



Estudios Socioterritoriales

ISSN: 1853-4392

revistaest@fch.unicen.edu.ar

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Argentina

Orlando, Shyla

Sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario.
Estudio de caso Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina

Estudios Socioterritoriales, núm. 32, 132, 2022, julio-diciembre
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Argentina

DOI: <https://doi.org/10.37838/unicen/est.32-132>

- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en portal.amelica.org



Sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario. Estudio de caso Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina

Sense of belonging through the practice of community tourism. Case study Amaicha del Valle, Tucumán province, Argentina

Shyla Orlando

Magister en Economía y Gestión del Turismo. Doctoranda en Sociología. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires. Av. San Martín 4453 (1417) Buenos Aires, Argentina, sorlando@agro.uba.ar

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9029-8645>

Recibido: 11 de marzo 2021 || Aprobado: 18 de octubre 2022

DOI: <https://doi.org/10.37838/unicen/est.32-132>

Resumen

El objetivo principal del presente estudio microsocioal, es el de analizar la verdadera construcción del sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario en la comunidad de Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, República Argentina. Mediante el análisis microsocioal utilizado en Sociología para estudios de sociedades de pequeña escala, en donde cobra importancia el análisis interpretativo a través del interaccionismo simbólico y técnicas etnográficas como la entrevista en profundidad, la observación no participante, la construcción del rapport e informantes claves para, de esa forma, lograr conocer la realidad socioturística de Amaicha del Valle, analizada tanto desde el enfoque emic como del enfoque etic de la etnometodología aplicada.

Palabras clave: Comunidad; Turismo; Sentido de pertenencia; Microsocioal

Abstract

The main objective of this microsocioal study is to analyze the genuine construction of the sense of belonging through community tourism in Amaicha del Valle, Province of Tucumán, Argentine Republic. Through the microsocioal analysis used in Sociology for studies of small-scale societies, interpretative analysis through symbolic interactionism and ethnographic techniques such as in-depth interviews, non-participant observation, rapport building, and critical informants becomes essential. In this way, getting to know the sociotourism reality of Amaicha del Valle, analyzed from both the emic approach and the etic approach of applied ethnomethodology.

Key words: Community; Tourism; Sense of belonging; Microsocioal

Cita sugerida: Orlando, S. (2022). Sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario. Estudio de caso Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (32), 132. <https://doi.org/10.37838/unicen/est.32-132>



Este trabajo está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Introducción

Según Suansri (2003), el turismo comunitario, es un modelo único y participativo de turismo que ofrece el potencial de generar beneficios reales y duraderos para un amplio espectro de partes interesadas, tanto dentro como fuera de la comunidad. El turismo comunitario no es simplemente una empresa de turismo que tiene como objetivo maximizar las ganancias para inversores; más bien, se preocupa por el impacto del turismo que puede tener hacia los recursos comunitarios y ambientales. Suansri (2003) destaca, también que, el turismo comunitario, surge como una estrategia de desarrollo utilizando el turismo como herramienta para fortalecer la capacidad de organizaciones comunitarias rurales que gestionan los recursos turísticos con la participación de la población local. Sin embargo, está lejos de ser perfecto, de hecho, si se aplica descuidadamente, puede generar una gran cantidad de problemas y conflictos colaterales.

Por otra parte, Cabanilla (2018) expresa que, el turismo comunitario, tiene la fortaleza de acercar a los pueblos indígenas a beneficios sociales y culturales que aportan a la difusión de sus costumbres, folclor, cultura y hábitos, paralelamente al acelerado desarrollo que han tenido las prácticas de turismo comunitario en Latinoamérica. Algunos autores, como por ejemplo Inostroza (2008), alerta sobre el riesgo de caer en “escenificaciones riesgosas”, y expresa que, en el turismo comunitario, no se deben hacer montajes, si el visitante se encuentra con pobreza, es porque lamentablemente existe; no se debe hacer creer al turista que Latinoamérica es solo un “edén” prodigioso de naturaleza y manifestaciones culturales; es también tierra de pueblos y nacionalidades indígenas, de agricultores campesinos que atraviesan serios problemas que dificultan su bien vivir.

Dentro del territorio argentino se pueden encontrar una gran diversidad de experiencias en turismo comunitario, enfatizando en temáticas tales como la rural, la agroturística, la indigenista (trabajando con pueblos originarios) y la temática cultural, todas experiencias comunitarias que se encuentran consolidadas por la llamada RATurC (Red Argentina de Turismo Comunitario). Esta red, creada en el año 2006, se enmarca en el Plan Federal de Turismo Estratégico de Turismo Sustentable y promueve la autogestión de las familias originarias y campesinas, en consonancia con las nociones actuales de empoderamiento que esta clase de gestiones turísticas propician (Cáceres et al., 2013). Desde el sector público de Argentina, el Ministerio de Turismo de Nación, busca como objetivo que, las comunidades de pueblos campesinos logren desarrollar (de manera autogestionada) un nuevo producto turístico cultural-vivencial hacia el interior de sus comunidades, generando, en términos de discursos oficiales, nuevas oportunidades de desarrollo (Lacko, 2011).

La mayoría de los proyectos turísticos comunitarios argentinos, presentan un fuerte carácter organizativo y cumplen con los requisitos para la recepción de turistas, ya que sus miembros, en su gran mayoría, están capacitados para la actividad que ofrecen, poseen una adecuada infraestructura y tienen una oferta definida (Moser, 2021). Aun así, algunos investigadores consideran necesario el fortalecimiento a nivel comercial, forjando alianzas con el sector privado y el sector público para una mejor promoción territorial. Esta necesidad se debe a que, en la actualidad, existe una invisibilización de las poblaciones indígenas y, como consecuencia, de su cultura. Por ello, el turismo comunitario, es impulsor para la reivindicación, tanto cultural como territorial, y es un medio para visibilizar la diversidad cultural que existe en Argentina (González e Izcará, 2019).

Entre las experiencias de turismo comunitario, realizadas con el consentimiento de la población e impulsadas bajo reglas locales (“ancestrales”), se encuentra la experiencia gestionada por la comunidad Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, República Argen-

tina. Amaicha del Valle, en el transcurso de los últimos 20 años, se ha convertido en uno de los pueblos originarios con mayor asociatividad entre sus comuneros mediante, no solo de las diferentes prácticas que conlleva el turismo comunitario, como son la guianza, servicios de hospedaje, servicios de gastronomía y artesanía local, sino también mediante iniciativas como la puesta en marcha de una bodega de vinos y proyectos de inclusión social como “La Ruta del Artesano”, en donde, claramente, rescatan su historia precolonial dentro del territorio argentino.

Metodología y objetivos

Siendo el objetivo principal del presente estudio, comprobar si las prácticas de turismo comunitario realizadas en Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, contribuyen a la construcción del sentido de pertenencia; se elige, como metodología de investigación, el análisis microsocio, considerado como el análisis en donde las relaciones, en el plano social, son esenciales para proporcionar refugio, ropas, alimentos, protección y cuidado de la salud, dentro de las necesidades sociales más importantes y, considerando también que, si cada individuo depende de los demás, entonces todos los resultados personales dependen esencialmente del intercambio (Gerber, 1989). De igual manera, para este tipo de análisis, las relaciones sociales, la construcción de significados y los modos de comportarse son temas propios de las teorías planteadas a nivel microsocio (Sautu et al., 2005).

Es importante destacar que el, desafío de la teoría microsocio, se puede ilustrar mejor por dos tipos de desarrollos: el paso de una noción normativa de orden social a el de un orden cognitivo y el rechazo de ambos métodos colectivismo e individualismo, a favor del situacionalismo metodológico (Knorr-Cetina, 1981). En este punto, el estudio llevado a cabo en Amaicha del Valle, mediante las técnicas de investigación implementadas logra, justamente, concentrarse en el situacionalismo del objeto de estudio para, de esa forma, descubrir un patrón determinado de conducta en el colectivo amaicheño involucrado en la práctica social del turismo comunitario. Adicionalmente, se destaca lo que Gerber (1989) mencionaba sobre la importancia del enfoque descriptivo en el análisis microsocio, en donde la “simple descripción” es, en esencia, un acto socio-político de consecuencias potencialmente amplias. Así también, se cree pertinente rescatar la idea de interacción social empleada por Mead (1973) en donde se incluye el “yo”, el “mi” y “el otro” generalizado, conectados bajo el proceso de socialización.

Considerando a la construcción del sentido de pertenencia de un grupo social como un fenómeno microsocio, dentro de las técnicas de investigación implementadas durante el estudio, se consideraron de alta contribución las siguientes: la observación no participante, el análisis de fuentes documentales, las entrevistas en profundidad a informantes claves, la construcción del *rapport* y trabajos con informantes claves para, de esa forma, conocer el enfoque *emic* y el enfoque *etic* de la etnometodología aplicada (Kottak, 2011). Siendo fundamental la necesidad de comprender el sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes (Vasilachis de Gialdino, 2000), construir *rapport* a partir de los datos entregados por informantes claves como: personas que integran la oficina de turismo de la provincia de Tucumán, dueños de operadoras de turismo comunitario, turistas y miembros de organismos estatales con vinculación a las actividades turísticas del sitio se vuelve punto clave para lograr entender la cuestión social de la práctica del turismo comunitario. Con respecto a la herramienta de la observación no participante, las mismas, se realizaron durante la temporada de baja receptividad de turistas (mayo-junio 2019) y durante las vacaciones de invierno (julio

2020) punto que se debe destacar ya que, la temporada de mayor receptividad de turistas para Amaicha de Valle es la temporada de verano (enero-marzo) siendo el mes de enero el más importante. Todas las herramientas previamente mencionadas se enfocan en las percepciones y explicaciones de los nativos (*emic*) dando prioridad a las observaciones y conclusiones propias de la investigadora (*etic*).

La mirada sociológica del sentido de pertenencia y la equidistante relación con el turismo comunitario

Maslow (1954) describió la pertenencia como una necesidad básica humana, así también, Cameron (2004) considera al sentido de pertenencia, o lo que él denomina “vínculos interpersonales”, como una faceta más de la identidad social y, en relación al ámbito organizacional, como una faceta de la identificación organizacional. Hagerty et al. (1996) determinaron que, el sentido de pertenencia, es un elemento importante para la salud mental y el bienestar social, que se asocia al funcionamiento psicológico y social. Estudios realizados desde el ámbito organizacional califican al sentido de pertenencia con indicadores tanto del bienestar subjetivo, en donde se determina la satisfacción vital, afecto positivo, afecto negativo y satisfacción laboral, como del bienestar psicológico, en donde se determina el *engagement*, el cual ha sido definido como un estado mental positivo, de realización en el trabajo, que se caracteriza por altos niveles de energía y resiliencia mental en el desarrollo del mismo y, por el deseo de esforzarse, incluso ante la presencia de dificultades; alta implicación laboral y sentimientos de significación, de entusiasmo (Dávila de León y Jiménez García, 2014).

Para que se genere el sentido de pertenencia, primero, debe existir la necesidad de interacciones frecuentes y afectivamente agradables con algunas otras personas y, en segundo lugar, estas interacciones deben tener lugar en el contexto de una estabilidad temporal y duradera en el marco de preocupación afectiva por el bienestar de los demás. Las interacciones con una secuencia de socios en constante cambio, serán menos satisfactorias que las interacciones repetidas con las mismas personas, y la relación sin contacto frecuente también serían insatisfactorias. La falta de pertenencia debe entenderse como una grave privación y puede causar una variedad de efectos nocivos en las personas. Además, una gran parte del comportamiento humano, la emoción y pensamientos, son causados por este motivo interpersonal fundamental (Baumeister y Leary, 2017).

Para autores como Berger y Luckmann (1994), el sentido de pertenencia, no solo es la definición de la “conciencia cultural” de las comunidades, sino que, define el espacio social en donde los miembros de las comunidades plasman sus prácticas cotidianas. El 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. Con las actividades relacionadas a la práctica social del turismo comunitario, las personas que habitan en las comunidades reflejan su cotidianidad en ese espacio social, el cual, con las crecientes interacciones con visitantes y turistas los locales comienzan a generar sentido de pertenencia con su localidad.

Aproximando las bases conceptuales y los valores en los que se sustenta el turismo comunitario, surge la necesidad de plantear la Teoría de la Identidad Social (Tajfel, 1957), que se origina en la idea de que “por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales”. Tajfel propuso que, parte del autoconcepto de un individuo, estaría conformado

por su identidad social, esto es, “el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia” (Tajfel, 1981). Si para el turismo comunitario, la revalorización de las culturas, las costumbres, las tradiciones y de cierto modo de revalorización de la identidad de las comunidades que participan activamente en estas experiencias turísticas, son consideradas como su principal misión, se debe analizar, si realmente, estas prácticas sociales aportan al fortalecimiento de la identidad social de cada una de las comunidades que participan activamente en este tipo de turismo, debatir si su propia identidad social aporta a la creación de sentido de pertenencia o propicia un efecto opuesto.

Worchel et al. (2000) han postulado un modelo multidimensional de autodefinición identitaria, proponiendo cuatro dimensiones que influyen de forma separada sobre el comportamiento intergrupar: las características personales, la identidad intragrupal, la membresía grupal y la identidad grupal. En este aspecto, toda práctica de turismo comunitario debe, justamente, estudiar las características personales de cada persona que participa en las organizaciones comunitarias, conocer cuál es la verdadera identidad grupal que desea transmitir a los visitantes que se trasladan de distintas partes del mundo para conocer y vivenciar estilos de vida diferentes a los de su lugar de origen. Ellemers et al. (1999) señalan que, pueden distinguirse tres elementos fundamentales de la identificación social: el cognitivo (el conocimiento que posee el individuo respecto a su pertenencia a determinado grupo o autocategorización), el evaluativo (valor positivo o negativo vinculado a la pertenencia grupal o autoestima grupal) y el emocional (sentido de implicación emocional con el grupo o compromiso afectivo).

Aproximando la teoría del sentido de pertenencia a la teoría del sentido de comunidad, Durkheim (1967), indicaba que, para crear sentido de comunidad, se deben plantear “creencias y sentimientos comunes” manifestándolo como el conjunto de creencias y de sentimientos comunes al término medio de los miembros de una misma sociedad, constituyendo un sistema determinado que tiene su vida propia, para, de esa forma, llamarla conciencia colectiva o común (Durkheim, 1967). Para Durkheim “la sociedad no es sino comunidad en su sentido más amplio”, distinguiéndola entre las formas de solidaridad mecánica y orgánica. Siguiendo la línea de Durkheim, Sarason (1974) determina que el sentido psicológico de comunidad es una experiencia subjetiva de pertenencia a una colectividad mayor, formando parte de una red de relaciones de apoyo mutuo en la que se puede confiar.

Así también, para la visión sociológica, el significado de comunidad (comunización) se refiere 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, 2004). Para Weber, la comunidad puede apoyarse sobre toda suerte de fundamentos, afectivos, emotivos y tradicionales. Del mismo modo, comunidad solo 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” (Orlando, 2021, p. 5).

El sentido de pertenencia y el ejercicio del control de la situación, son parte constituyentes del desarrollo y la promoción de la comunidad. Para el estudio del índice del sentido de

comunidad, McMillan y Chavis (1986) señalan cuatro componentes específicos del concepto, que permiten tratar de modo operativo la idea, los cuales facilitan la medición del concepto o el establecimiento de objetivos específicos de cara a la intervención. Los cuatro componentes tienen que estar presentes para que referirse al sentido de comunidad.

1. Pertenencia
2. Influencia
3. Integración y satisfacción de necesidades
4. Conexión emocional compartida

Relacionando la visión del turismo comunitario establecido por La Organización Mundial del Turismo (OMT) al sentido de comunidad, la OMT establece que, desde la mirada del turismo comunitario, el viaje se convierte en una especie de homenaje a la territorialidad, en donde se da una apertura auténtica de iniciación de diálogos (OMT, 2005). 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 lograrían realizar las experiencias turísticas propias a este tipo de turismo (Orlando, 2021).

Amaicha del Valle y su experiencia del turismo comunitario desde la visión de la construcción del sentido de pertenencia

La comunidad indígena Amaicha del Valle se encuentra ubicada en el departamento de Tafí del Valle (figura 1), en la porción tucumana de los Valles Calchaquíes (Steiman, 2013). Amaicha del Valle, según datos estadísticos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas (INDEC, 2010) cuenta con una población de 3.284 habitantes ubicados en una superficie de 1140 km², según los criterios de tipo de gobierno local es considerada como una comuna rural (figura 2). Así también, la comuna de Amaicha del Valle cuenta con un total de 872 viviendas, de las cuales el 81%, cuentan con agua de red pública, el 98% cuentan con heladera, el 14% tienen necesidades básicas insatisfechas, el 10% poseen la tenencia irregular de terreno o vivienda y, el 5% de hogares tienen hacimiento crítico.

Con respecto a los datos económicos es importante destacar que, Amaicha del Valle, se encuentra localizada en la región argentina que muestra la distribución más alta de hogares pobres de todo el país (Bamert, 2019). Su principal fuente de ingresos consiste en la agricultura familiar a pequeña escala (sistema productivo minifundista) y la agricultura de subsistencia, que por necesidad, se combina principalmente con el empleo dentro o fuera de la granja (Guardia y Tornarolli 2010).

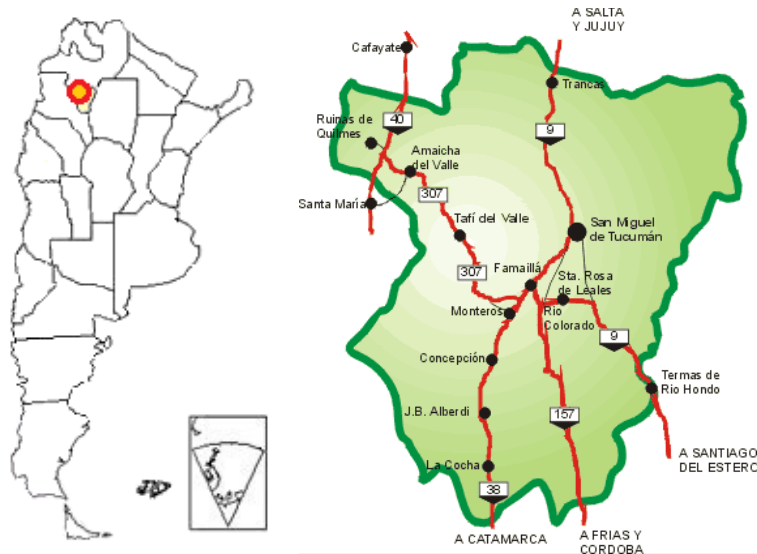


Figura 1. Mapa de ubicación de Amaicha del Valle, Tucumán
Fuente: Gobierno de Tucumán, 2018

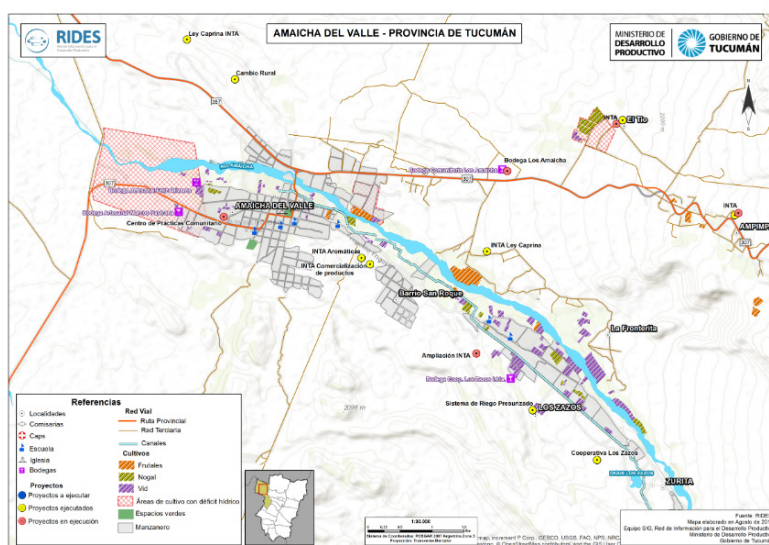


Figura 2. Mapa de Amaicha del Valle, Tucumán
Fuente: RIDES, 2019

Primeramente, para entender el contexto turístico que ofrece Amaicha del Valle, se debe destacar que, una de las peculiaridades del sitio, tiene que ver con su vasta historia ancestral, la cual es conocida como una de las últimas muestras de indigenismo dentro del territorio argentino. Autores como Lenton (2009) destacan que, además de ser conocidos históricamente (y así promocionados turísticamente) por ser el foco más tenaz de resistencia a la conquista española del siglo XVII, se encuentra la comunidad indígena de Amaicha del Valle, quienes, en los últimos años, han marcado con su accionar el camino por seguir a las demás comunidades indígenas en la búsqueda de soluciones efectivas para sus propias necesidades como indígenas.

En ese simbolismo del “exotismo”, de lo “pintoresco”, de lo “telúrico”, entre algunos de los adjetivos *folk* que se utilizan para describir los valles desde el discurso de promoción turística, los mismos son, fundamentalmente, el escenario en donde residen numerosas

comunidades indígenas (Sosa, 2011). Si toda cultura depende de la facultad de conformar y usar símbolos (García Peña, 2015) el simbolismo que se ha venido “trabajando” desde el turismo comunitario en la comunidad de Amaicha del Valle es, justamente, el de mostrar con orgullo su resistencia a la conquista española y llegar a los turistas, tanto nacionales como extranjeros, mediante el uso de símbolos propios de la cultura andina indígena de la zona, resaltando lo “exótico” de sus costumbres.

En Amaicha del Valle se dan una serie de particularidades que se consideran relevantes, en tanto, constituyen el contexto social en el que los arqueólogos y demás investigadores interactúan: en primer lugar, la existencia de una compleja situación sociopolítica, 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 dissociarse 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).

Dentro de las muestras culturales que exponen con orgullo los amaicheños, se destacan las copleras, con sus cánticos de la provincia de Tucumán en donde mezclan canto, poesía y coplas propias de la región mostrando una marcada identidad cultural. Además de las muestras arqueológicas encontradas en el sitio y que se exhiben desde la formación de museos comunitarios gestionados por los propios amaicheños, cabe destacar la cosmovisión del sentido de comunidad que sigue rigiendo en Amaicha del Valle, en estudios realizados por Isla (2002) se confirma que existe una ideología comunera que se constituye en una estrategia identitaria que reúne a todos estos distintos elementos. Actualmente, 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 2.988/9 – EATT- Expediente 2.124/460-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 (Orlando, 2021).

En el proceso de revalorización y rescate de tradiciones del pueblo de Amaicha del Valle, es 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 incentiva un mayor respeto al conocimiento ancestral de los pobladores, sino que, enraiza 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 (Orlando, 2021).

Haciendo referencia a la cosmovisión del Buen Vivir (*Sumak Kawsay*, en lengua quichua y *Suma Qamaña*, en lengua aymara) adoptada por muchas comunidades indígenas en Argentina, ampara varias dimensiones: cultural-ancestral, ecologista, económica y democrática, definidas como una forma de vida en armonía con la naturaleza y con otros seres humanos (Moser, 2021), 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 y Cubillo, 2014) del pueblo amaicheño que 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 (Orlando, 2021).

Resultados

Análisis de datos

Se analizarán los datos obtenidos de un avance preliminar de las salidas de campo efectuadas entre los meses de mayo y junio del año 2019. Durante el curso de la pandemia del COVID-19 a lo largo del año 2020, por fuerza mayor, se recurrió a la virtualidad y se realizaron entrevistas en profundidad vía *Google Meet* y *Zoom*. Esta metodología permitió avanzar con el estudio y de esa forma continuar con el proceso investigativo, el cual aportó una visión mucho más personal y más cuestionadora de parte de los entrevistados, los cuales demostraron, con sus respectivas respuestas, una visión de hartazgo, de llamada de atención, de un altísimo deseo de visibilización y de querer integrar a la sociedad Argentina, no desde un contexto de “objeto de atracción turística” sino como un grupo social que desea ser aprobado y aceptado dentro de un sistema social.

Se citarán, de manera textual, las respuestas de los informantes claves que participaron en la presente investigación, siendo los principales: Emanuel Lera, amaicheño coordinador del proyecto comunitario “Con Corazón Nativo” (Instagram @con_corazon_nativo), Claudio Bajicoff, director de Escuela de Educación Secundaria (EES) n° 11 “Madres y Abuelas de Plaza de Mayo”, Sandra Darmon, docente de Escuela de Educación Secundaria n° 11 “Madres y Abuelas de Plaza de Mayo” de Buenos Aires, voceros del proyecto de vinculación educativa “Viaje solidario estudiantil Amaicha del Valle”, Verónica Bugnard docente investigadora de la Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, docente con vasta experiencia en investigaciones en turismo en la zona norte de Argentina y Graciela Geraldine Mamani, turista peruana (figura 3).

Siendo que, la interacción y actuación son formas de construcción de escenarios, realidades, de formas de existir y pensar, con las que se logra la construcción social del conocimiento, así como la construcción compartida de imaginarios dirigidos hacia los imaginables, en una proyección futura de comunidad y sociedad (Goffman, 1981), se procede justamente a construir conocimiento mediante las interacciones (entrevistas en profundidad que se realizaron a los informantes claves inmersos en actividades del turismo comunitario en Amaicha del Valle)



Figura 3. Fotos del trabajo del proyecto comunitario “Con Corazón Nativo”
Fuente: fotografía de Emanuel Lera

Emanuel Lera, indica iniciarse en la práctica del turismo comunitario gracias a la herencia familiar y lo comienza a practicar como una actividad meramente familiar, formando parte del grupo de apoyo de sus abuelos cuando debían recibir visitas dentro de su comunidad, indica:

Mi historia personal con el turismo inicia en esos años de niño cuando mis abuelos recibían a visitantes en su casa, amistades que sensibles a los encantos del vino artesanal y el misticismo del terruño zazeño nos visitaban verano a verano. Recuerdo guiarlos hacia los viñedos y recorrer los cercos conmemorando un intercambio de saberes e incluir a los visitantes a las prácticas culturales en las parcelas de cultivo (mayormente vid y maíz). (Emanuel Lera, comunicación personal, junio 2020)

*A lo largo de los años hemos ido experimentando muchas facetas de los visitantes que este último tiempo se han acercado hacia la sustentabilidad. De igual forma es menos del que nos gustaría. **Afinar la percepción de la realidad con el acceso hacia una mirada de esta filosofía ancestral que definen nuestros días es prioridad en el intercambio genuino con nuestros visitantes** (Emanuel Lera, comunicación personal, junio 2020, negritas propias).*

Emanuel, más allá de ver la práctica del turismo comunitario como una actividad nacida desde su seno familiar, lo considera como una práctica que afianza más el respeto hacia la filosofía de vida de sus ancestros, definiéndolo como “intercambio genuino” (figura 4).



con_corazon_nativo Rumbo a Buenos Aires a participar de la @bio.feria.

Nuestra ilusión de transmitir el trabajo de conservación del patrimonio cultural de nuestra comunidad tangible y no tangible bajo la modalidad de #TurismoRural no habría sido posible sin la determinación de nuestros amigos, hermanos de un mismo sentir, amor por nuestra madre pachamama.. ternura, amor y agradecimiento para @mater_sustentravel por la invitación y trabajo permanente para que seamos parte de este gran evento. @virginialandetcherry gracias por tanto ❤️

Figura 4. Fotos del trabajo del proyecto comunitario “Con Corazón Nativo”

Fuente: fotografía de Emanuel Lera

¿Sientes que los argentinos conocen y respetan la herencia cultural de Amaicha del Valle?

Creo que en una búsqueda permanente por reencontrarse, **los argentinos han tenido acceso a un cambio interior** por medio de la filosofía ancestral de nuestros pueblos andinos, entre ellos incluido Amaicha. (Emanuel Lera, comunicación personal, junio 2020, negritas propias)

Por su parte Claudio Bajicoff y Sandra Darmon, de la EES “Madres y Abuelas de Plaza de Mayo”, con respecto a este cuestionamiento, indican los siguiente:

No los valoran no los integran. La gente no sabe en su gran mayoría que ellos son descendientes de diaguitas. Si no van a Amaicha estoy seguro que desconocen de su gente y su cultura. Pero tampoco en Tucumán capital son tan reconocidos como parte de ellos. Por ejemplo: las maestras del CDI tardaron años en ser reconocidas por el misterio de educación de Tucumán. Al día de hoy siguen luchando por dos puestos más. La comunidad les da una ayuda mínima. Que no se olviden que en nuestra Argentina hay muchos lugares al igual que Amaicha que están olvidados no solo por los políticos, sino por la sociedad. Ellos son parte de nuestra historia y es necesario que se divulgue más de su existencia y que son iguales que nosotros, con las mismas necesidades. Me ayuda a reflexionar sobre nuestra acción hacia los otros en cuanto a intromisión, intentos de transformación y respeto.” (Claudio Bajicoff y Sandra Darmon, comunicación personal, diciembre 2020), (figura 5)



Figura 5. Fotos del trabajo del proyecto de vinculación estudiantil “Viaje solidario estudiantil Amaicha del Valle”

Fuente: fotografía de Sandra Darmon

Bertoncello (2002) indica que, el conjunto de significados y símbolos de la cultura local, le dan sentido a un lugar e incide en la realización de las prácticas sociales del habitante y que, ese conjunto de valores, además de proyectarse en el territorio es transferido al otro -el forastero o visitante- pero al mismo tiempo, el habitante se apropia, imprime marcas en su comunidad o grupo social identificándose con su lugar, con su yo y el nosotros. Tiene sentido y significaciones porque se construye como individuo-habitante, y como trabajador. Desde su lugar es visitante y turista y en esta dimensión de análisis se construye el lugar de origen, el de la sociedad local en la que se generan condiciones de destino con diversas imágenes, representaciones de los objetos cuya práctica en el destino se satisface la necesidad de ver, sentir, conocer. Es evidente que la vivencia de Emanuel, Sandra y Claudio, desde sus posiciones, justamente, reivindican sus creencias, valores, emociones y comportamiento mediante la interacción habitante-visitante que durante sus diferentes experiencias han podido construir en sus respectivos viajes y sus respectivas interacciones (Cuadro 1).

<i>Actor</i>	<i>Espacio</i>	<i>Actividades</i>
<i>Turista</i>	No cotidiano	Consumo Satisfacción a las motivaciones Descanso Diversión
<i>Comunidad</i>	Cotidiano	Anfitrión Proveedor Actividad de recreación residual.

Cuadro 1. Relación Habitante – Visitante

Fuente: Campodónico y Chalar, 2013

Por otro lado, Graciela Mamani (turista practicante peruana) expresa que:

Muchos de los turistas respetan y cuidan los valores culturales de aquí por ejemplo la Pachamama (madre tierra), la veneran a través de las apachetas que es una especie de agradecimiento donde las personas colocan piedras plantas típicas del lugar, formando como una especie de altar además de hacerse presentes el día de la Pachamama el primero de agosto. (Graciela Mamani, comunicación personal, marzo 2021)

Esta mirada es crucial para tomar conocimiento de quiénes se relacionan con la apropiación y consolidación del territorio, qué formas de construcción se observan desde la satisfacción de las necesidades cambiantes y dinámicas. Sobre todo, apuntar a la caracterización de los que tienen el derecho social de compartir las prácticas sociales y desplazar-se por el territorio que se valoriza con las nuevas actividades turístico-recreativas en nuevos escenarios (Cammarata, 2006), y es en esta resignificación que nuevas interrogantes aparecen mediante esta mirada relacional visitante-habitante. Graciela expresa

*el pueblo de Amaicha del Valle está últimamente muy olvidado por parte de las autoridades, estas solo se hacen presentes en tiempo de elecciones cada cuatro años, acá hace falta muchos recursos por ejemplo el arreglo y pavimento de calles eso dificulta mucho para que muchos turistas puedan conocer muchos lugares de aquí, **la falta de iluminación en las calles la falta muchas veces de agua.** (Graciela Mamani, comunicación personal, marzo 2021, negritas propias).*

Si bien la práctica del turismo comunitario demuestra un alto aporte psicoemocional tanto por parte del visitante como del habitante, replanteando preconceptos mentales y generando una mayor apertura mental mediante sus diferentes actividades, no deja de ser una actividad limitada con respecto al desarrollo socioeconómico que los habitantes participantes puedan generar. Examinar las prácticas del diálogo de los encuentros que se hacen en el viaje como proximidad física, obligatoria y sustantiva, interesa para identificar los roles que se imbrican como redes sociales del viaje.

En las diferentes clases de viaje se pone de relieve la distribución del capital social, la proximidad, el estar y tener experiencias a partir de las distintas prácticas sociales, en tanto existen la co-presencia de muchas formas en la vida social de los territorios (Urry, 1990). Aquella distribución del capital social es prácticamente nula dentro de las actividades de turismo comunitario en Amaicha del Valle,

*Lo ideal sería **poder acceder a un buen trabajo** lamentablemente acá es muy difícil acceder a ello por eso muchos jóvenes deciden **migrar al sur de nuestro país.** Yo elegiría migrar a la provincia de Salta, primeramente porque ahí vive mi hermana y además porque es una provincia muy hermosa como su nombre lo indica. (Graciela Mamani, comunicación personal, marzo 2021, negritas propias).*

Queda claro que, el turismo comunitario practicado en Amaicha del Valle, es un caso valioso y replicado a lo largo del territorio argentino como una práctica turística generada desde las bases de su propia comunidad respetando sus saberes ancestrales y generando un puente de interacción entre el visitante y el habitante, en donde, cada uno, desde su posición replantean ideas, valores, creencias y perspectivas, en donde claramente el argentino replantea su propia identidad cultural, sus raíces, su mestizaje y por consiguiente su sentido de pertenencia, su sentido de identidad. Aun así, la práctica del turismo comunitario en Argentina, específicamente en Amaicha del Valle no deja de mitigar con problemas de pobreza, exclusión de programas de ayudas sociales, programas de desarrollo y de bienestar social, ocasionando un gran flujo migratorio de sus habitantes hacia las grandes ciudades o hacia las provincias del sur del país.

Conclusiones

Amaicha del Valle, con su experiencia de turismo comunitario, impulsada bajo autogestión comunitaria en donde recrean su propia realidad social mostrando la cotidianidad de

la vida de los amaicheños, bajo los conceptos de vida que ellos han creado, en donde fusionan la cosmovisión indigenista, la colonización propia de la región y la necesidad social de ser integrados como un colectivo social con su propia ideología de vida, han logrado constituir una experiencia turística bajo conceptos comunitarios indigenistas. Desde la perspectiva del análisis microsocioal se realizó un estudio de la vida social de los amaicheños que participan activamente en las prácticas de turismo comunitario, centrando el estudio en las particularidades de su cultura y cómo desde su experiencia de turismo comunitario, crean sentido de pertenencia como comunidad.

A pesar de contar con una vasta historia de resistencia indígena dentro del territorio argentino, “Los Amaichas” no dejan de ser parte de un mundo cada vez más mercantilizado y a través de la práctica de turismo comunitario, no solo tratan de rescatar su identidad cultural, sus saberes ancestrales, sino que reflejan ese peligroso límite entre lo comunitario y lo mercantilizado. El turismo comunitario si bien trata de respetar la asociatividad de una actividad económica solidaria y popular, en muchos casos no ha dejado de ser tomado como otra forma más de mercantilismo del turismo, inclusive siendo llamado como el producto “new age” del turismo. Esto genera claramente la duda en qué tan optimista se puede ser frente a la consolidación del turismo comunitario bajo perspectivas de inclusión social dentro del territorio argentino. Que sea una moda más o que sea una práctica social con un claro efecto generador de prosperidad a una comunidad en específico será cuestión de tiempo.

Si bien en los últimos años, mediante iniciativas acertadas del gobierno de la provincia de Tucumán, tanto la provincia como sus sitios aledaños recibieron una importante oleada de turistas nacionales e internacionales generando divisas que llegaron a sobrepasar el estimado, creando sentido de arraigo en sus comunidades autóctonas; permitiendo que demostraciones culturales propias de la cultura aymara que habitaron en el norte argentino hayan logrado ser revalorizadas. Mediante iniciativas provenientes de la academia y de instituciones de investigación la cultura amaicheña se ha convertido en referente en el norte argentino.

Pero queda la duda si ese auge de turistas y ese creciente sentimiento de orgullo identitario que han conseguido los amaicheños haya logrado disminuir la pobreza y aumentar el acceso a recursos educativos, sanitarios y de primera necesidad. No deja de llamar la atención que la sociedad amaicheña continúe necesitando urgentemente planes de desarrollo social y que las divisas que el turismo genera no logran ser lo significativamente altas para satisfacer tales necesidades. Para la comunidad de Amaicha del Valle, su experiencia con el turismo comunitario ha sido satisfactoria desde el punto de vista integrador y conservacionista, ya que han logrado rescatar y exaltar sus costumbres y tradiciones ancestrales, las cuales estaban en vía de ser olvidadas, logrando visibilizarse en una Argentina predominantemente “blanca”. Aun así, los amaicheños siguen en la lucha de poder acceder a planes de desarrollo social y es ahí donde el turismo debe justamente trabajar para dejar de ser una práctica social superflua y se convierta en una práctica social generadora de cambios sustanciales hacia la comunidad, solo el tiempo dirá que postura tomará el turismo.

Referencias

- Aschero, C.; Ataliva, V. H.; Cohen, M. L.; Lopez Campeny, S. M. L. y Somonte, C. (2005). Arqueología e identidad... o identidad de la arqueología en la comunidad indígena de Amaicha del valle (Tucumán, argentina). *Textos Antropológicos*, 15(2), 263-276.
- Bamert, B. (2019). Evaluación del proyecto de la bodega comunitaria en Amaicha del Valle. *Breves contribuciones del I.E.G.*, 30, 73-89.

- Baumeister, R. F. & Leary, M. R. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal development*, 57-89
- Berger, P. y Luckmann, T. (1994). *La construcción social de la realidad* (duodécima reimpresión). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Ediciones.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Revista Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*. 5(2), 121-131.
- Cáceres, C.; Troncoso, C. y Vanevic, P. (2013). Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta. *XII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo*. Usuahia.
- Cameron, J. E. (2004). A three-factor model of social identity. *Self and Identity*, 3, 239-262. <https://doi.org/10.1080/13576500444000047>.
- Cammarata, E. (2006). *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Campodónico, R. y Chalar Bertolotti, L. (2013). El turismo como construcción social: Un enfoque epistemometodológico. *Turismo y Sociedad*, 14, 47-63. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261184004>
- Dávila de León, C. y Jiménez García, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista de Psicología (PUCP)*, 32(2), 271-302. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472014000200004&lng=es&tlng=es.
- Durkheim, E. (1967). *De la división del trabajo social*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Schapire.
- Ellemers, N.; Kortekaas, P. & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorization, commitment to the group and self-esteem as related but distinct aspects of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 29, 371-389.
- García-Peña, L. L. (2015). Teoría microsocia de los símbolos literarios: el análisis del cambio sociocultural como desafío del siglo XXI. *Mitologías hoy*, 11, 166-184.
- Gerber, K. (1989). Invitaciones al Engaño. Un análisis microsocia. *Boletín de Psicología*, 22, 7-39.
- Goffman, E. (1981). Interaction Order. *American Sociological Review*, 48.
- González, R. e Izcarra, C. (2019, 24 de agosto). Turismo Rural Comunitario en el Noroeste argentino. *Alba Sud*. <http://www.albasud.org/noticia/es/1133/turismorural-comunitario-en-el-noroeste-argentino>
- Guardia, L. y Tornarolli, L. (2010). *Boom agrícola y persistencia de la pobreza rural en Argentina*. Tesis en Maestría. Universidad Nacional de la Plata. https://www.cedlas.econo.unlp.edu.ar/wp/wp-content/uploads/doc_cedlas98.pdf
- Kottak, C. (2011). *Antropología Cultural* (14° edición). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Knorr-Cetina, K. D. (1981). The micro-sociological challenge of macro-sociology: towards a reconstruction of social theory and methodology. En K. Knorr-Cetina & A. V. Cicourel (eds.), *Advances in social theory and methodology: toward an integration of micro- and macro-sociologies* (pp. 1-47). Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Hagerty, B. M.; Williams, R. A.; Conye, J. C. & Early, M. R. (1996). Sense of belonging and

- indicators of social and psychological functioning. *Archives of Psychiatric Nursing*, 10(4), 235-244. [https://doi.org/10.1016/S0883-9417\(96\)80029-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9417(96)80029-X)
- Hidalgo, A. y Cubillo A. (2014). Seis debates abiertos sobre el sumak kawsay: *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 48, 25-40.
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina. *Gestión turística*, 14.
- INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas*. INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina
- Isla, A. (2002). *Los usos políticos de la identidad. Indigenismo y Estado*. Editorial de las Ciencias.
- Lacko, E. (2011). Políticas nacionales de turismo e identidad en el nuevo estado pluricultural. El proyecto RAturC. *X Congreso Argentino de Antropología Social: "La antropología interpelada: nuevas configuraciones político-culturales en América latina"*. Buenos Aires, 29 de noviembre al 02 de diciembre de 2011. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Lenton, D. (2009). *Foro Políticas Indigenistas comparadas en el MERCOSUR*. RAM 2009. Buenos Aires.
- McMillan, B. & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-23
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.
- Maya Jariego, I. (2004). Sentido de comunidad y potenciación comunitaria. *Apuntes de Psicología*, 22(2), 187-211.
- Mead G. H. (1973). *Espíritu, persona y sociedad, desde el punto de vista del conductismo social*. México: Paidós
- Moser, M. L. (2021). *El turismo comunitario como herramienta para alcanzar la soberanía alimentaria en comunidades indígenas: la experiencia de la comunidad indígena de Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina*. Trabajo final de práctica profesional. Universidad Nacional de San Martín. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1426>
- OMT Organización Mundial del Turismo (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica*. Organización Mundial de Turismo. Madrid, España.
- Orlando, S. (2021). 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. *Apuntes Agroeconómicos*. 21.
- Resolución 2. 988/9-(EATT), Expediente 2.124/460-D-2018. Reglamento del Turismo Rural Comunitario (TRC) de la Provincia de Tucumán. 12 de septiembre de 2018.
- RIDES (2019). *Dirección General de Catastro, Proyecto de Infraestructura Tecnológica para el Manejo Sustentable de Tierras Áridas del Sector Vitivinícola de la Prov. de Tucumán*. <https://rides.producciontucuman.gov.ar/mapa-de-la-localidad-de-amaicha-del-valle/>
- Sarason, S. B. (1974). *The psychological sense of community: prospects for a community psychology*. Jossey Bass.
- Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P. y Elbert, R. (2005). Recomendaciones para la redacción del marco teórico, los objetivos y la propuesta metodológica de proyectos de investigación en ciencias sociales. *Manual de metodología*, 192.
- Sosa, J. (2011). Políticas de desarrollo turístico y comunidades originarias: el caso de Amaicha del valle en la provincia de Tucumán. *Publicar*, 9(10), 129-152.

- Suansri, P. (2003). Community Based Tourism Handbook. *Responsible Ecological Social Tour –REST*, 9-113.
- Steiman, A. L. (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), 06-25.
- Tajfel, H. (1957). Value and the perceptual judgement of magnitude. *Psychological Review*, 64, 192-204.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press (versión española Tajfel, H. [1984]. Grupos humanos y categorías Sociales. Barcelona: Herder)
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. Sage Publications.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2000). Del sujeto cognoscente al sujeto conocido: una propuesta epistemológica y metodológica para el estudio de los pobres y la pobreza. *Pobres, pobreza y exclusión social*. CEIL-CONICET.
- Weber, M. (2004). *Economía y Sociedad, Esbozo de Sociología Comprensiva*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Worchel, S.; Iuzzini, J.; Coutant, D. & Ivaldi, M. (2000). A multidimensional model of identity: Relating individual and group identities to intergroup behaviour. En D. Capozza y R. Brown (Eds.), *Social identity processes: Trends in theory and research* (pp 15-32). Londres: Sage

Shyla Orlando es Magister en Economía y Gestión del Turismo por la UBA. Doctoranda en Sociología por la UCA. Docente colaboradora de la materia Taller 1, cátedra Turismo Rural, (FAUBA). Investigadora externa del grupo de estudio Turismo y Sociedad del Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA). Su campo de especialidad es la sociología del turismo, realizando estudios sociológicos en pueblos rurales y pueblos originarios inmersos en proyectos de turismo rural comunitario. Sociología. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires. Av. San Martín 4453 (1417) Buenos Aires, Argentina, sorlando@agro.uba.ar, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9029-8645>