómenos y un caso de estudio que ilustra claramente el fenómeno. Con esto se busca evidenciar la estrecha relación entre TBN y TSR y describir las condiciones y procesos de turistificación del espacio rural bajo una perspectiva geográfica. En primer lugar se estudian las condiciones materiales y las proyecciones urbanas que, en forma de idearios, favorecieron el avance del turismo bajo diferentes formas en el espacio rural global. Posteriormente, con un enfoque más cuantitativo, se valora el fenómeno de la turistificación de los espacios rurales de los países en vías de desarrollo. En ambos casos se enfatizan los casos del TBN y del TSR. Luego, se estudian los efectos e impactos de ambos fenómenos con una perspectiva amplia y crítica y se pone en evidencia la retórica que implican. Con esta base se estudia la turistificación del espacio rural mexicano, pues su historia y sus dilemas actuales ilustran la forma en la que el TBN y el TSR pasan de ser fenómenos aislados a imperativos de desarrollo, para luego transformar radicalmente la realidad rural. Por último, se presenta la readaptación en la geografía local de Mazunte: un caso seleccionado por tener un largo tiempo de implicación en el TBN y porque, en su momento, fue visto como un caso ejemplar y sustentable. Así se está en condiciones de discutir el avance del TSR sobre el TBN y la forma como ambos fenómenos se articulan espacialmente para urbanizar el campo.

Condiciones rurales y proyecciones urbanas. El avance del turismo basado en la naturaleza y del turismo de segundas residencias en la periferia global

Para entender el avance del TBN y del TSR en el espacio rural global, resulta estratégico concebirlo como parte de las transformaciones recientes del capitalismo, en la que ha sido llamada fase posfordista. Da comienzo a principios de la década de los 1970 e implicó la modificación los sistemas económicos e institucionales, mientras transformó la arena del consumo, la estética, la cultura y los estilos de vida (Harvey, 1990). Apareció en un contexto en el que a partir de los intercambios comerciales y las innovaciones tecnológicas de mediados del siglo pasado, se había profundizado el desempleo rural y muchos de sus habitantes tuvieron que migrar o diversificar su economía para sobrevivir, al tiempo que aumentaba el tiempo libre en los países centrales y en las urbes desarrolladas y progresaban los



medios de transporte (Jenkins *et al.*, 1998). Es decir, un contexto con sociedades rurales que vieron mermada su autonomía y homogeneidad y quedaron más sujetas a la influencia del mundo urbano.

Dos aspectos que pueden destacarse de esta fase son la “estetización de las mercancías” y la “mercantilización de la estética”(Amin, 1994). El primero se refiere al embellecimiento de los productos, artefactos, construcciones, lugares de trabajo e infraestructuras, como un medio para revitalizar la vida cotidiana, legitimar el consumismo y dar aceptación social a los imperativos del capitalismo. En el fenómeno turístico representa un movimiento desde los productos masivos y estandarizados de la fase fordista –asociada con el modelo tradicional de sol y playa– hacia mercancías que diversificaron el mercado turístico con paisajes medioambientales, culturales y sociales únicos. De ahí que sea notable el movimiento progresivo desde los polos turísticos hacia regiones “intocadas”, “prístinas” o con “naturaleza salvaje” y “culturas autóctonas” (Torres, 2002). Esto es algo que adquiere especial relevancia en espacios rurales y en países periféricos, bajo formatos menos estructurados, más independientes, flexibles, a pequeña escala y altamente diferenciados; formatos que más tarde se consolidaron como segmentos de mercado portadores de un fuerte potencial de desarrollo: turismo sostenible, ecoturismo, turismo cultural, turismo rural, agroturismo, etc. (Mowforth y Munt, 2008).

El segundo aspecto, la mercantilización de la estética, se refiere a la venta de imágenes estereotipadas que responden a mitos e imaginarios, y que tienden a transformar la cultura y la actividad cultural en industrias culturales que son vendidas a consumidores individuales. En el fenómeno turístico, se mercantiliza lo intocado, lo auténtico, lo prístino y lo que es indígena (Torres, 2002), que se vende a turistas que rechazan los itinerarios estructurados y que tienen la tendencia a tomar decisiones en el momento y comprar los productos de manera directa en los destinos (Pearce, 2007). Además, son menos exigentes en términos de confort y están más dispuestos a afrontar riesgos, a vivir nuevas experiencias y a permanecer durante periodos más largos en los destinos, mientras poseen determinada sensibilidad cultural a las costumbres locales. Así, el mercado le brinda servicios de manera improvisada primero, más organizada posteriormente y después los servicios son parcial o totalmente asimilados dentro de las industrias turísticas existentes. Estas últimas aprovechan su capacidad para concentrar el mercado turístico, herencia de la fase fordista, y adaptan su imagen. Luego, resuelven la paradoja de proveer experiencias flexibles y diferenciadas controlando los servicios que son estratégicos y subcontratando los que no lo son (Ioannides y Debbage, 1998).

Urry (1995) relaciona esta nueva actitud de los consumidores turísticos con una nostalgia por estilos de vida y paisajes reales o imaginarios y un crecimiento



del ambientalismo. Se trata del sistema de valores vigente en los países centrales y que se asimila especialmente en las urbes globales más interconectadas (Harvey, 1994). El turismo, como construcción social que surge desde ahí, responde a sus anhelos, creencias e imágenes; conviene entonces señalarlos. Al respecto, Hiernaux-Nicolás (2002) identifica cuatro “idearios turísticos” o grupos de conceptos que orientan la acción de los turistas hacia determinado contexto espacio-temporal: a) la búsqueda de la felicidad, que se refiere a la valoración del hedonismo como un valor central de su desarrollo económico reciente y que puede llevarse a cabo de forma preferente en determinados espacios turísticos; b) la evasión del mundo cotidiano o el traslado que realiza el turista para escapar de una cotidianidad opresiva; c) el encuentro con el otro o el deseo de realizar viajes distantes y encuentros con poblaciones y territorios exóticos, o viajes para reencontrar lo cercano que se ha vuelto “otro” por falta de conocimiento o tiempo para descubrirlo; y, por último, d) el regreso a la naturaleza, o la valoración de la naturaleza como fuente de salud y de vida que ha crecido de forma paralela con la declinación general ambiental y que implica un deseo de adecuar las vacaciones a este tipo de experiencias.

Tales idearios se articularon y adquirieron una especial relevancia en países y regiones periféricas (Mowforth y Munt, 2008). Y de manera particular en el segmento del TBN, donde el turista “puede buscar la felicidad en la naturaleza, evadirse, y descubrir otro entorno y otras personas” (Hiernaux-Nicolás, 2002: 27). El TBN representa “todas las formas de turismo que tienen lugar en áreas naturales y para las que la vida natural, en alguna de sus formas, ejerce atracción especial” (Strasdas, 2001: 4). Parte de las atracciones suplementarias puede ser observar ciertos atributos como las culturas indígenas locales (Pearce, 2007). Sucede algo similar con el TSR, donde las viviendas e infraestructuras que el fenómeno supone suelen ser vistas como auténticas representaciones de la vida real (Kaltenborn, 1997), en las que se puede escapar y alcanzar mayor equilibrio (Chaplin, 1999) y dar un paso atrás hacia la naturaleza (Jaakson, 1986, Williams y Kaltenborn, 1999).

Ello no es de extrañar, pues los consumidores de TBN y de TSR provienen del mismo entorno cultural y obedecen a los mismos idearios. Sin embargo, a diferencia del TBN, el TSR no utiliza los servicios ni estructuras turísticas comerciales para pernoctar, sino que genera sus propias viviendas que son compradas o construidas en el sitio elegido (Hiernaux-Nicolas, 2005). De este modo, el TBN sirve de escaparate del TSR y ambos fenómenos contribuyen a que lo rural y lo urbano se posicionen como partes de un todo interrelacionado: el avance de los “nomadas de la opulencia” hacia la “periferia del placer” (Turner y Ash, 1975).



Los números de la turistificación de la periferia

Las transformaciones socioeconómicas recientes y su correspondiente vínculo con la tecnología, sociedad y cultura que se describió en el apartado anterior convirtieron al turismo en una de las actividades económicas más relevantes a nivel internacional y en una de las que han mostrado mayor crecimiento en las últimas décadas. De acuerdo con cifras de la Organización Mundial de Turismo, los apenas 25 millones de turistas internacionales de 1950 se convirtieron en 1,035 millones en el 2012. En términos monetarios significó un aumento en los ingresos por exportaciones turísticas desde 2,100 hasta 1,075 miles de millones de dólares; aproximadamente el 9% del producto interno bruto mundial. Se considera el sector económico que produce mayores utilidades por exportación en el mundo y una importante generadora de divisas y empleos (UNWTO, 2013).

En términos generales podría afirmarse que la actividad turística mundial está congregada en los países centrales, pues ellos captaron el 53.2% del total de turistas y el 64.1% de los ingresos mundiales en 2012 (UNWTO, 2013). Sin embargo, desde principios de la década de 1970 los países periféricos buscaron participar en este mercado y el turismo se fue convirtiendo en un elemento clave en sus políticas nacionales (Britton, 1981). Particularmente, instituciones multilaterales como la Organización Mundial de Turismo, el Banco Mundial, bancos regionales de desarrollo, la Organización Mundial de Comercio o el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, los alentaron a abrir sus fronteras como una forma de obtener fuentes de divisas, inversiones, empleo y crecimiento económico. La actividad turística, presumiblemente, produciría menos daño ambiental que las industrias extractivas y permitiría que los países receptores se alejaran del subdesarrollo (De Kadt, 1979). Así, el turismo que estaba localizado de forma primordial en países centrales se fue convirtiendo en un fenómeno mundial. Visto en perspectiva, se observa un avance notable en la participación de los países periféricos desde los años setenta: desde un 10 hasta un 46.8% de las llegadas de turistas internacionales y desde un 16 hasta un 35.9% de los intercambios comerciales (UNWTO, 2013).

Dentro de este gran mercado turístico, destaca el avance del TBN. Incluye numerosas definiciones que responden a diferentes segmentos de mercado emergente y usualmente están dirigidas hacia comunidades tribales o hacia áreas naturales ubicadas en el espacio rural y descritas como “casi intocadas” (Mowforth y Munt, 2008). El avance del TBN es difícil de evaluar en términos cuantitativos, pero se acepta como el segmento turístico que más rápido crece. Las cifras mencionan crecimientos anuales del número de turistas que buscan estas actividades y espacios,



desde un 10% (Drumm y Moore, 2005) hasta un 20 o 34% (European Commission, 2002). Tal crecimiento se refleja en el notable aumento de llegadas de turistas por año a países orientados a este mercado, por ejemplo, Costa Rica con 6.9% de aumento en promedio entre 2009 y 2012; Sudáfrica con 9.5% o Indonesia con 8.3% (UNWTO, 2013). Por consiguiente, el TBN ha ido ganando interés para los países periféricos que lo han incorporado en sus políticas de desarrollo y también para las empresas turísticas globales que han buscado adaptar su oferta fordista original mientras dominan este nicho de mercado (Weaver y Lawton, 2007).

El crecimiento del TSR a nivel mundial es difícil de evaluar globalmente (Hall y Müller, 2004). Sus dimensiones pueden inferirse si se considera el número de viviendas que son segundas residencias en países como España, Portugal, Grecia o Italia: 32.2, 26.9, 22.7 y 17.7%, respectivamente (Hiernaux, 2005). Y para países periféricos, puede tomarse el caso de México que se discutirá con detalle más adelante. El hecho es que con el avance de la actividad turística de corte posfordista asociada a los imaginarios urbanos, el espacio rural se ofrece a los progresivos 1,035 millones de turistas mundiales de manera específica o como parte de las atracciones accesorias. Estos visitantes son candidatos a convertirse en turistas con una segunda residencia: por un lado están las modernas formas de producción que permiten que los hogares se hallen alejados de sus entornos inmediatos de producción por más tiempo. Por otro lado está la creciente cantidad de jubilados en los países centrales y centros urbanos, con tiempo libre y recursos para alcanzar su sueño de retiro. En el año 2000, 11% de la población mundial era de 60 años o más, en 2050 lo serán una de cada cinco personas, y en 2150 una de cada tres (Frost, 2004). No cabe duda que TBN y el TSR son fenómenos capaces de influir los espacios más aislados del desarrollo económico y que van en aumento. Sin embargo, debe señalarse que no todos los espacios rurales se verán afectados de la misma forma. Más bien, el fenómeno tenderá a concentrarse en aquellos países y regiones cercanos a los países centrales y con un mercado consolidado como los del sur de Europa, México o el caribe (Müller, 2004). y con una creciente participación de aquellos países periféricos que coinciden con los idearios posfordistas (Mowforth y Munt, 2008).

Discursividad, turismo basado en la naturaleza y turismo residencial

Dentro de los fenómenos del TBN y el TSR, la estetización de las mercancías implica que los destinos buscan perfeccionar su imagen para los turistas mientras se adecúan a los idearios urbanos. Como los analistas de la transformación sue-



len provenir del ámbito cultural que genera los idearios y la sustentabilidad es parte del producto que busca venderse, los cambios suelen valorarse como algo positivo. Se trata de análisis que suelen basarse en el aspecto pecuniario como la influencia estimulante sobre la economía local por la mayor demanda de servicios y la creación de oportunidades de empleo; mencionando algunas veces que los fenómenos poseen el potencial para generar economías regionales sostenibles (ver e. g. Bricker *et al.*, 2013, Ceballos-Lascurain, 1998, Müller, 2002).

En efecto, a diferencia de lo que sucede con el turismo tradicional, los gastos de los turistas posfordistas tienden a concentrarse más en el área local y, aunque gastan menos, las repatriaciones de capitales tienden a ser de las más bajas (Bricker *et al.*, 2013, Mottiar, 2006).

Además, es sabido que tiende a aparecer un interés local por cuidar ciertas especies que forman parte del producto turístico, se mejora el equipamiento visual y la infraestructura física, se rehabilitan edificios antiguos con arquitectura vernácula y se da uso a edificios que de otra manera estarían en mal estado o abandonados (Müller, 2004). Sumado a esto, comienzan a generarse actitudes emprendedoras en los pobladores locales, se abren nichos de mercado y surgen alianzas entre algunos dueños de segunda residencia y pobladores locales para generar empresas y redes de negocios. Se crea un contexto en el que las fuentes de trabajo permiten retener a los jóvenes, mientras los turistas de segunda residencia recuperan el capital intelectual que se había perdido por el éxodo rural y la emigración. Estos últimos retornan a sus lugares de origen y actúan como embajadores de las zonas rurales para promover sus productos y virtudes (ver e. g. Flognfeld Jr, 2004, Frost, 2004).

Sin embargo, cuando se valora la transformación de forma integral y de una forma más amplia, aparecen serios cuestionamientos y críticas que conviene considerar. Por ejemplo, la distancia económica y cultural entre migrantes y locales genera conflictos. Se trata de un choque entre las necesidades y expectativas de los visitantes temporales y los turistas asentados localmente y las visiones de desarrollo, hábitos, tradiciones y necesidades de los habitantes originarios (Beeton, 2006).

Tales luchas se articulan en términos de identidades culturales y se reestructuran en discursos y programas de desarrollo y conservación ambiental. El nuevo contexto implica que los turistas que se han asentado son más aptos para acceder a las nuevas actividades y oportunidades económicas relacionadas con el turismo, pues poseen los referentes culturales (Fricke, 2013). Sin embargo, están en una posición desventajosa, como ciudadanos de segunda que pagan impuestos, pero no pueden influir en las asambleas y gobiernos locales, pues los habi-



tantes originales resienten la intrusión e intentan marginarlos de las decisiones importantes (O'Reilly, 2007).

A medida que los idearios urbanos de ruralidad se mezclan con los idearios rurales de modernidad, aparecen nuevas necesidades, presiones y prioridades para la infraestructura local que segregan el espacio: por un lado, paisajes de élite en los que se cumplen los idearios urbanos, que cuentan con servicios e infraestructuras para el mercado turístico y son dominados por las facciones locales más dinámicas y por los turistas que se asentaron localmente. Este grupo de ganadores muestran actitudes positivas y aceptación del fenómeno turístico, son sus abogados incondicionales y participan activamente en las consultas. Por otro lado, están las áreas periféricas con arquitectura que se asemeja a la de las favelas y chabolas urbanas, anacrónicas en su búsqueda de desarrollo y modernidad, donde se asientan aquellas facciones locales que no fueron capaces de adaptarse a tiempo y los migrantes de la región atraídos por las nuevas fuentes de empleo; este grupo de perdedores pueden apelar al derecho de uso ancestral y a valores culturales antiguos para oponerse a los nuevos proyectos, realizar actos “criminales” como la extracción ilegal y la venta de especies, no cooperar con las propuestas de desarrollo y el diseño de la imagen del sitio, o boicotear las nuevas infraestructuras comerciales (Vargas, 2010).

En efecto, los espacios habitados e influidos por TBN o TSR implican que ciertos recursos y espacios adquieren nuevos valores de uso mientras otros adquieren nuevos valores de cambio. Al tiempo que se inyecta dinero y ocurre esta revalorización del espacio y los recursos, aparecen infraestructuras, planes de manejo y restricciones ambientales con miras a la conservación de aquellas mercancías consideradas como valiosas (Mowforth y Munt, 2008). Es cierto que hay considerables beneficios monetarios locales y regionales y la imagen local mejora, pero los beneficios y los costes del proceso no se distribuyen de forma equilibrada, sino a partir de factores socioeconómicos y socioculturales previos y, sobre todo, a partir de relaciones de poder (Vargas, 2010).

Mientras tanto, a otro nivel geográfico surgen otros dilemas debidos a la dependencia del TBN y del TSR de un mercado turístico tradicional: el contexto económico de los destinos implica que queden sujetos a la influencia de actores que controlan la producción y la promoción a diferentes niveles geográficos. Con el transcurrir de los años, los beneficios pecuniarios del mercado turístico e inmobiliario se van concentrando en ellos y los flujos de turistas responden a la demanda y no a criterios de capacidad de carga o de planeación (Ioannides y Debbage, 1997). De ahí que sean abundantes las referencias a las relaciones circulares y acumulativas de los fenómenos turísticos, donde las infraestructuras,



las relaciones sociales y las conductas locales se transforman y adaptan a los imperativos del mercado: el turismo es un fenómeno que está más allá del manejo coordinado (Wheeller, 2006).

Lo grave es que los idearios contemporáneos orientan el mercado turístico hacia geografías particularmente frágiles en términos ambientales y culturales. Dando lugar a mayor dispersión espacial y mayor número de ecosistemas y culturas frágiles bajo presión. En este sentido, cuando los fenómenos ocurren en territorios con manejo tradicional o comunitario –una situación frecuente, considerando que el 11% de los bosques y selvas conservados a nivel mundial ocurren en este tipo de territorios– la degradación primero social y después ambiental es un resultado esperado (Vargas y Brenner, 2013), pues se altera de forma súbita el equilibrio dinámico entre naturaleza y sociedad que conservó esos espacios (Foster, 2004). Dicho equilibrio depende de acuerdos, marcos sociopolíticos e instituciones locales y son una respuesta y adaptación a las actividades económicas, el contexto ambiental y las tecnologías locales (Vargas, 2013). La visión optimista, centrada en la cuestión pecuniaria del proceso, legitima el avance urbano y el consumo de los últimos medioambientes y culturas del mundo.

En efecto, la evidencia empírica no respalda los beneficios que se mencionaron al principio de este apartado. Se han señalado por ejemplo aumentos en los costos del suministro de infraestructura y de servicios (Frost, 2004), en los valores de la propiedad (Shucksmith, 1983), en la carga fiscal para la población local (Fritz, 1982) y, en general, un aumento en los costos de vida más allá de los medios locales; mientras aparecen para los gobiernos gastos superiores en infraestructura y servicios frente a los posibles retornos vía impuestos (Hall y Müller, 2004). Además, a medida que los espacios rurales se implican más en el turismo, aparecen otros efectos adversos como la degradación del paisaje, variaciones estacionales que exacerban los patrones de empleo y la demanda económica, y la existencia de viviendas vacías que están ocupadas solo los fines de semana o incluso con menos frecuencia (Beeton, 2006).

Otros efectos negativos mencionados son la pérdida de identidad cultural y de afiliación a la localidad (Flognfeld Jr, 2004); interrupción de la vida silvestre, desforestación para construir nuevos negocios o residencias, la generación de basura y de residuos y la pérdida de los atributos naturales y la estética original (Mathieson y Wall, 1982); además de la formación de enclaves turísticos que interactúan poco con las comunidades locales, pero que ejercen influencia mediante modelos de consumo, ventas y comportamiento (Torres, 2005). En suma, la lenta transformación del entorno rural en meras extensiones de la vida urbana posmoderna (Beeton, 2006).



La turistificación del espacio rural mexicano

El caso de México ilustra la forma como el TBN y el TSR fueron transformando el espacio rural mientras se convirtieron en imperativos de desarrollo. México, al igual que muchos países del sur que incursionaron en el turismo como una forma de generar desarrollo económico, apostó por una oferta fordista de sol y playa que después buscó adaptar o rejuvenecer con nuevas formas de turismo. Actualmente el 8.4% del PIB y el 6.8% de los puestos de trabajo mexicanos dependen del turismo (Sectur, 2013).

Esto implica que en 2011 transitaron este país 190 millones de turistas, de los cuales 22.7 millones fueron turistas internacionales (Valdés, 2013). Es complicado cuantificar cuántos de ellos incursionaron en el espacio rural, pues el TBN forma parte de los atractivos regionales de los centros urbanos en los que destaca el sol y playa como la oferta más importante. Sin embargo, su importancia puede inferirse al considerar que el 36% de los turistas aprecia el ambiente natural, la belleza del paisaje y la cultura por encima del contacto con el sol y la playa (Sectur, 2011). Se trata de un mercado creciente e importante para un país que depende económicamente del turismo y debe readaptar su apuesta original, pues los consumidores exigen más naturaleza y culturas autóctonas (Redes Consultores, 2000).

En este contexto, entre el 5 y el 7% del total de las viviendas son segundas residencias y 8.46% de los turistas utilizan una segunda residencia para vacacionar (Cestur, 2005). Esto quiere decir que aproximadamente 16 millones de turistas viajaron a segundas residencias en 2011 (Cestur, 2011). Así, en los círculos inmobiliarios se manejan datos de un mercado de entre 120,000 y 180,000 segundas residencias vendidas anualmente (Eugene Towle 2006, en la feria de Mercado Inmobiliario Turístico. Citado en Buades, 2006). Se trata de un mercado creciente que implica migrantes, infraestructura, dinámicas sociales y transformación cultural para el espacio rural mexicano.

Sin embargo, es impreciso explicar tales fenómenos sin contemplar las condiciones materiales previas que facilitaron su avance. En este sentido, deben destacarse los intercambios comerciales y las innovaciones tecnológicas a partir de mediados del siglo pasado pues, por un lado, profundizaron el desempleo rural de México y obligaron a un buen número de sus habitantes a migrar y a otros a diversificar su economía para sobrevivir (Carton de Grammont, 2009) y, por otro lado, aumentaron el tiempo libre de las sociedades urbanas e implicaron un progreso en los medios de transporte. Este contexto ocurre sobre una base rural-campesina postrevolucionaria, resultado de una política estatal abocada a la do-



tación de tierras para uso comunitario como centro de la estructura económica del país que buscaba, entre otras cuestiones, fortalecer su presencia en las zonas rurales (Hansen, 1984). Eso propició que la población rural pasara de ser 68% del total en 1921 a 22.2% en 2010 (INEGI, 2013).

Lo anterior es un contexto en el que las comunidades rurales vieron merma de su autonomía y homogeneidad y quedaron sujetas a la influencia de las urbes y a las soluciones *ad hoc*. Como se ha visto, esta disminución de lo rural en favor de lo urbano se trata de un fenómeno que no fue exclusivo de México, sino que puede asociarse a las transiciones recientes del capitalismo e involucra, con sus particularidades, a un gran número de países.

Ante la cuestión de si había una solución al problema rural, el único tipo de industria considerada seriamente fue el turismo. Este fue visto como algo que traería aumento de empleo, ganancia económica y social, y que es inevitable que debe ser planeado, si no, los destruirá. Primero comenzaron a desarrollarse “polos de desarrollo turístico” o “centros integralmente planeados” en los años 1970 –prácticamente desde cero y con un diseño fordista– en zonas rurales y consideradas como económicamente marginadas (Jiménez, 1992).

El avance fue rápido y México se posicionó entre los primeros diez países receptores de turistas. Sin embargo, a medida que avanzó la fase posfordista se presentaron tendencias de rezago y comenzó a verse superado por sus competidores directos (Brenner y Aguilar, 2002). Si a esto se le añade el avance de la conciencia ambientalista, el nuevo patrón de desarrollo fue lógico: el modelo rural-comunitario había “ayudado” a mantener el campo preservado y cualquier tipo de industria estaba condenada por razones ecológicas; el turismo ecológico y a pequeña escala fue el modelo que parecía conciliar este dilema y rejuvenecer la oferta fordista inicial (Vargas y Brenner, 2013). Por lo tanto, desde mediados de los 1990 las autoridades federales comenzaron a señalar problemas sociales, económicos y ecológicos, la secretaría de turismo comenzó a hacer referencia al desarrollo sostenible y a la participación de las comunidades (Poder Ejecutivo Federal, 1995).

De ahí que diferentes lugares y regiones fueron planeados y transformados para atraer a más turistas “orientados a la naturaleza”; la estetización de las mercancías se materializó como espacios y propiedades rurales disponibles para la aventura, la contemplación, el contacto con especies y culturas exóticas, el arte, los retiros espirituales y la salud. De esta forma, el espacio rural comenzó a verse cada vez más influido por migrantes temporales o permanentes que llegaron atraídos por los idearios urbanos, en busca de estilos de vida alternativos.



La urbanización de Mazunte, Oaxaca

Mazunte es una localidad de la costa de Oaxaca con aproximadamente 873 habitantes (INEGI, 2010). Es parte de una comunidad indígena ubicada en una región con acantilados de granito que se alternan con bahías con playas de arena y lagunas costeras alimentadas por ríos que provienen de la cordillera montañosa adyacente. Las actividades productivas fueron hasta 1967 el cultivo de plátano, maíz, ajonjolí y la pesca. Sin embargo, ese año la empresa Pesquera Industrial de Oaxaca estableció un rastro de tortuga marina y la producción se reorientó. Por consiguiente, entre 1960 y 1990 el poblado pasó de ser uno con 342 habitantes dedicados a la producción agrícola y la pesca, a uno con 589 habitantes dedicados a la pesca y procesamiento de tortuga marina.

Desde 1970 había actividad turística en la región. Primero por Zipolite, el destino turístico mochilero más importante en la costa del Pacífico sur mexicano, ubicado a solo siete kilómetros al este de Mazunte. Zipolite se posicionó en este mercado turístico en marzo de 1970, cuando un eclipse solar coincidió con el *heyday* del movimiento *hippie* se realizó un evento en su playa (Brenner y Fricke, 2007). El otro flujo de turistas es de sol y playa, y responde a las políticas de desarrollo gubernamental que buscaron generar polos de desarrollo turístico para desarrollar las zonas periféricas del país: 30 kilómetros al oeste está Puerto Escondido y 50 kilómetros al este está Huatulco.

Sin embargo, el olor del rastro ahuyentaba a los turistas. Esto cambió en 1990 porque se prohibió la explotación de la tortuga marina y el rastro debió cerrarse. Mientras tanto, una Organización No Gubernamental Ambiental (ONGA) asesoró a un grupo de pobladores para que reorientaran la producción hacia el TBN, con una visión ecológica y gestionada a nivel local. Así, Mazunte se convirtió en uno de los primeros casos mexicanos de TBN con orientación a la conservación y al manejo local.

La coincidencia de la imagen de Mazunte con los idearios urbanos la hicieron acreedora al apoyo económico de empresas, fundaciones e instituciones multilaterales y al respaldo técnico de otras ONGA y universidades. Sumado a esto, aparecieron numerosas publicaciones académicas que lo evaluaron y destacaron como un proyecto ambiental y socialmente responsable ejemplar (e. g. Baumhackl, 2000, Baumhackl, 2003, Bori-Sanz, 2000, Lignarolo, 1993, May, 2005, Padilla y Meléndez, 1995). Sin embargo, los beneficios económicos se concentraron en las facciones más dinámicas a nivel local y quienes eran económica y socialmente marginados del proyecto se opusieron con fuerza a sus promotores. Con el tiempo fueron cada vez mayores los conflictos políticos al inte-



rior de la población, hasta que en 1997 la ONGA fue expulsada de la localidad. Cabe mencionar que aspectos como la concentración de beneficios en las facciones más dinámicas, la socialización de los costos ambientales y sociales, y mayor conflictividad al interior de los destinos turísticos, son procesos corrientes en los proyectos de TBN (ver e. g. Mowforth y Munt, 2008, Vargas y Brenner, 2013).

Desde que la población reorientó su producción hacia el turismo comenzaron a aparecer fenómenos que son comunes en los contextos urbanos como la segregación del espacio, la especulación inmobiliaria y mayor desigualdad y fragmentación social. El resultado de esta transformación se ilustra en el mapa de Mazunte (figura 1). Para realizarlo se identificó el uso de las viviendas y después se hizo un muestreo representativo y se encuestó al 50% de ellas. Tales resultados se triangularon con 46 entrevistas que fueron realizadas durante los meses de diciembre de 2006 y enero de 2007 y septiembre octubre y noviembre de 2007. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas mediante un proceso de asignación de códigos y recuperación de la información, mediado por una clasificación en categorías analíticas (Coffey y Atkinson, 1996). Una descripción más detallada de este caso puede consultarse en Vargas, 2010.

Un resultado inmediato de la encuesta arroja que después de 14 años de que Mazunte adoptó el TBN, su producción es menos rural y más urbana: 42.9% de las viviendas dependen del turismo, 32.7% de actividades urbanas que se derivan de este, 8.6 dependen de apoyos de gobierno y las remesas, y solo 15.7% dependen de la agricultura y la pesca. En el mapa de Mazunte que se presenta en la figura 1 se muestra la segregación espacial que ocurre como tres subzonas, en las que ocurren conflictos sociales y ambientales de diversa índole: como fragmentación social, privatización, especulación inmobiliaria, desigualdad y uso diferenciado del espacio. La subzona 1 va de la carretera hacia la zona cerril de la parte norte. En la parte baja y cercana a la carretera se ubican los hogares de los campesinos y pescadores que reorientaron su producción al turismo en los años 1990. Están también los espacios de uso común como templos, escuelas y la plaza pública, donde aún se llevan a cabo las asambleas. También hay comercios orientados al abasto de las viviendas y algunas viviendas que están deshabitadas, normalmente son de personas locales que emigran de forma temporal durante la temporada baja turística. La arquitectura es de muros de autoconstrucción con ladrillo de cemento o con madera, con techo de lámina o de concreto, y puede decirse que es de baja calidad arquitectónica. La franja cercana a la carretera y al arroyo principal, que va de noreste a suroeste, contiene varias propiedades en venta, pero aún habitadas. Es parte de un patrón geográfico en el que los pobladores locales intentan vender sus primeras propiedades para luego reubi-



carse al norte del poblado en la zona cerril. Esta última, ubicada en la parte norte, es un entorno periférico en el que se asientan algunos migrantes de la región atraídos por las nuevas fuentes de empleo, junto a los pobladores locales que vendieron sus primeras viviendas. La arquitectura recuerda más a las favelas y chabolas urbanas que a los entornos rurales. Sus habitantes no han sido capaces de adaptarse a la nueva forma de producción, a veces apelan a su derecho de uso ancestral y a valores culturales como los “usos y costumbres”, mientras buscan el desarrollo económico a cualquier costo. No suelen respetar los planes de desarrollo ni la imagen del sitio. Son los perdedores del proceso.

La subzona 2 bordea la carretera y extiende hacia la bahía de Mazunte. Hay algunas viviendas y negocios de los primeros pobladores y cada vez más segundas residencias y negocios operados por turistas inversores. Esta es la subzona más densamente poblada y donde se concentra la mayor parte de la actividad turística. La oferta turística es bastante diversa y posee variados y eclécticos estilos. Los negocios y casas de mejor calidad arquitectónica son de turistas inversores y suelen estar ubicados en zonas con mejores vistas, mientras que los negocios de los pobladores locales están ubicados frente a la carretera o al borde de la playa. Es un lugar dominado por las facciones locales más dinámicas y los turistas inversores. No es un espacio rural, sino cada vez más transnacional y donde se satisfacen las necesidades turísticas como el sol y la playa, mientras se enfatiza la conservación y la diversidad cultural. Los elementos medioambientales conviven con lo autóctono y lo americano. La estacionalidad y las diferencias sociales y culturales convierten a este espacio en una zona de conflicto y complicado de regular. Los negocios operados por pobladores locales carecen de estilo y son baratos y se ubican junto a negocios refinados y caros que son operados por turistas que han migrado. Quienes dominan este espacio tienen actitudes positivas y aceptación del fenómeno turístico, son sus abogados incondicionales, y participan activamente en las consultas y en las propuestas de diseño y ordenamiento del proyecto.

Por último, la subzona 3 es la periferia al este y al oeste. Esta subzona no estaba habitada hasta que apareció el TBN. Actualmente hay segundas residencias y turistas que operan pequeños hoteles rústicos. Tiene un estilo arquitectónico “rural” refinado y de buena calidad, con terrenos en venta. Particularmente, todo el frente de la playa Mermejita ha sido vendido a turistas inversores. Aquí, las segundas residencias y cabañas rústicas abarcan considerables extensiones y la baja densidad constructiva y simpleza hace pensar en especulación. Toda esta subzona es un paisaje de élite en el que se cumplen los idearios urbanos. Es dominada por turistas que se asentaron localmente buscando estilos de vida más



tamente diferenciado en el que coexisten los destinos turísticos tradicionales con localidades que satisfacen las necesidades de consumo de los nuevos turistas. En términos geográficos significa la invasión y expropiación gradual del espacio rural, para reproducir los anhelos y fantasías de los urbanitas. Es un proceso corriente en la periferia global. Como ocurrió en Mazunte, la debilidad rural y la hegemonía urbana ponen las condiciones para que –en nombre de la sustentabilidad, la ecología y el progreso– las ruralidades se abran al consumo de las urbes.

Se convierten en un escaparate que reproduce los idearios urbanos mientras pone a la venta sus territorios. Luego, las segundas residencias aparecen como espacios para la recreación y el ocio de los estratos urbanos más afluentes, mientras la segregación y los dilemas sociales y ambientales urbanos se transfieren a la periferia. Una periferia que crece a medida que se dejan de cumplir los idearios urbanos y se buscan sitios más prístinos y vírgenes, considerados como “más auténticos”. Así, el TBN y el TSR destruyen sus propias características, es decir, el campo vivo.

Bibliografía

- Amin, A. (1994) "Post-fordism: Models, fantasies and phantoms of transition" en A. Amin, (comp.) *Post-fordism: A reader*. Oxford y Cambridge, Blackwell.
- Baumhackl, G. (2000) *Sustainable tourism as development in the third world*. Tesis de maestría, Faculty of Basic and Integrative Sciences.
- Baumhackl, G. (2003) "Ecoturismo y desarrollo sustentable en Mazunte, Oaxaca, México" *Ciencia y Mar*. 7, pp. 3-15.
- Beeton, S. (2006) *Community development through tourism*. Australia, Land Links press.
- Bori-Sanz, M. (2000) *From turtle conservation to sustainable development? The experience of Mazunte (Oaxaca, Mexico)*. Tesis de maestría, University of East Anglia.
- Brenner, L. y A. Aguilar (2002) "Luxury tourism and regional economic development in Mexico" *The Professional Geographer*. 54, pp. 500-520.
- Bricker, K., Black, R. y S. Cottrell (2013) *Sustainable tourism & the millennium development goals. Effecting positive change*. Burlington, Jones and Bartlett Learning.
- Britton, S. (1981) *Tourism, dependency and development: A mode of analysis*. Canberra, The Australian National University.
- Buades, J. (2006) *Exportando paraísos: la colonización turística del planeta*. Palma de Mayorca, Spain, La Lucerna.
- Carton De Grammont, H. (2009) "La desagrarización del campo mexicano" *Convergencia*. 50, pp. 13-55.

- Ceballos-Lascurain, H. (1998) *Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible*. México, Secretaría de Turismo.
- Cestur (2005) *El turismo de segundas residencias en México*. México, Centro de Estudios Superiores en Turismo (Cestur).
- Cestur (2011) *Perfil y grado de satisfacción del turista: reporte global*. México, Centro de Estudios Superiores en Turismo (Cestur).
- Coffey, A. y P. Atkinson (1996) "Concepts and coding" en A. Coffey y P. Atkinson (comp.) *Making sense of qualitative data*. Thousand Oaks, Sage.
- Chaplin, D. (1999) "Consuming work/productive leisure: The consumption patterns for second home environments" *Leisure Studies*. 18, pp. 41-55.
- De Kadt, E. (comp.) (1979) *Tourism, passport to development?* Nueva York, Oxford University Press.
- De Souza, E. (2012) "Relación ciudad-campo y turismo rural. Ensayos teórico-metodológicos" *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 21, pp. 1-19.
- Drumm, A. y A. Moore (2005) *An introduction to ecotourism planning*. Arlington, The Nature Conservancy.
- European Commission (2002) *Using natural and cultural heritage to develop sustainable tourism in non-traditional tourist destinations*. Luxembourg, European Commission Tourism Unit.
- Flognfeldt Jr, T. (2004) "Second homes as part of a new rural lifestyle in Norway" en C. Hall y D. K. Müller (comp.), *Tourism, mobility, and second homes: Between elite landscape and common ground*. UK, USA and Canada, Channel View Publications.
- Foster, J. B. (2004) *La ecología de Marx*. Barcelona, El Viejo Topo.
- Fricke, J. (2013) *Entrepreneurial networks in backpacker businesses in Mexico and Malaysia*. Tesis de doctorado, University of Kent.
- Fritz, R. G. (1982) "Tourism, vacation home development and residential tax burden: A case study of the local finances of 240 Vermont towns" *American Journal of Economics and Sociology*. 41, pp. 375-385.
- Frost, W. (2004) "A hidden giant: Second homes and coastal tourism in south-eastern Australia" en C. Hall y D. K. Müller (comp.), *Tourism, mobility, and second homes: Between elite landscape and common ground*. UK, USA and Canada, Channel View Publications.
- Hall, C. M. y A. Williams (2002) *Tourism and migration: New relationships between production and consumption*. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.
- Hall, C. M. y D. K. Müller (2004) "Introduction: Second homes, curse or blessing? Revisited" en C. Hall y D. K. Müller (comp.) *Tourism, mobility, and second homes: Between elite landscape and common ground*. UK, USA and Canada, Channel View Publications.
- Hansen, R. D. (1984) *La política del desarrollo mexicano*. México, Siglo XXI editores.
- Harvey, D. (1990) *The condition of post-modernity: An inquiry into the origins of culture change*. Cambridge, Massachusetts, Blackwell.

- Harvey, D. (1994) "Flexible accumulation through urbanization: Reflections on "post-modernism" in the american city" en A. Amin (comp.) *Post-fordism*. Oxford y Cambridge, Blackwell.
- Hiernaux-Nicolás, D. (2002) "Turismo e imaginarios" en N. Hiernaux, A. Cordero y L. Van Duynen Montijn (comp.), *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. Costa Rica, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso).
- Hiernaux-Nicolás, D. (2005) "La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano" *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. IX, pp. 1-15.
- INEGI (2010) *Censo de población y vivienda 2010*. México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. 2014.
- INEGI (2013) *Archivo histórico de localidades*. México, Sistema Nacional de Información Estadística y Geografía. En: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/geoestadistica/consulta_localidades.aspx> [Accesado el 1 de octubre de 2014]
- Ioannides, D. y K. Debbage (1997) "Post-fordism and flexibility: The travel industry polyglot" *Tourism Management*. 18, pp. 229-241.
- Ioannides, D. y K. Debbage (1998) "Neo-fordism and flexible specialization in the travel industry: Dissecting the polyglot" en D. Ioannides y K. G. Debbage (comp.) *The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis*. London and New York, Routledge.
- Jaakson, R. (1986) "Second-home domestic tourism" *Annals of Tourism Research*. 13, pp. 357-391.
- Jenkins, J., Hall, C. M. y M. Thoughton (1998) "The restructuring of rural economies: Rural tourism and recreation as a government response" en R. W. Butler, C. M. Hall y J. Jenkins (comp.) *Tourism and recreation in rural areas*. Chichester, John Wiley.
- Jiménez, A. (1992) *Turismo estructura y desarrollo. La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico 1945-1990*. México, McGraw-Hill.
- Kaltenborn, B. P. (1997) "Nature of place attachment: A study among recreation homeowners in southern Norway" *Leisure Sciences*. 19, pp. 175-189.
- Lignarolo, L. (1993) "Mazunte: el pueblo que escogió la vida" *Via Alterna*, 1.
- Mathieson, A. y G. Wall (1982) *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York, Longman Group Limited.
- May, V. (2005) "Conservation of coastal sites. Mazunte: An example of conservation in action" en M. L. Schwartz (ed.), *Encyclopedia of coastal science*. Berlin, Springer.
- Mottiar, Z. (2006) "Holiday home owners, a route to sustainable tourism development? An economic analysis of tourist expenditure data" *Journal of Sustainable Tourism*. 14, pp. 582-599.
- Mowforth, M. M. y I. Munt (2008) *Tourism and sustainability. Development, globalisation and new tourism in the third world*. USA and Canada, Routledge.

- Müller, D. K. (2002) "Second home ownership and sustainable development in northern Sweden" en *Tourism and Hospitality Research*. 3, pp. 343-355.
- Müller, D. K. (2004) "Mobility, tourism and second homes" en A. A. Lew, C. M. Hall y A. M. Williams (comp.), *A companion to tourism*. Oxford, Blackwell.
- Müller, D. K.; Hall, C. M. y D. Keen (2004) "Second home tourism impact, planning and management" en C. M. Hall y D. K. Müller (comp.) *Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel View Publications.
- O'Reilly, K. (2007) "Intra-european migration and the mobility-enclosure dialectic" *Sociology*. 41, pp. 277-293.
- Padilla, E. A. y M. H. Meléndez (1995) "Mazunte: From sacrifice to conservation" en Vigu (comp.) *Turtle in motion*. Ministry of Environment, Natural Resources and Fisheries.
- Pearce, D. (2007) "A need-function model of tourism distribution" *Annals of Tourism Research*. 35, pp. 148-168.
- Poder Ejecutivo Federal (1995) *Programa nacional del sector turismo, 1995-2000*. México, Poder Ejecutivo Federal.
- Ramírez, B. (2005) "Miradas y posturas frente a la ciudad y el campo" en H. Ávila (comp.) *Lo urbanorural ¿nuevas expresiones territoriales?* Cuernavaca, CRIM-UNAM.
- Redes Consultores (2000) Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva 2020. México, Secretaría de Turismo (Sectur), Centro de Estudios Superiores en Turismo.
- Ruiz-Rivera, N. y J. Delgado-Campos (2008) "Territorio y nuevas ruralidades: un recorrido teórico sobre las transformaciones de la relación campo-ciudad" *EURE*, xxxiv, pp. 77-95.
- Sectur (2011) "Encuesta del gasto del turismo en hogares" <<http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/EncuestGastTurHog2011.pdf>>[Accesado en marzo, 2007]
- Sectur (2013) *El turismo en México 2012*. México, Secretaría de Turismo.
- Shucksmith, D. M. (1983) "Second homes" *Town Planning Review*. 54, pp. 174-193.
- Strasdas, W. (2001) *Ecotourism in practice: The implementation of the socio-economic and conservation-oriented objectives of an ambitious tourism concept in developing countries*. Ammerland, Studienkreis für Tourismus.
- Torres, R. (2002) "Cancun's tourism development from a fordist spectrum of analysis" *Tourist studies*. 2, pp. 87-116.
- Torres, R. (2005) "Gingolandia: The construction of a new tourist space in Mexico" *Annals of the Association of American Geographers*. 95, pp. 314-335.
- Turner, L. y J. Ash (1975) *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Londres, Constable.
- Unwto (2013) *Tourism highlights*. Madrid, UNWTO Publications.
- Urry, J. (1995) *Consuming places*. Londres y Nueva York, Routledge.
- Urry, J. (2002) *The tourist gaze*. Londres, Sage.



- Valdés, J. A. (2013) "El entorno macroeconómico y su influencia en la competitividad en el sector turismo en México" *Xihmail*. 8, pp. 89-122.
- Vargas, D. (2010) *Espacios comunitarios sujetos a conservación y turismo: retos para la gestión costera participativa*. Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Cataluña.
- Vargas, D. (2013) "The assistive conservation approach for community-based lands: The case of La Ventanilla" *The Geographical Journal*. doi: 10.1111/geoj.12055, pp.
- Vargas, D. y L. Brenner (2013) "Ecoturismo comunitario y conservación ambiental: la experiencia de La Ventanilla, Oaxaca, México" *Estudios Sociales. Revista de investigación científica*. 21, pp. 32-63.
- Weaver, D. B. y L. Lawton (2007) "Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research" *Tourism Management*. 28, pp. 1168-1179.
- Wheeller, B. (2006) "The king is dead. Long live the product: Elvis, authenticity, sustainability and the product life cycle" en R. W. Butler (comp.), *The tourism area life cycle: Applications and modifications*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel view publications.
- Williams, D. R. y B. P. Kaltenborn (1999) "Leisure places and modernity: The use and meaning of recreational cottages in Norway and the USA" en D. Crouch (comp.), *Leisure/ tourism geographies. Practices and geographical knowledge*. London, Routledge.