

Construcción del sentido de pertenencia y la práctica de turismo comunitario, más que un simple cambio de paradigma social.

Experiencia comunidad Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina

Shyla Orlando

### Resumen

El sentido de pertenencia consiste en el sentimiento de haber invertido parte de sí mismo en la comunidad y de pertenecer a ella, conllevando a la existencia de un sistema de símbolos compartidos, la experiencia de seguridad emocional, la inversión personal en la comunidad y en el sentimiento de identificación. Asimismo, el turismo comunitario aporta a la noción de otredad, en donde a través de su práctica tanto el turista como el miembro de la comunidad reconocen sus diferencias, aceptándolas y constituyendo a la construcción de una mayor riqueza social favoreciendo al crecimiento de las personas involucradas. En el presente artículo se analizará las prácticas turísticas comunitarias realizadas en Amaicha del Valle como generadoras de sentido de pertenencia para de esa forma, lograr entender la “cuestión” indigenista analizada desde la perspectiva de la sociología del turismo.

Palabras claves: comunidad, turismo, sentido de pertenencia, identificación

## Introducción

El turismo se ha convertido en un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición, un marco que tiene la capacidad de readaptar la cultura y la naturaleza a sus propias necesidades, consiguiendo asignar valor a la propia falta de propiedad, logrando generar sentido de pertenencia a grupos sociales (MacCannell, 1976). Sentido de pertenencia ligado a la identidad del lugar donde se vive y al que se dice pertenecer, donde se establecen interrelaciones culturales y se tienen las experiencias más significativas, ayudando a construir conciencia de vinculación, favoreciendo las actividades participativas y de cooperación en el medio y en la comunidad, logrando facilitar el proceso de inclusión social.

Las actuales prácticas de turismo comunitario<sup>1</sup> llevadas a cabo en América del Sur son un claro ejemplo de cómo se ha generado el sentimiento de arraigo e identificación en los miembros de comunidades indígenas, mediante el desarrollo de ciertos oficios, la exaltación de símbolos culturales, conocimientos ancestrales, etc.; los miembros de las comunidades logran generar “conciencia de la cultura”, lo cual es primordial para conocer las formas en que los individuos expresan y representan su pertenencia a una comunidad y a cierto grupo social. Es a través de estos “mundos experimentales de significados” que las personas toman conciencia de su cultura, es decir, lo que enseña que su comportamiento (valores, prácticas, representaciones, etc.) es distinto al de otros (Cohen, 1985). América del Sur cuenta con una vasta historia precolonial, la cual mediante la práctica de turismo comunitario ha logrado rescatar y enaltecer rasgos culturales propios que se creían extintos, consiguiendo fortalecer una “conciencia cultural” legítima devenida de labores cotidianas de comunidades indígenas.

De esta forma, las prácticas de turismo comunitario se basan en la demostración vivencial de la vida cotidiana de comunidades indígenas, lo que conlleva a que los miembros de las comunidades tomen conciencia de su cultura y experimenten su distintividad no por medio de ceremonias elaboradas y especializadas, sino a través del desarrollo de sus prácticas cotidianas. Siendo la vida cotidiana un eje primordial para la construcción del sentido de pertenencia de dichas comunidades indígenas, es importante mencionar que la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tienen el significado subjetivo de un mundo coherente (Berger, Luckmann, 1994). Un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones y que está sustentando como real por estos, en este caso realidad que es compartida con el mundo mediante la práctica turística comunitaria.

## Sentido de pertenencia en las prácticas de turismo comunitario

El sentido de pertenencia no solo logra definir una “conciencia cultural” en las comunidades también define el espacio social en donde los miembros de la comunidad logran plasmar sus prácticas cotidianas. Espacio social que contiene el mundo que está a su alcance, el mundo en donde actúan a fin de modificar su realidad o el mundo en donde trabajan (Berger, Luckmann, 1994). El turismo comunitario en este aspecto fortalece ese espacio social generando prácticas sociales que incentivan la defensa de dicho espacio, logrando establecer un concepto de “lugar común” en las comunidades.

---

<sup>1</sup> El turismo comunitario, como describe OIT (2005), es el turismo en el que pequeñas comunidades rurales reciben en su seno a los turistas y permiten tener un acercamiento y conocimiento de sus costumbres, diario vivir y conocimientos. Los habitantes de los diferentes pueblos se benefician directamente con esta clase de turismo, ya que los dividendos les llegan directamente. A su vez, el turista puede tener más contacto y conocimiento de las costumbres, folclor, cultura, hábitos, etc., de los pueblos (Cabanilla, 2018)

Así también creando sentido de lugar, el cual considera lugar como una construcción social o una subjetivización de los lugares y permite analizar la forma como el “espacio” entendido como algo abstracto y genérico, convirtiéndose en “lugar” gracias a la experiencia y a la acción de los individuos que, viviéndolo cotidianamente, lo humanizan y llenan de contenidos y significados (Massey, 1995).

En este aspecto, Augé (1992) define al lugar común como aquel sitio que ocupan los nativos que en él viven, trabajan, marcan sus puntos fuertes, cuidan las fronteras y es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa. Así también el sentido de lugar se construye a partir de la experiencia cotidiana y de los sentimientos subjetivos de cada persona, concibiéndose con tanta intensidad que se convierte en un aspecto central en la construcción de la identidad individual (Rose, 1995). Identidad que, asimismo, Bourdieu (1980) lo relaciona con el sentido de pertenencia, enfatizando que este se refleja en los valores, costumbres y manifestaciones culturales que se construyen y mantienen al sentirse como parte de una familia, de un grupo o de una nación.

Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), respecto al turismo comunitario, establecen que el viaje se convierte en una especie de homenaje a la territorialidad, en donde se da una apertura auténtica de iniciación de diálogos. En este punto es necesario mencionar lo que Erik Cohen (1979) llamó como "fenomenología de la experiencia turística" que abarca cinco modos de experiencia, los cuales van desde el recreacional hasta el existencial. El turismo comunitario se enmarca en el modo de experimento que se caracteriza porque la gente que no se adhiere al centro de su propia sociedad, viaja y se incorpora con la vida auténtica de otros, rechaza comprometerse completamente con ella, toma muestras y compara distintas alternativas pues cree que eventualmente descubrirá la adecuada a sus necesidades y deseos y en el modo existencial el cual caracteriza al viajero que se compromete totalmente con un centro espiritual electivo. Es muy próximo a una conversión religiosa del peregrino moderno en búsqueda de sentido en el centro de alguien más. Evidentemente, sin la construcción de sentido de pertenencia de las comunidades indígenas mediante la práctica de turismo comunitario no se lograría realizar las experiencias turísticas que Cohen menciona.

Con respecto al desarrollo del turismo comunitario es importante mencionar la definición que la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2.002) asigna del turismo comunitario, que es entendido como toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades socioeconómicas que adolecen las comunidades rurales permitiendo a los habitantes de una región convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben. Ofrece al propio tiempo a las comunidades la oportunidad de descubrir lo que se siente pertenecer a una cultura. Hoy en día, el turismo comunitario sigue en constante evolución generando una participación más activa del turista dentro de los hábitos y costumbres de un grupo social o localidad en particular.

El turismo comunitario encierra un enfoque más participativo con respecto a la actividad turística y tiene la capacidad de convertirse en una práctica turística viable. Pero para que este potencial se pueda hacer realidad, debe existir una estrecha relación entre los planes del sector público y del

sector privado, unido a las aspiraciones de las comunidades en materia de desarrollo del turismo en la región.

Los beneficios para las comunidades que participan en el desarrollo del turismo son varios, como la reducción de la pobreza y la revalorización de su historia como pueblos originarios (Okazaki, 2008). A ello se suma que este enfoque descentraliza la industria del turismo mediante la transferencia de la toma de decisiones a las comunidades, contribuyendo así al desarrollo de prácticas turísticas regionales, además de conducir al fortalecimiento de las comunidades locales, al tiempo que actúa como un estímulo para el desarrollo de destrezas con productos locales, como la gastronomía, artesanías, entre otros.

Con respecto a la institucionalización del turismo comunitario en América Latina, La CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños) en la Reunión de Organizaciones Regionales de Turismo realizada en noviembre del año 2014, en cuya Agenda figuró como punto central el Turismo Comunitario como vía para el desarrollo de las comunidades étnicas, indígenas y rurales en los países de la región, propone la creación de una Red Regional de Iniciativas de Turismo Comunitario en América Latina y el Caribe, la cual intercambiará información sobre los diferentes proyectos en la región y su promoción como una opción de viaje.

De esta forma, con el auge de programas de inclusión social en América del Sur, el turismo no ha quedado rezagado de dicho auge, siendo tomado en cuenta por organismos internacionales e instituciones estatales como eje de desarrollo. Del mismo modo, luego de muchos años del apogeo del turismo masivo, el cual ha destruido patrimonio natural (arrecifes de corales en playas vírgenes, sobreexplotación de Parques Nacionales, uso indebido del suelo en Áreas Protegidas para su explotación, etc.) y patrimonio cultural (apropiación de vestigios arqueológicos para su comercialización, constitución de atracciones turísticas basadas en preconceptos sociales, entre otras prácticas invasivas); se está estableciendo un nuevo paradigma en el turismo. Paradigma en el que el turista se ha convertido en un catalizador generalmente involuntario de dichos cambios sociales (MacCannell, 1976), siendo observador participante de nuevos cambios de paradigmas en la sociedad.

Entre los casos de cambio de paradigma en el turismo se debe destacar el creciente rechazo al consumo de lo monopolizado en el turismo y la valoración que se le está dando a la contribución social de prácticas de turismo más auténticas y más responsable socialmente, en donde el turismo se convierte en pieza clave para la mejora de los servicios sociales y en la generación de valores culturales locales (OMT, 2005). El turismo comunitario nace como consecuencia del cambio de paradigma en el turismo, como práctica turística que a pesar de contar con algunas denuncias de efectos negativos concretos en sus recursos y bienes culturales, existen un mayor número de beneficios en los efectos sociales y culturales del turismo en una comunidad anfitriona. Es importante recalcar que dicha fricción se da por la falta de coordinación entre las expectativas de la comunidad anfitriona y las expectativas de las experiencias de los turistas (Cohen, 1979), experiencias originadas por sentimientos de prejuicio y preconceptos por falta de conocimiento que el turista tiene sobre la temática de turismo comunitario frente a lo que realmente es y la falta de preparación de parte de comunidades locales.

Las prácticas de turismo comunitario para que sean sostenibles deben establecer objetivos comunes, posiblemente establecidos por algún tipo de comité con el apoyo de la comunidad. En esta práctica turística en específico se debe medir las actitudes y percepciones de los miembros de la comunidad,

las que se pueden poner de manifiesto a través de diálogos y cuestionarios. La OMT (Organización Mundial del Turismo) es enfática en indicar que se debe tener presente las actitudes de la comunidad frente al turismo (incluidos acuerdo y cohesión sobre el turismo, percepciones y aceptación del turismo), conocer cuáles son las frecuencia de reuniones comunitarias e índices de asistencia (porcentaje percepciones y aceptación de miembros que pueden participar y efectivamente lo hacen), la frecuencia de actualización de los planes turísticos, el nivel de conocimiento de los valores locales (porcentaje de personas que los conocen, porcentaje de personas que los respaldan), el porcentaje de personas orgullosas de su comunidad y su cultura, porcentaje de la comunidad que opina que se están conservando la cultura, integridad y autenticidad locales y el número o porcentaje de residentes que continúan utilizando el traje típico, las costumbres, el idioma, la música, la cocina locales, mantienen la religión y las prácticas culturales locales (por ejemplo, variación en el número de residentes que participan en eventos tradicionales).

En la actualidad, los programas de desarrollo sostenible de turismo toman con mayor relevancia los aspectos sociales y culturales de las poblaciones que habitan en las zonas partícipes en prácticas turísticas (Álvarez Sousa, Gomis Rodríguez, 2009). La actual comunidad científica del turismo concuerda que si una sociedad necesita de todos ellos (nivel económico, equidad social, sostenibilidad ambiental, autenticidad y corresponsabilidad) como pilares para sostenerse, al adoptar una actuación parcial, en lugar de un desarrollo con nuestra actuación podemos estar causando un retroceso social. Una vez más esto demuestra el presente cambio de paradigma que está teniendo la práctica turística, dejando de ser desarrollada y planificada como una práctica extractiva e invasiva. La Organización Mundial del Turismo establece que toda práctica turística debe respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural, arquitectónico y sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural, así como asegurar prácticas turísticas viables a largo plazo que reporten a todos los interesados beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza (OMT, 2005).

Es evidente que el mayor organismo internacional que rige al turismo a nivel mundial como la OMT, basa su percepción y planificación del turismo comunitario bajo conceptos sociológicos de comunidad. En este punto es pertinente mencionar que "Llamamos comunidad (*comunización*) a una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social -en el caso particular, por término medio o en el tipo puro- se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de constituir un todo" (Weber, [1.922] 2.004). Para Weber la comunidad puede apoyarse sobre toda suerte -de fundamentos, afectivos, emotivos y tradicionales. Asimismo, comunidad sólo existe propiamente cuando sobre la base de ese sentimiento la acción está recíprocamente referida -no bastando la acción de todos y cada uno de ellos frente a la misma circunstancia- y en la medida en que esta referencia traduce el sentimiento de formar un todo. Es incuestionable la postura de Weber sobre la importancia que tiene el sentimiento afectivo o tradicional en las personas que integran a una comunidad, en donde se debe generar "*sentimiento de comunidad*".

Concepto similar al de Max Weber sobre la importancia del sentimiento afectivo o "*sentimiento de comunidad*" en una comunidad, es el concepto de "*creencias y sentimientos comunes*" que expresa Emile Durkheim, el cual lo define como el conjunto de las creencias y de los sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, constituye un sistema determinado que tiene su vida propia, se le puede llamar la conciencia colectiva o común (Durkheim, 1.967). Es

necesario observar cuáles son las creencias comunes, los sentimientos comunes que, al encarnarse en una persona o en una familia, le han comunicado un poder semejante. Durkheim no diferenciaba el concepto de sociedad y comunidad, para Durkheim “la sociedad no es sino comunidad en su sentido más amplio”.

Con respecto a la construcción del sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario es pertinente rescatar el desarrollo que realiza Durkheim sobre la solidaridad mecánica, la cual se encuentra basada en la homogeneidad moral y social en donde domina la tradición y hay completa ausencia del individualismo.

La solidaridad mecánica debe contar las siguientes condiciones:

1. La relación entre el volumen de la conciencia común y el de la conciencia individual. Tienen tanta mayor energía cuanto la primera recubre más completamente la segunda.
2. La intensidad media de los estados de conciencia colectiva. Supuesta igual la relación de los volúmenes, ejerce una acción tanto mayor sobre el individuo cuanto más vitalidad tiene. Si, por el contrario, no está formada sino a impulsos débiles, sólo débilmente la conduce en el sentido colectivo. Tendrá, pues, tanta mayor facilidad para seguir su propia inclinación y la solidaridad no será tan fuerte.
3. La determinación mayor o menor de esos mismos estados. En efecto, cuanto más definidas son las prácticas y las creencias, menos lugar dejan a las divergencias individuales. Son los moldes uniformes en los cuales todos uniformemente metemos nuestras ideas y nuestras acciones; el *consensus* es, pues, tan perfecto como es posible; todas las conciencias vibran al unísono. A la inversa, cuanto más generales e indeterminadas son las reglas de la conducta y las del pensamiento, más debe intervenir la reflexión individual para aplicarlas a los casos particulares. Ahora bien, no puede despertarse sin que las disidencias estallen, pues, como varía de un hombre a otro en calidad y en cantidad, todo lo que produce tiene el mismo carácter. Las tendencias centrífugas van, pues, multiplicándose a expensas de la cohesión social y de la armonía de los movimientos.



Figura 1. Miembros de la comunidad en práctica turística comunitaria en Amaicha del Valle. Fuente: Gobierno de Tucumán, 2018.

Para que una comunidad consiga construir sentido de pertenencia mediante la práctica turística comunitario, debe existir homogeneidad moral y social, que la conciencia colectiva predomine a la conciencia individual para que solo de esa forma alcance un sentido colectivo basado en fundamentos



afectivos, emotivos y tradicionales del vínculo comunitario. Es decir la práctica turística debe *“actuar en comunidad”*.

En el proceso de conocer cómo se construye el sentido de pertenencia de una comunidad mediante la práctica turística es importante conocer la forma en que los individuos han percibido y representado los procesos de cambio en las comunidades, encontrar las definiciones de las cosas que tienen carácter simbólico y significado, es decir, lo que está más allá de la mera *“racionalidad”*. Descubrir los valores que motivan a ciertos comportamientos de los individuos, las formas en que los actos mismos representan dichos sucesos, tanto desde el ámbito de lo local como la percepción que se tiene de dichos procesos desde el exterior de la comunidad o del grupo social bajo estudio (Flores, 2.005).

Complementariamente a los conceptos clásicos de comunidad, se puede mencionar contemporáneos como por ejemplo Anthony Cohen, quien define comunidad como el lugar donde los grupos sociales mapean sus identidades y encuentran sus orientaciones sociales en las relaciones que le son simbólicamente cercanas, más que en relación con un sentido abstracto de la sociedad. La gente, de esta manera y mediante marcadores sociales, crea un vocabulario simbólico con el que puede asimilarse mejor al medio y, al mismo tiempo, participar con él creativamente (Cohen, A. 1.985). La comunidad se concibe como una serie de recursos de un grupo humano que al usar símbolos se movilizan con el fin de reafirmarse y de reafirmar sus límites, cuando los procesos y las consecuencias de los cambios amenazan la integridad de un grupo. A diferencia de los primeros conceptos sociológicos sobre comunidad donde se evidencia una marcada importancia al sentimiento, los conceptos contemporáneos, como el mencionado anteriormente, integran términos como *“identidad”* y *“símbolos”*, donde claramente muestra la importancia del vínculo entre la identidad cultural y relación del individuo con su entorno.

Agregándole al tradicional concepto ideas en donde las características culturales de un grupo o país están definidas por la cultura y la identidad social étnica, es decir, normas, valores, creencias y patrones de comportamiento (Páez, González, 2000), refiriéndose a diferentes facetas como la auto - categorización, las actitudes y sentimientos hacia el país al que pertenece o grupo de origen. En lo que respecta a la auto - categorización cultural, Phinney (1996) indicaba que las actitudes positivas hacia el grupo étnico o país de origen siguen siendo altas a través de generaciones, mientras que el conocimiento de la lengua, las costumbres, los valores, normas y las prácticas culturales disminuyen; siendo afectadas la relación personal y autoestima al verse inmersos en otra cultura, pero la identificación con un carácter cultural podría permanecer fuerte, incluso cuando hay poca participación cultural. Las personas necesitan identificarse con un territorio específico a la vez que necesitan sentirse parte de un colectivo y sentirse arraigados en un lugar concreto (Relph, 1976).

### Amaicha del Valle y el cambio paradigmático del turismo en Argentina

La comunidad indígena Amaicha del Valle se encuentra ubicada en el Departamento de Tafí del Valle, en la porción tucumana de los Valles Calchaquíes (Steiman, 2013). Reconocida por el Estado argentino como otras que hacia la década de 1980 -y principalmente con la reforma constitucional de 1994- encuentran un marco legal que, de alguna manera, da un reconocimiento a la existencia de comunidades indígenas en Argentina. Constituye una comunidad rural de aproximadamente 5.000 habitantes, ubicada a 2.000 msnm y a 160 km de la capital provincial, San Miguel de Tucumán. A diferencia de otras comunidades de los valles altoandinos del noroeste argentino (NOA), la

comunidad indígena amaicheña tiene la posesión comunitaria de sus tierras, otorgada por Cédula Real a principios del siglo XVIII. El territorio abarca actualmente unas 50.000 ha. (Aschero et al., 2005).



Figura 2. Mapa de ubicación del centro de información turística de la comunidad Amaicha del Valle. Fuente: Gobierno de Tucumán, 2018.

En Amaicha del Valle se dan una serie de particularidades que se consideran relevantes destacar en tanto constituyen el contexto social en el que los arqueólogos y demás investigadores interactúan: en primer lugar, la existencia de una compleja situación socio-política, materializada en la presencia de sectores con intereses claramente diferenciados en cuanto a la concepción y toma de decisiones sobre múltiples temas tales como: la identidad comunitaria y su vinculación con las poblaciones prehispánicas, el manejo del patrimonio arqueológico y la responsabilidad de su protección, entre otros factores que inciden en la conservación del mismo. La presencia de recursos naturales y culturales concebidos como componentes esenciales de la identidad amaicheña, y que no pueden disociarse en aspectos aislados, sino que configuran un paisaje cultural construido históricamente y cotidianamente por los amaicheños. Otro aspecto destacable es el notable incremento del número de turistas que, además de participar de las fiestas tradicionales, accede a los sitios arqueológicos sin contar con el control o la guía de personas capacitadas para tal fin. (Aschero et al., 2005).

La práctica turística comunitaria llevada a cabo en la comunidad indígena de Amaicha del Valle responde a la premisa de que el turismo comunitario está siendo estudiado como una práctica social que aporta a la actual acción de restaurar el sentido de comunidad. La comunidad de Amaicha del Valle es parte del circuito turístico llamado “ruta del artesano” de la provincia de Tucumán, el cual cuenta con un total de 60 artesanos quienes trabajan bajo el concepto de cooperativa, además cuentan con una bodega de vinos comunitaria llamada “Los Amaicha”, considerada la tercera bodega de vinos comunitaria del mundo. (Gobierno de Tucumán, 2018)



Es importante mencionar que el presente ente autárquico de turismo del Gobierno de Tucumán cuenta con un observatorio de turismo rural comunitario, siendo parte del área de desarrollo de turismo rural comunitario del ente, dicho observatorio actualmente cuentan con relevamiento de información obtenida desde Tafí del Valle incluyendo Amaicha del Valle. (Gobierno de Tucumán, 2018)

El creciente desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Tucumán, integrado por prácticas turísticas comunitarias de Quilmes y Amaicha del Valle, ha forjado que el gobierno de Tucumán realice el Reglamento de Turismo Rural Comunitario (Resolución n° 2988/9 – EATT- Expediente n° 2124/460-D-2018), para de esa forma contrarrestar los crecientes conflictos de intereses que se han suscitado dentro de las comunidades, específicamente en Amaicha del Valle, en donde el conflicto se centra en el control de manejo de la bodega de vinos comunitaria “Los Amaicha”. A pesar de dichos intereses, la comunidad de Amaicha del Valle sigue respetando su concepto de gobierno, el cual es liderado por: La Pachamama, seguida del Consejo de Ancianos y finalmente representada por un Cacique, siendo el actual Cacique Sebastián Pastrana.

La comunidad de Amaicha del Valle ha recibido en los últimos 20 años ayuda de parte de universidades públicas de Argentina como de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) como la recibida por el Instituto de Arqueología y Museo (IAM), quienes desde el año 1995 han llevado a cabo distintas actividades en la comunidad de Amaicha del Valle, las que incluyeron la realización de un Taller de Extensión en el que se discutieron aspectos relacionados con el patrimonio, su conservación y las características de los emprendimientos turísticos deseados por la comunidad. Asimismo, la Universidad de Tucumán para el año 2005 realizó capacitaciones a los comuneros, sobre guianza para la visita al museo local y a los sitios arqueológicos de la zona; y asesoramiento a los jóvenes de la comunidad para la actualización del museo local, la diagramación de los circuitos de visitas guiadas a los sitios arqueológicos y la correspondiente puesta en marcha de estas iniciativas. La capacitación estuvo destinada principalmente a los estudiantes de los dos últimos años del bachillerato de la Escuela Secundaria de Amaicha, ya que la misma cuenta con una orientación en turismo. En el intento por prosperar los amaicheños ven una posibilidad de alternativa laboral y, continúa siendo, a pesar de la crisis, una disposición en los hogares (Aschero et al., 2005).

Según datos del Observatorio de Turismo del Gobierno de Tucumán, en el año 2018 las prácticas de turismo comunitario atrajeron cerca de 20 mil turistas, generando ingresos para los pueblos que gestionan los recursos turísticos de la provincia, entre dichos pueblos se encuentra Amaicha del Valle. Amaicha del Valle ha crecido mucho desde el año 2001, recibiendo anualmente más visitantes, con una fuerte estacionalidad en enero, en ocasión de la Fiesta de la Pachamama, lo que plantea una problemática nueva a su dirigencia indígena: el auge del turismo y la posibilidad implícita que esto traería de convertir a Amaicha en una villa veraniega, al estilo de Tafí del Valle. (Sosa, 2011)

Aun así, el pueblo de Amaicha del Valle ha logrado constituir una asamblea comunitaria, logrando desarrollar una correcta organización comunitaria en las prácticas de turismo que ofrecen, los miembros de la comunidad que participan activamente en las diferentes actividades (alojamiento, alimentación, guianza, elaboración de artesanías) demuestran interés y entusiasmo por los distintos proyectos de turismo comunitario que han surgido en los últimos años. Si la expresión de sentido de pertenencia destaca más los aspectos espirituales (sentimientos, emociones, memorias, etc.) ligando a las personas a sus comunidades e identidades nacionales (Ortiz, 2006), la activa participación de los miembros del pueblo de Amaicha es una clara muestra de la experiencia vivencial que ellos atraviesan

con la práctica del turismo comunitario gestionado desde la misma comunidad y no por una entidad extranjera o ajena al territorio de Amaicha.

En el proceso de revalorización y rescate de tradiciones del pueblo de Amaicha del Valle, se cree pertinente destacar los talleres de canto con caja, los cuales son impartidos por copleras del pueblo dándole valor a la identidad cultural de Amaicha. En dichos talleres fomentados por Sebastián Pastrana, director de turismo de la comunidad, con el principal motivo de generar valor a la experiencia turística en el pueblo no solo crea incentivar un mayor respeto al conocimiento ancestral de los pobladores sino que enraíza la cosmovisión propia del pueblo a las nuevas generaciones de amaicheños, quienes no solamente llegan a conocer las tradiciones propias de su lugar de residencia sino que se convierten en pilares de resistencia social frente a los procesos colonizadores que continuamente se viven en el territorio americano.



Figura 3. Copleras de Amaicha del Valle. Fuente: Gobierno de Tucumán, 2018.

Así también para el año 2015, la comunidad comienza la gestión de la Bodega Comunitaria Los Amaichas, mediante el programa de Economías Regionales de Nación, siendo la primera bodega de vinos del país administrada por una comunidad indígena. El proyecto vitivinícola actualmente reúne aproximadamente 50 familias de la comunidad de Amaicha, quienes realizan asambleas periódicas respetando el cacicazgo y el Consejo de los Ancianos. Una vez más, mediante el concepto de “sentido de comunidad”, el pueblo de Amaicha trabaja tanto desde una perspectiva de producción de vino como para el turismo.

Bajo el paradigma del Buen Vivir, traducción de su nombre en quechua *Sumak Kawsay*, el cual es definido como una forma de vida en armonía con la naturaleza y con otros seres humanos, idea que parte de una concepción de la vida deseable inspirada en la cultura de los pueblos indígenas, quechuas y aymaras especialmente, y que se apoya en los principios de equidad social y sostenibilidad ambiental. (Hidalgo A., Cubillo, A., 2014) el pueblo amaicheño da forma a cada una de sus iniciativas como comunidad. Actividades que inicialmente fueron impulsadas por el deseo de recuperar aquellas tierras perdidas, luego con el aval de varias instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales mediante la práctica del turismo comunitario logran encausarse en proyectos turísticos y actualmente con la bodega vitivinícola “Los Amaichas” no solamente generan ingresos y mejor calidad de vida para la comunidad sino que establecen un nuevo paradigma en el turismo de Argentina cambiando el eje de lo centralizado y monopolizado hacia la comunitario y regional.

## Conclusiones

Lograr construir sentido de pertenencia en un escenario de globalización, de transformación de los vínculos entre el individuo y la sociedad, de mayor pérdida de identidad, mayor fragmentación social, de simplemente “comunidad perdida” se ha convertido en uno de los grandes desafíos sociales en la actualidad. El turismo y especialmente ciertas prácticas turísticas han logrado establecer un nuevo cambio de paradigma social como una muestra de resistencia frente a las crecientes actividades extractivas y mercantilistas del turismo ampliamente aceptadas y legalizadas.

El turismo comunitario desarrollado desde el concepto de cohesión social ha demostrado construir plena pertenencia a la sociedad de los individuos, eliminando sentimientos de individualización, sentimientos de “mentalidad colonizada” y empezando a crear revalorización de la verdadera identidad cultural de países latinoamericanos. En este proceso, específicamente en Amaicha del Valle en la provincia de Tucumán, luego de más de diez años de trabajo continuo en el turismo comunitario ha alcanzado recuperar aquella “comunidad perdida” y ahora es uno de los principales exponentes de proyectos de turismo comunitario en Argentina, logrando construir sentido de pertenencia en los miembros de la comunidad, consiguiendo paulatinamente el llamado sentido de comunidad.

## Bibliografía

- Álvarez Sousa, A., García Ferrando, M., Latiesa Rodríguez, M. (2009) Sociología del Ocio y del Turismo. Tipos, Planificación y Desarrollo. Editorial Universidad de Granada. Granada, España. pp. 25-55.
- Aschero, Carlos A et al. Arqueología e identidad... o identidad de la arqueología en la comunidad indígena de Amaicha del valle (Tucumán, argentina). Textos Antropológicos [online]. 2005, vol.15, n.2, pp. 263-276. ISSN 1025-3181.
- Augé, M. (1992) Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Editorial Gedisa, Barcelona, España.
- Berger, P., Luckmann, T. (1994) La construcción social de la realidad. Duodécima reimpresión. Amorrortu Ediciones, Buenos Aires, Argentina.
- Bourdieu, P. (1980) L'identité et la representatio. Actes de la recherche en Sciences Sociales. Vol. 35, n° 1, pp 63- 72.
- Cabanilla, E. (2018) Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. Siembra. Vol. 5, n.2, pp.121 – 131.
- Cohen, A. (1985). The Symbolic Construction of Community. Ellis Horwood Ltd and Tavistock Publications Ltd. London.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. Cahiers Canadiens de Sociologie (13): pp.179-201.
- Durkheim, E., (1967), De la división del trabajo social. Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina.
- Gobierno de Tucumán (2018) Reglamento turismo comunitario rural. Resolución n° 2988/9 – EATT-Expediente n° 2124/460-D-2018. Tucumán, Argentina.

- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (2002). Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FEPTCE. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Flores, I. (2005). Identidad cultural y el sentido de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica. Repositorio digital de la Universidad Veracruzana. N° 136 pp.41-48.
- Hidalgo, A., Cubillo A. (2014) Seis debates abiertos sobre el sumak kawsay. : Íconos: Revista de Ciencias Sociales, ISSN-e 1390-1249, N°. 48, 2014, págs. 25-40.
- MacCannell, D. (1.976) El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa. 2ª Ed. Editorial Melusina, España.
- Massey, D. (1995) The conceptualization of place. In D. B. Massey, & P. Jess (Eds.) A place in the world? Place, Culture and Globalization. Oxford, New York: Oxford University Press. 45 – 85 pp.
- Okazaki, E. (2008) A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use, Journal of Sustainable Tourism, 16:5, 511-529, DOI: 10.1080/09669580802159594
- OMT (2005) Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica. Organización Mundial de Turismo. Madrid, España. ISBN 92-844-0838-5.
- Ortiz, A. (2006) Lugares e imaginarios en la metrópolis. Anthropos Editorial, México. UAM – Iztapalapa Div. Ciencias Sociales y Humanidad. 67 – 83 pp.
- Páez, D., Gonzalez, J. (2000) Culture and social psychology. Psicothema. 6-15 pp.
- Phinney, J. (1996) Understanding Ethic Diversity: The Role of Ethnic Identity. American Behavioral Scientist. Vol. 40, N° 02, 143 – 152 pp.
- Relph, E. (1976) Place and Placelessness, Edit. Pion, Londres, Reino Unido.
- Rose, G. (1995) "Place and identity: A sense of place" In D. B. Massey, & P. Jess (Eds.) A place in the world? Place, Culture and Globalization. Oxford, New York: Oxford University Press. 87 – 132 pp.
- Sosa, J. (2011) Políticas de desarrollo turístico y comunidades originarias: el caso de Amaicha del valle en la provincia de Tucumán. Publicar. Vol 9. N° 10, pp. 129 – 152.
- Steiman, Ana Laura. (2013). Estado y comunidad: disputas y articulaciones en el espacio local a partir de la fundación de la Villa de Amaicha del Valle, Tucumán. Fines del siglo XIX a mediados del XX. Memoria americana, (21-2), pp. 06-25.
- Weber, M. [1.922] (2004) Economía y Sociedad, Esbozo de Sociología Comprensiva. Fondo de Cultura Económica. México, D.F., México