

Turismo urbano ¿comunitario? Experiencias en barrios populares de la Ciudad de Buenos Aires

Mercedes González Bracco

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET),
Universidad Nacional de San Martín (UNSAM),
correo electrónico: mercedesbracco@yahoo.com.ar.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9583-3184>

Triana Sánchez Attanasio

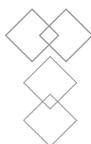
Universidad Nacional de San Martín (UNSAM),
correo electrónico: tsanchezattanasio@unsam.edu.ar.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8274-7401>

Yazmín Abraham

Universidad Nacional de San Martín (UNSAM),
correo electrónico: yabraham@unsam.edu.ar.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2197-0893>

Recibido: 1 de noviembre de 2022; aceptado: 20 de febrero de 2023

Resumen: Este trabajo propone discutir el concepto de turismo comunitario, indagando sobre sus particularidades en los espacios urbanos, su impulso y/o gestión por parte de otros actores por fuera de las comunidades, y su impacto en territorios históricamente relegados simbólicamente y materialmente. Para ello tomaremos como referencia dos estudios de caso: la *Vivera Orgánica* y el *Patio Gastronómico Rodrigo Bueno* en el barrio homónimo, y *Ajayu*, en el Barrio Mugica-Villa 31. A partir de una investigación etnográfica que incluyó entrevistas a miembros de las comunidades y de las agencias de gobierno involucradas, así como participación de los tours, eventos y reuniones, se puede señalar que la complejidad de los vínculos de ambos proyectos con dichas agencias derivan en



ANTROPOLOGÍA AMERICANA | vol. 8 | núm. 16 (2023) | Artículos | pp. 33-61

ISSN (impresa): 2521-7607 | ISSN (en línea): 2521-7615

DOI: <https://doi.org/10.35424/anom.v8i16.3251>

Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia CC BY-NC-SA 4.0

diferentes tipos de alianzas y estrategias por parte de los actores involucrados en la concreción y desarrollo del turismo en el territorio.

Palabras clave: *turismo comunitario urbano, territorios relegados, Barrio Mugica, Barrio Rodrigo Bueno, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.*

¿COMMUNITY-BASED? URBAN TOURISM. EXPERIENCES IN POPULAR NEIGHBORHOODS OF THE CITY OF BUENOS AIRES

Abstract: This paper aims to discuss the concept of community-based tourism, inquiring about its particularities in urban spaces, its promotion and/or management by other actors outside the communities, and its impact on historically relegated territories. For this, two case studies will be taken as references: “La Vivera Orgánica” and the “Patio Gastronómico Rodrigo Bueno” in the neighborhood of the same name, and *Ajaju*, in the Mugica-Villa 31 neighborhood. Based on ethnographic investigation including interviews with members from the communities and the governmental agencies, as well as tours assistance and participation in meetings, it can be pointed out that the complexity of the links of both projects with the agencies lead to different types of alliances and strategies of the actors implicated in the concretion and development of tourism in the territory.

Key words: *community-based urban tourism, outlying neighborhoods, Mugica neighborhood, Rodrigo Bueno neighborhood, Buenos Aires City Government.*

Introducción

El proceso de reurbanización de los barrios populares¹ de la Ciudad de Buenos Aires dio lugar a una serie de modificaciones estructurales, materiales y simbólicas impulsadas desde el gobierno local (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en adelante GCBA). A partir de 2017, la mirada oficial viró de la “erradicación” a la “urbanización” y posteriormente hacia

¹ De acuerdo con el Decreto Nacional 358/17, “Se considera barrios populares a aquellos barrios comúnmente denominados villas, asentamientos y urbanizaciones informales que se constituyeron mediante distintas estrategias de ocupación del suelo, que presentan diferentes grados de precariedad y hacinamiento, un déficit en el acceso formal a los servicios básicos y una situación dominial irregular en la tenencia del suelo, con un mínimo de 8 familias agrupadas o contiguas, en donde más de la mitad de sus habitantes no cuenta con título de propiedad del suelo, ni acceso regular a al menos 2 de los servicios básicos —red de agua corriente, red de energía eléctrica con medidor domiciliario y/o red cloacal”.

la “reurbanización” (Rodríguez, 2019; Sánchez y Aldao, 2020). Dos casos paradigmáticos que ejemplifican este proceso son el Barrio Padre Mugica (ex-villa 31/31bis) y el Barrio Rodrigo Bueno (ex-villa Costanera Sur). Vale destacar que el primero se emplaza dentro de los barrios formales de Retiro y Recoleta, mientras que el segundo se ubica en el barrio de Puerto Madero. Es decir, lejos de tratarse de zonas periféricas y olvidadas, ambos se encuentran en las áreas más caras de la ciudad en términos de valor del suelo, al tiempo que también forman parte del perímetro de mayor afluencia turística (Figura 1, Figura 2 y Figura 3). Asimismo, si bien estos barrios populares poseen historias²

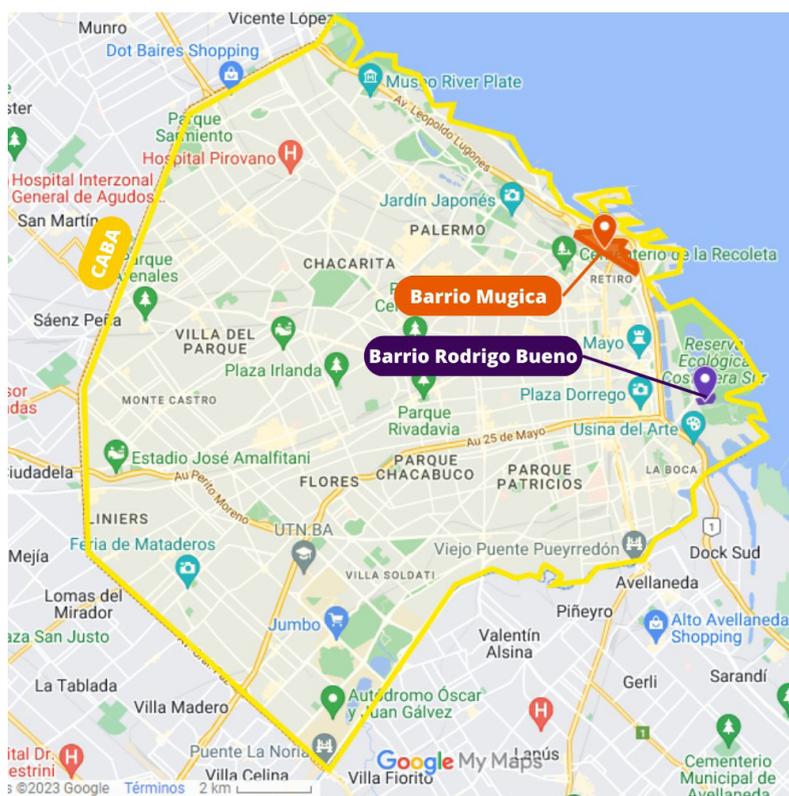


Figura 1. Ubicación de los barrios populares Mugica y Rodrigo Bueno en la Ciudad de Buenos Aires. Fuente: elaboración propia en base a Google Maps

² Son múltiples los trabajos académicos que abarcan la historia de estos barrios. A modo de muestra remitimos a Cravino (2009) y Lacarrieu (2016).



Figura 2. Barrio Mugica y su centralidad en el contexto urbano.

Fuente: elaboración propia en base a Google Maps



Figura 3. Barrio Rodrigo Bueno. Pueden apreciarse las casas originales y las construcciones realizadas por el GCBA. A continuación, la Reserva Ecológica y las torres de Puerto Madero.

Fuente: Open House Buenos Aires

y características disímiles,³ los dos fueron incluidos dentro del Plan de Turismo Comunitario Urbano (PTCU) impulsado por el Ente de Turismo de la Ciudad (ENTUR) durante el 2020 (Sánchez Attanasio, 2022).

Como puede apreciarse, este enfoque del turismo comunitario formulado desde un organismo estatal contrasta con la imagen clásica que se tiene del mismo, ya que suele asociarse —sobre todo— con la autogestión de las comunidades (Cañada, 2019; Zielinski *et al.*, 2020). No obstante, existen otros casos latinoamericanos donde programas de urbanización llevados adelante por los gobiernos locales, organismos internacionales y/o fundaciones sin fines de lucro confluyeron con la propuesta de una resemantización de los barrios populares a través de la mirada turística (Álvarez López, 2019; Oliveira Figueiredo, 2017; Quinchía Roldán y Arrieta Neira, 2012; entre otros).

Ahora bien, ¿qué significa que el GCBA, que hasta hace pocos años proponía erradicar las denominadas “villas miseria” haya reconvertido sus discursos y políticas sobre estos territorios, no solamente reurbanizándolos, sino proponiendo su exposición como atractivo de la ciudad? Entre otras cosas, nos preguntamos: ¿Se trata de un interés genuino de ayudar a la desestigmatización de estos espacios o de dar un estímulo a la economía popular en línea con el discurso “emprendedurista” propio del partido político gobernante? ¿Es un paso más en el proceso de mercantilización urbana que tiene al turismo como uno de sus tradicionales aliados?

A partir de estos interrogantes proponemos discutir el concepto de turismo comunitario, indagando sobre sus particularidades en los espacios urbanos, su impulso y/o gestión por parte de otros actores por fuera de las comunidades, y su impacto en territorios históricamente relegados simbólicamente y materialmente. Para ello tomaremos como referencia dos estudios de caso: la *Vivera Orgánica* y el *Patio Gastronómico Rodrigo Bueno* en el barrio homónimo, y *Ajayu*, en el Barrio Mugica, indagando acerca de los vínculos de ambos proyectos con las agencias de gobierno involucradas con cada uno, buscando establecer las alianzas y estrategias de los actores implicados en la concreción y desarrollo del turismo en el territorio.

³ El barrio Mugica cuenta con aproximadamente 40.000 habitantes, según datos oficiales (SISU, 2022), aunque durante las visitas los vecinos expresaron que estiman que ese número es de por lo menos de 60.000 personas. En cuanto al barrio Rodrigo Bueno, el censo oficial realizado en 2016 luego de que comenzaran las acciones de reurbanización, indicaban menos de 3.000 habitantes, distribuidos en 563 viviendas y cuatro manzanas.

Los temas abiertos en esta investigación cruzan discusiones sobre el turismo con una agenda de problemas vinculados a lo urbano, desde la perspectiva de los sujetos. Para ello trabajamos desde un enfoque etnográfico, ya que se constituye como un proceso de documentación de lo no-documentado — tanto de las prácticas discursivas como de las no discursivas— para construir conocimiento sobre sus significados particulares (Geertz, 1992). Para los estudios situados en la ciudad, la relevancia de tal acercamiento se encuentra en la posibilidad de dar cuenta del carácter multisituado de los procesos sociales que toman lugar en ella y visibilizar las perspectivas de los actores, dando por supuesta la multidimensionalidad de lo real (Balbi y Boivin, 2008). Esto supone, entre otras cosas, la construcción y reconstrucción permanente de los campos de indagación a lo largo de la investigación, yuxtaponiendo las diversas miradas que sobre él se posan, construyendo un “discurso social” (Angenot, 2010). Desde esta mirada, la construcción de un turismo comunitario urbano en los barrios populares de Buenos Aires construye sentidos y prácticas que abonan cierto tipo de relaciones con la ciudad mientras desalienta otros. ¿De qué modo circulan estos sentidos? ¿cómo son apropiados, interpretados, negociados y/o resistidos? Entendemos que la metodología elegida permitirá abordar estas preguntas de manera compleja, atendiendo a la multiplicidad de discursos y prácticas involucradas.

Las técnicas de recolección de datos incluyeron entrevistas en profundidad a los actores implicados, observaciones participantes de los tours, mapeos de los territorios, seguimiento de reuniones y eventos relacionados con la temática,⁴ análisis de páginas web y redes sociales vinculadas, fuentes secundarias y relevamiento de la bibliografía pertinente.

El turismo comunitario urbano: definiciones y problemas

Si bien las experiencias de Turismo Comunitario (TC) y los trabajos que analizan estas iniciativas han aumentado exponencialmente durante los últimos 10 años (Álvarez-García *et al.*, 2018), aún no existe un concepto unificado del

⁴ El trabajo de campo se llevó adelante entre 2021 y 2022. Se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a miembros de *Ajayu*, tres a miembros del *Patio Gastronómico* y *La Vivera Orgánica*, y tres entrevistas a funcionarios del GCBA involucrados con estos proyectos. Asimismo, se participó de diversas reuniones de organización, se asistió a varios *tours* y se realizó observación participante en ambos barrios durante la recepción de visitantes, donde se mantuvieron conversaciones informales con funcionarios del GCBA, vecinos participantes de los proyectos y visitantes.

mismo (Rodríguez Da Silva *et al.*, 2014). En líneas generales, esta tipología de turismo se asocia a experiencias en torno a la ruralidad (Cáceres, 2021) y a las comunidades indígenas (Lacko, 2019) pero no se limita sólo a ellas, sino que se presenta como una práctica contrapuesta al modelo tradicional de turismo masivo en distintos contextos. El uso de este término suele emplearse para referir fenómenos muy diferentes que abarcan emprendimientos donde la noción de “la comunidad está asociada quizás a un pueblo, un grupo étnico, un área rural, o incluso una unidad familiar; asimismo, turismo comunitario también en ocasiones actúa como sinónimo de turismo rural, con identidad, con base local, étnico o sustentable” (Barreto y Otamendi, 2015, p. 289). Esta “pluralidad de expresiones del TC” (Cañada, 2019, p. 97) precisa de la reflexión, debate y ordenamiento de los ejes trascendentales que este tipo de turismo promueve. En este sentido, las investigaciones antropológicas son las que han generado mayores aportes en relación a la comprensión de los casos, utilizando el enfoque etnográfico para profundizar este debate (Barreto y Otamendi, 2015) a partir del diagnóstico “de primera mano” sobre “la realidad de las sociedades que reciben turistas” (Hernández Ramírez, 2015, p. 13).

Cabe entonces preguntarse a qué nos referimos cuando hablamos de TC y cuáles son las características que lo particularizan frente a otras tipologías de turismo. En términos generales, el TC se opone al modelo tradicional de turismo masivo planteándose como una alternativa de gestión y participación comunitaria que fortalece la identidad e involucramiento de los actores locales (Cabanilla, 2018; Cañada, 2019; Yanez *et al.*, 2019; Zielinski *et al.*, 2020; entre otros) en contraposición a un turismo mercantilizado y fetichizado (Cecconi, 2011).

Entendiendo a la comunidad y lo comunitario como un marco de comportamiento dinámico (Ruiz Ballesteros, 2015, p. 27), su análisis en espacios urbanos se vuelve aún más complejo debido a la incorporación de variables y actores propios del contexto. En las experiencias de TCU, la organización de las poblaciones urbanas y la incorporación de agentes externos como promotores de los proyectos nos desafían a repensar estos conceptos. En esta dinámica, ¿es posible pensar lo comunitario como una categoría común considerando que los contextos rurales, urbanos e indígenas presentan particularidades tan específicas? ¿Cuáles son los límites de injerencia de los actores externos en este tipo de emprendimientos? La distinción entre turismo en lo local y desde lo local ha trabajado estas tensiones a partir del debate antropológico sobre el impacto positivo del turismo —propio de la perspectiva desarrollista de principios de los años sesentas— o la visión

crítica sobre su influencia en el proceso modernizador occidental de los años setenta (Hernández Ramírez, 2015). En este sentido, generalmente pueden identificarse dos modelos: “arriba hacia abajo” cuando los proyectos presentan una motivación exógena; o “abajo hacia arriba”, cuando el surgimiento se da de manera endógena, es decir, cuando nacen como iniciativa de la propia comunidad (Cañada, 2015; Zielinski *et al.*, 2020). Sin embargo, la literatura también señala que el apoyo técnico de los actores externos es sumamente necesario para alcanzar las metas propuestas por estos proyectos (Ruiz Ballesteros, 2017; Zielinski *et al.*, 2020). Particularmente, en contextos urbanos de derechos vulnerados, Scotto D’Abusco *et al.* (2021) enfatizan en la importancia de este acompañamiento, donde los saberes institucionalizados promueven un nuevo tipo de autonomía y pluralidad en el derecho a la ciudad. Los diversos tipos de interrelación entre la comunidad (sea cual sea su conformación) y los agentes externos a ella adoptan así múltiples posibilidades a la hora de considerar impactos positivos y negativos en los desarrollos turísticos.

Por otra parte, las experiencias de turismo comunitario en contextos urbanos suelen desarrollarse en áreas degradadas, segregadas y periféricas (Dias Mano *et al.*, 2017; Ferrari, 2021; Rodrigues da Silva *et al.*, 2014) donde, a partir del enaltecimiento del patrimonio material e inmaterial de las comunidades locales, se busca la desestigmatización de estos espacios y sus habitantes. Entonces, el TCU se configura en oposición al modelo de *slum tourism* o “turismo de la pobreza”⁵ donde la pobreza se construye como un atractivo pintoresquista, y por ello es fuertemente criticado. Las investigaciones sobre *slum tourism* demuestran que la pobreza urbana del ‘sur global’ se presenta como un atractivo para turistas provenientes del ‘norte’, sin necesidad de prestarle atención hacia la voz de los propios habitantes de estos territorios (Gui y Zhong, 2022). Esta contraposición entre *slum* y TCU replica la tensión entre el turismo masivo y el comunitario. El TCU propone un tipo de emprendimiento turístico que, a partir de su apropiación por parte de la comunidad local, evite ser mercantilizado y fetichizado, e incluso luche contra la estigmatización que postula el modelo *slum*. En estos términos, la construcción y presentación estetizada del patrimonio —en torno a un relato redentor que permita una aproximación diferente de los visitantes a estos espacios desacreditados—

⁵ La ONU cataloga como *slums* a aquellas “áreas de una ciudad consideradas degradadas, cuya característica principal es la informalidad, así como su alto índice de pobreza, la falta de seguridad y la precariedad de las viviendas” (2003, en Sánchez Attanasio, 2022; p. 18).

se presenta como una estrategia fundamental para construir un puente interpretativo y de valoración positiva para los visitantes.

Teniendo en cuenta estas tensiones, cabe preguntarse por los límites de la conceptualización: ¿se puede concebir la gestión comunitaria como tal cuando un agente externo es propulsor de la organización? ¿Puede el turismo gestionado desde la comunidad sustraerse del modelo de turismo fetichizado y mercantilizado un contexto de neoliberalización y extractivismo urbano?⁶ A partir de las complejidades que presenta el desarrollo del TC en contextos urbanos y teniendo en cuenta las variables que aquello implica, ¿podemos hablar de TCU o deberíamos pensar otro modelo de gestión que recabe estos planteamientos?

Turismo comunitario urbano en la ciudad de Buenos Aires: desde/con/contra las agencias gubernamentales

En la Argentina, las prácticas de TCU aún son incipientes y hasta el momento han sido escasamente estudiadas.⁷ Sin embargo, una característica general que estos proyectos tienen en común es el rol fundamental de las instituciones que los acompañan. Para los casos estudiados, la implementación del TCU se gestó en espacios de *participación ciudadana* promovidos por diferentes agencias del GCBA: el Instituto de Vivienda de la Ciudad (IVC) en el barrio Rodrigo Bueno y la Secretaría de Integración Social Urbana (SISU) —luego devenida en Unidad de Proyectos Especiales (UPE)— en el barrio Mugica. El hecho de que ambos proyectos se hayan gestado en estos espacios no es un dato menor, ya que otorga un lugar fundamental al GCBA en su génesis y seguimiento posterior. Entonces, si el interés de desarrollar emprendimientos de TCU no surge de los vecinos sino como resultado de los espacios de participación del gobierno, ¿cuál es el carácter comunitario de este tipo de turismo? Como veremos al detalle en los apartados específicos de cada proyecto, ambos fueron apropiados por los vecinos en diferentes instancias e incluso han fomentado esa independencia. Asimismo, desde las agencias del GCBA implicadas también señalan esta

⁶ Como expresa Wertheimer (2021) en el AMBA se observa “un modelo de extractivismo urbano, basado en la profundización y consolidación de procesos de financiarización del suelo, por sobre los derechos sociales al espacio urbano y el respeto a los bienes comunes” (p. 88).

⁷ Como antecedentes importantes destacamos los trabajos de Hernández (2019) sobre la Red de Turismo Sostenible de La Boca-Barracas, Scotto D’Abusco *et al.* (2021) sobre la experiencia de Mutantur realizada por la Asamblea Popular Plaza Dorrego-San Telmo, y González Bracco (2021) sobre los proyectos de turismo y muralismo comunitarios desarrollados en Isla Maciel.

apropiación de los emprendimientos como uno de los objetivos principales desde su creación. En el caso de Ajayu en el Barrio Mugica, se enfatiza en la importancia de su independencia económica y administrativa de la SISU/ UPE, que se encargó precisamente de aportar saberes técnicos para apoyar su fundación y crecimiento, pero que no delimitó el trabajo de sus integrantes:

Mi trabajo era traducir ese saber y ponerlo como digamos en estructura, darle forma para que se pudiera, digamos, hacer, ¿no? Entonces creo que ahí está un poco la clave, trabajar en lo comunitario y es permitir que el vecino también tenga autonomía en el trabajo y que crea y que pueda generar confianza de que su saber cuenta. (...) siempre fue como para ellos. Se ha hecho para ellos. Yo siempre les decía a ellos: esto está hecho, pensado por ustedes, ejecutado por ustedes y va a ser administrado por ustedes. O sea, no va a haber nadie que vaya a venir a decirles: “Bueno, ustedes tienen que hacer un balance de esta manera X, Y”. O sea, nosotros vamos y les decimos: “Bueno, esto es una tabla, una tabla de costos, es un balance. Si quieren usarlo así tal cual está, úsenlo. Si no, bueno, no lo usen” (Daniela, empleada de la SISU, entrevista personal, agosto de 2022).⁸

Es importante contextualizar el impulso y desarrollo de este tipo de proyectos comunitarios, otorgando a sus habitantes el apoyo técnico necesario para poder posicionarlos, con cambios más extensos —físicos y simbólicos— que el GCBA viene llevando a cabo en los diferentes barrios populares de la ciudad. Rodríguez (2019) señala que la transformación de la visión de gobierno sobre estos espacios implica una intención de integración a partir de la reurbanización, en contraposición a la postura de erradicación propia de principios de los 2000.⁹ Este giro en la gestión política transformó a los barrios antes considerados “desechables” en terreno fértil para nuevas opciones de manejo del suelo e implicó la aparición de un nuevo discurso vinculado al desarrollo social, la inclusión sociourbana y oportunidades de mercantilización. En esta línea de análisis, por ejemplo, González Bracco y Laborde (2021) han trabajado sobre las políticas públicas de mejoramiento material y embellecimiento del espacio público en barrios populares en términos de una “colonialidad del habitar”,¹⁰

⁸ Los nombres de los entrevistados han sido ficcionalizados.

⁹ El concepto de erradicación implicaba el desalojo de los habitantes de los distintos barrios populares, mientras que la urbanización —concepto que surge luego— refiere a las transformaciones propiamente habitacionales y de conexión de servicios básicos. Por su parte, la reurbanización se utiliza en respuesta a “la interpelación de los habitantes hacia el Estado para que reconocieran los procesos de urbanización que habían realizado de manera autogestionaria” (Sánchez y Aldao, 2020, p. 49).

¹⁰ Las autoras utilizan esta expresión para analizar los planes de integración en los barrios

entendiendo que conlleva una exigencia de contraprestación para quienes lo habitan, con obligaciones particulares, moralidades y normalizaciones. Bajo el discurso de la integración, el proceso de ordenamiento y disciplinamiento de espacios y cuerpos permite así el ingreso de la lógica mercantil y su consecuente oportunidad de negocio en estos sectores antes vedados. Manrique (2021) analiza este cambio de discursividad del GCBA en torno al Barrio Mugica desde 2015 en adelante y advierte cómo la construcción de una identificación nueva (entendiendo las villas como barrios y a sus habitantes en categoría de vecinos) no es una decisión para nada azarosa. El discurso de integración —que lo entiende como “un barrio más”— postula una homogeneidad urbana que deja en claro que existe una forma legítima de habitar la ciudad y es en el rol de vecino. En los barrios populares existiría, a partir de esta lógica, un componente diferencial que —mediante un proceso de embellecimiento y mejoramiento— puede ser revalorizado y presentado como atractivo.

Sin embargo, la elaboración de los discursos turísticos de los casos estudiados parte de una integración simbólica que implica un proceso de contraste entre “cómo se ven” a “cómo los ven”. Por ejemplo, la agencia estatal que acompañó el proceso de gestación del proyecto de Ajayu en Barrio Mugica señala que la propuesta de creación de un discurso turístico propone la desestigmatización del barrio, invitando a los habitantes de la ciudad a conocerlo más allá de los preconceitos que se tienen sobre él:

(...) es un proyecto que también está marcado por desestigmatizar la mirada que hay de la ciudad. Digamos, en general, respecto a los barrios populares ¿no? Como bueno, nosotros no somos solamente marginalidad, pobreza, esto, esto y esto. Si no, tenemos una historia super interesante que contarles, que es esto. Y en eso nos enfocamos cuando trabajamos en el proyecto. Entonces eso también un poco el proyecto también reivindica ese saber (Daniela, empleada de la SISU, entrevista personal, agosto de 2022).

Esto también puede observarse en el cambio de discurso por parte de los medios de comunicación masiva, ya que hasta hace pocos años el barrio Rodrigo Bueno también era presentado como un lugar peligroso, lo que contribuía a la estigmatización de sus habitantes. A partir de las nuevas obras de infraestructura, y la creación de proyectos turísticos en el barrio, también

populares de la Ciudad de Buenos Aires, entendiendo a este ordenamiento urbano como una expresión de la colonialidad del poder, que impone las reglas propias de la matriz cultural hegemónica eurocentrada (Quijano, 2000).

comenzaron a difundirse notas de prensa (por parte del GCBA y medios oficiales) que presentan los cambios en Rodrigo Bueno.¹¹ Además, ambos barrios figuran como actividades “imperdibles” dentro de la página oficial del ENTUR con recomendaciones sobre atractivos turísticos de la ciudad.

De esta manera, vemos cómo distintas áreas del gobierno comenzaron a generar convocatorias dirigidas específicamente a los habitantes de los barrios Rodrigo Bueno y Padre Mugica, reconociéndolos como vecinos de la ciudad cuyos intereses influyen en la gestión del territorio. Basándose en esta propuesta de inclusión, realizaron diferentes relevamientos para identificar las potencialidades de cada lugar según sus propios habitantes. A continuación analizaremos cuáles fueron las implicancias en cada uno de estos espacios.

Ajayu: entre la demanda y la sospecha

Como se mencionó más arriba, Ajayu es un proyecto de TCU iniciado a partir de una convocatoria de vecinos por parte de la SISU. Ya en 2019 habían existido reuniones donde se los invitaba a participar de un mapeo colectivo, buscando visibilizar zonas del barrio que pudieran ser accesibles al público en general, promoviendo así una mirada diferente:

...ahí fuimos a un lugar que en ese entonces era el Ministerio de Educación a presentar una mesa de mapeo. Preguntando: “Este es el barrio, ¿lo podés identificar donde está dentro de Buenos Aires?”, y ahí es donde todas las personas que estaba ahí se dieron cuenta que ni siquiera en Google, ni siquiera en nada estaba identificado el barrio, no existe. Y vos vivís acá y ¿qué ves acá? Cuando vas a Google ¿qué ves?: Zona peligrosa (Yésica, participante de Ajayu, entrevista personal, octubre de 2021).

Esta mirada estigmatizante sobre el barrio es algo que tocaba de cerca a los vecinos participantes. Muchos de ellos comentaban que elegían no dar su dirección al momento de solicitar empleos o de conversar con gente “de afuera” por miedo a ser discriminados. Al mismo tiempo, esa misma mirada prejuiciosa se replicaba hacia adentro cuando comenzaron a idear los paseos por el barrio: ¿quién vendría? ¿qué tenían ellos para mostrar que fuera valioso?

¹¹ Entre otras: Página/12, “La villa y el barrio Rodrigo Bueno, una historia entre patios y pasillos”, 17 de marzo de 2022; Cronos, “Barrio Rodrigo Bueno y el sueño de convertirse en el Caminito del siglo XXI”, 17 de julio de 2022; Clarín, “Pizza de mandioca y ceviche: los cocineros de la villa Rodrigo Bueno se reinventan en el Patio Gastronómico”, 30 de enero de 2023.

Un acercamiento a la experiencia de TCU en otro barrio popular (la Comuna 13 de Medellín) a través de información provista por el equipo de la SISU fue el puntapié inicial para empezar a mirar el lugar propio con otros ojos:

Estaba muy vigente y fuerte lo del turismo comunitario rural, pero nosotros decíamos “qué vamos a mostrar acá si no hay verde...”. Y ahí X nos trajo mucha información sobre el turismo comunitario, que sabe un montón, nos decía “bueno, acá no hay verde pero está esto, esto y esto, acá hay gastronomía y a la gente le interesa mucho”, él había trabajado con grupos de turismo para que hagan tango acá y nos fue dando las posibilidades... (Pilar, participante de Ajayu, entrevista personal, septiembre de 2021).



Figura 4. Tumba del Padre Mugica en la Parroquia Cristo Obrero (*tour histórico*). Fotografía: de las autoras



Figura 5. Morenada, baile tradicional boliviano (*tour cultural*). Fotografía: de las autoras



Figura 6. Chips de papines andinos (*tour gastronómico*). Fotografía: de las autoras

El contexto pandémico, que obligó a parar muchas actividades laborales, redundó en la posibilidad de avanzar con este proyecto debido a la disponibilidad extra de tiempo de sus integrantes. Luego de un recorrido piloto para el Día de todos los muertos de 2020 (1° de noviembre), el gran paso se dio por la convocatoria de la SISU a que participen del Festival Internacional de Buenos Aires (FIBA) en marzo de 2021, lo que implicó organizar un recorrido por día durante la semana que duró el evento. Fue a partir de ese momento que los participantes del nuevo emprendimiento se organizaron: idearon un nombre,¹² un logo y pulieron la propuesta para inaugurar los paseos regulares. De este modo, la creación de un circuito por el barrio se fue conformando en torno a tres ejes: historia, cultura y gastronomía, que pronto se transformaron en tres recorridos separados que se complementan para proponer una experiencia acabada del lugar (Figura 4, Figura 5 y Figura 6). A los recorridos estables se suman otros especiales vinculados a algunas festividades como el día de la Pachamama, de la Multiculturalidad o el Día de Todos los Muertos.

Todos los recorridos comienzan en una entrada mejorada que fue construida por el GCBA en el contexto de la reurbanización. Los turistas son citados en esa entrada y se recorre el extenso camino de ingreso que se encuentra embellecido con árboles, bolardos e iluminación en un modelo de mejoramiento de calzadas y calles que iguala este espacio a las demás calles turísticas de la ciudad. En el transcurso de los recorridos, se mencionan otros elementos de este proceso, como la mudanza del Ministerio de Educación de la ciudad, el área con calles y edificios nuevos, la nueva nomenclatura de las calles, iluminación pública, plazas, juegos para niños y otras infraestructuras urbanas. Estos datos aparecen de manera intersectada y no conflictiva con el relato en el que se insertan, a pesar de que la historia incluye los constantes intentos de erradicación por parte de los sucesivos gobiernos a lo largo de la historia del barrio (sobre todo en el recorrido histórico), y también se mencionan diferencias y confrontaciones con la administración actual. Por otra parte, los recorridos se organizan en “paradas” donde alguno de los guías explica alguna particularidad del barrio o se invita a algún/a vecino/a a brindar un relato o compartir algo (música, comida, artesanías). El recorrido finaliza con un paseo por la Feria Latinoamericana, una serie de puestos

¹² *Ajayu* significa alma en aymara. La elección de este nombre responde a la intención de representar a gran parte de los habitantes del barrio, provenientes del norte del país y países andinos.

cuya infraestructura fue mejorada por el GCBA donde se venden productos regionales, comidas, ropa y objetos diversos. Esta feria, que se encuentra a la entrada del barrio, es muy publicitada en los recorridos y se invita a los visitantes a volver por cuenta propia a comprar y visitar con otros amigos, formulando así un efecto replicador en la propuesta de desestigmatizar el barrio.

Si bien a la fecha Ajayu cuenta con siete integrantes estables, los tours no son guiados por todos, sino que van organizándose en torno a la cantidad de visitantes y disponibilidad de cada uno (pues todos mantienen otras obligaciones laborales). La coordinación acerca de lo que se va a llevar adelante en cada uno de los tours es gestionada mediante reuniones semanales. La división de tareas está definida a partir de un equipo de producción, que se encarga del trato con “vecinos vinculantes”,¹³ proveedores y relevamiento de la zona a visitar, y un equipo de comunicación, que se encarga del contacto con los visitantes, la promoción en redes sociales y prensa.¹⁴ Respecto al manejo de los ingresos, desde un primer momento se autoorganizaron para dividirlos entre los participantes y luego, con ayuda de la SISU, pudieron gestionar su personería como cooperativa.

Como ha sido mencionado, tanto en la génesis como en el desarrollo del proyecto, la secretaría ha ocupado un rol fundamental. La SISU realizó el acompañamiento técnico en torno al desarrollo del recorrido, el mejoramiento del guión, los tiempos, la difusión y otras necesidades del proyecto. También articuló con el ENTUR para la certificación de los participantes de Ajayu como guías de sitio.¹⁵ En cuanto a la personería jurídica, se discutió conjuntamente cuál resultaba la más adecuada para las necesidades del proyecto y se asistió a los diferentes integrantes para la conformación de un grupo de trabajo. Incluso, en un primer momento, fue esta agencia la que brindaba los espacios físicos de reunión.

¹³ El equipo de Ajayu denomina “vecinos vinculantes” a aquellos vecinos convocados a participar de alguna u otra manera con el desarrollo del tour, ya sea proveyendo un producto o servicio, contando su historia de vida u otra acción que los conecte con los visitantes.

¹⁴ Cuentan con una página de Facebook y un perfil de Instagram. En algunas ocasiones, para realizar contenido audiovisual, han recibido ayuda técnica de la SISU. También desde esta agencia se han convocado notas de prensa y se han invitado influencers para realizar los recorridos, ampliando así el conocimiento general sobre la propuesta.

¹⁵ La formalización de la actuación de los vecinos como guías certificados derivó en un reclamo por parte de los guías de la ciudad por la singularidad de la formación, realizada a medida para este caso. Esto impidió, por ejemplo, replicar la experiencia con los vecinos de Rodrigo Bueno, a quienes se formó como “promotores” pero ya no como guías.

Sin embargo, los integrantes de Ajayu sostienen diferencias con el GCBA y, si bien recibieron de buen grado el apoyo que les brindaron para comenzar el proyecto, a medida que fue adquiriendo forma los integrantes fueron tomando decisiones de manera más autónoma. Esto se dio de manera natural por la experiencia ganada durante este tiempo, pero además por desconfianzas en torno a la posibilidad de ser “aparateados” o por desacuerdos en torno al manejo de otras cuestiones.¹⁶ Durante las entrevistas tanto a los participantes como a agentes de la SISU, las opiniones pivotaban entre la necesidad de construirse como un colectivo independiente y la exigencia al Estado de estar presente colaborando con los vecinos:

[el vínculo con el Gobierno de la Ciudad] mayormente siempre fue a demanda, en el sentido de “necesitaríamos tal cosa”, pero por ahí el que está muy involucrado o que a veces yo le digo en broma “vos formas parte de Ajayu”, me dice “no, ustedes son Ajayu” es X, y estaba en un momento H, ahora está L y por ahí algunas veces vienen a la reunión, escuchan, y proponen, de alguna manera son un puente que hace articulación, “puedo hablar con comunicación a ver si pueden dar una mano”. O por ejemplo queríamos hacer algo de la Pachamama y nos dijeron “voy a preguntar a la gente...”, es como que ayudan en ese sentido a articular con la SISU cuestiones que por ahí nosotros tenemos una mega actividad en la cancha y no sabemos si se va a usar, y si no encontramos al vecino o a la vecina que están a cargo de esa cancha por ahí ellos pueden gestionar eso (Yésica, participante de Ajayu, entrevista personal, octubre de 2021).

...en un principio cuando hacíamos las reuniones (...) me acuerdo que estaba X [se refiere a una persona del GCBA] y él dice que no le pagaban nada, como atajándose. Lo entiendo porque se sintió avasallado por la forma que tenemos de hablar quizás, pero son muchas las veces que sucede esto... Tengo amigos que han venido, gestores culturales, y les han robado el proyecto directamente. Como que hay cosas que suceden ahí adentro, que vos dudás, pero la idea es buena y la roban porque tienen la plata, las herramientas y los contactos, como que vos sos el villero que tiene la idea pero nadie te va a dar bola, entonces esto me lo llevo y lo implemento... Entonces hay un montón de escenas que hemos visto durante todos estos años de apropiación cultural, que le llamamos nosotros. Entonces desde Ajayu sabemos que eso puede volver a pasar y no vamos a dejar que eso pase (Pilar, participante de Ajayu, entrevista personal, septiembre de 2021).

¹⁶ Por ejemplo, ante la promulgación de la ley 6545/22 que crea el “Distrito de Integración Productiva e Impulso al Trabajo en Barrios Populares de la Ciudad Autónoma”, cuyo objetivo es “promover el desarrollo económico de los barrios populares”, algunos integrantes de Ajayu expresaron su temor de que dicha acción produjera cambios en detrimento de sus habitantes.

El Patio Gastronómico Rodrigo Bueno y La Vivera Orgánica: la autogestión en ciernes

Luego de más de una década de vaivenes, el Barrio Rodrigo Bueno logró la sanción de la “ley 5798/2017: Reurbanización, Zonificación e integración socio-urbana del Barrio Rodrigo Bueno”. En el marco de la misma el IVC, organismo encargado de ejecutar dicha ley, llevó adelante, entre otras acciones, la creación de dos emprendimientos: El Patio Gastronómico Rodrigo Bueno y La Vivera Orgánica. Ambos nacidos en 2019 son el resultado de diferentes talleres e instancias de capacitaciones implementadas por el GCBA, a través del IVC y el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat (en adelante MDHyH) quienes convocaron, a su vez, a entidades especializadas para cada actividad.

Esto era un sueño. Hoy en día se está haciendo la realidad, más y más. Encaminamos desde 2009 en la legislatura, nos rebotaban, íbamos otra vez y otra vez, hasta que en 2016 se aprobó la ley y empezamos a hacer... *Y este patio también era uno de los proyectos* (Alicia, puestera PGRB, entrevista personal, enero de 2022).

El Patio Gastronómico Rodrigo Bueno (en adelante PGRB) está compuesto por 11 puestos de comida latinoamericana, en una propuesta que se integra a la de los otros “patios” o ferias gastronómicas de la ciudad.¹⁷ En el marco de las actividades desarrolladas por el MDHyH, se determinó la importancia de la gastronomía en el perfil productivo del barrio, por lo que se decide potenciar este tipo de emprendimientos. Es por ello que cinco de los puestos pertenecen a residentes del barrio. Estos representan la identidad gastronómica de sus habitantes recuperando las tradiciones de cocina de algunos de sus países de origen, como Bolivia, Paraguay y Perú. El resto de los puestos son concesionados a privados por el IVC y son rotativos, por lo que periódicamente pueden cambiar de dueño. En el caso de los emprendimientos pertenecientes a los vecinos, luego de varios meses de capacitaciones sobre cuestiones técnicas (tanto administrativas y legales, como con respecto a la cocina y seguridad e higiene, entre otros aspectos), se les otorgó este espacio para poder desarrollar sus propuestas siendo ellos dueños de los respectivos puestos: “Y bueno

¹⁷ BA Capital Gastronómica es un programa dependiente del área de Desarrollo Económico y Productivo, cuyo fin es “la promoción y el desarrollo gastronómico porteño para generar más turismo, empleo y desarrollo económico de nuestra ciudad y nuestro país” (GCBA, s/f; en Troncoso y Arzeno, 2020, p. 120). Debido a su incorporación en este programa, se lo incluye dentro de la agenda del Turismo Gastronómico de la ciudad, recibiendo diferentes tipos de promoción del proyecto.

dependemos mucho del turismo porque la idea era demostrar nuestros platos de cada país, qué es lo que hacemos, qué es lo que cocinamos en el barrio que no conozcan gente de afuera” (Adriana, puestera PGRB, entrevista personal, enero de 2022).

La Vivera Orgánica (LVO) está integrada por 13 mujeres del barrio. Se trata de un proyecto que surgió luego de diferentes instancias de capacitación sobre paisajismo y jardinería en 2017, en los que, además de conocerse y consolidarse como grupo, comenzaron a interesarse en profundidad por estas temáticas (a pesar de que algunas contaban con conocimientos previos). Más tarde y luego de varios intentos por crear huertas comunitarias en espacios comunes del barrio, realizaron el pedido para contar con un espacio propio. Con el apoyo de diferentes organizaciones no gubernamentales convocadas por el MDHyH¹⁸ delimitaron el alcance del proyecto, eligieron un nombre¹⁹ y diseñaron su logo. Actualmente se encuentran funcionando bajo la figura de cooperativa, y se dedican a la venta de plantines de hortalizas para huerta y de especies nativas (esto último ya que se ubican al lado de la reserva ecológica, donde también se plantan este tipo de especies, pero no se encuentran a la venta). También realizan servicios de diseño de huertas orgánicas (generalmente para hoteles y restaurantes de barrios aledaños) y brindan talleres respecto a estas temáticas.

Al principio era una diversión estar en la huerta chiquita (...) porque nos juntábamos, reíamos, brindábamos, tomamos una gaseosa, hacíamos un asadito. Pero ahora estamos bien (...) sectorizados; un grupo está acá, otro grupo está por allá. (Nora, integrante de la Vivera, en comunicación personal, enero de 2022).

Tanto el PGRB como LVO se encuentran situados directamente lindando con la Reserva Ecológica de Costanera Sur y con la obra de departamentos nuevos, es decir, se halla en la parte del barrio donde se observan más cambios en términos de intervención urbana realizada por el IVC (Figura 3). De hecho, es destacable que el predio en el que ambos se emplazan fue donado por la Reserva para este fin, lo que se explica por el cambio de paradigma desde la erradicación hacia la reurbanización.

¹⁸ Contaron, por ejemplo, con el acompañamiento de Un Árbol Para Mi Vereda, una ONG que promueve la “regeneración social y ambiental”.

¹⁹ El nombre “la vivera” en femenino, hace referencia a que el proyecto está llevado adelante enteramente por mujeres.



Figura 8. Patio Gastronómico Rodrigo Bueno. Fotografía: de la autoras



Figura 7. Vivera Orgánica. Fotografía: de la autoras

Otro aspecto destacable es que tanto el Patio como la Vivera forman parte del Registro de Unidades Productivas de la Economía Popular y Social (RUPEPYS) creado luego de la sanción de la Ley de economía Social y Popular de la ciudad (Ley 6376/2020). A través su inscripción en dicho registro, estas iniciativas consiguen convenios y colaboraciones con diferentes empresas multinacionales. En cuanto a LVO, hoy en día gran parte de su producción es vendida a estas empresas, y muchos de los servicios que ofrecen también se consiguen a través de contactos que facilitan el IVC o el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat.

A pesar de no tratarse de emprendimientos de tours tradicionales, ambos proyectos están incluidos dentro del circuito de turismo en barrios del Ente de Turismo de la ciudad, en el circuito “Puerto Madero”. Además, algunos de sus vecinos también recibieron capacitaciones para formarse como promotores turísticos, pero a diferencia de lo sucedido en el Barrio Mugica, solo una persona logró cumplir con todos los requisitos para alcanzar dicha certificación.²⁰ De todas maneras, ambos emprendimientos demostraron su entusiasmo ante la posibilidad de recibir atención por parte del turismo e incluso se han incluido recorridos por el barrio en el marco de diferentes eventos impulsados por el GCBA.²¹

Si bien durante la pandemia debieron frenar muchas de las acciones que estaban realizando, en el último tiempo retomaron los esfuerzos por ampliar la llegada de su público. Aquí el turismo es visto de manera positiva como una posibilidad de incrementar las ventas para ambos proyectos, así como ganar mayor visibilidad. Como expresó una de las entrevistadas “si no fuera por las capacitaciones no habría turismo acá” (Valeria, integrante LVO, entrevista personal, agosto de 2022). Por lo tanto, se observa una fuerte correlación en el curso de los proyectos (desde su surgimiento hasta su consolidación) y su vinculación tanto con el IVC como con diferentes áreas del MDHyH y con otras organizaciones que trabajaron de manera articulada con dichas agencias. De hecho, los proyectos fueron discutidos en el marco de las Mesas de Gestión Participativa (MGP) en donde se trataban temáticas relacionadas al proceso de reurbanización. Ahora bien, mientras que LVO logró conseguir su

²⁰ Cabe aclarar que el término “promotores turísticos” no figura entre las categorías mencionadas por la normativa vigente regula el trabajo de los guías de la ciudad, según la Ley 1264/03 y su modificatoria Ley 5287/15.

²¹ Fueron incluidos en los recorridos de Open House y paseos ofrecidos durante el festival de Nómades Digitales.

personería jurídica en diciembre de 2021, en el caso del PGRB aun dependen de un administrador asignado por el GCBA, por lo que la primera se encuentra actualmente en un complejo proceso de independización del MDHyH. A su vez, puede destacarse la intervención del ENTUR y sus esfuerzos por potenciar turísticamente estas dos iniciativas, así como el intento por formar guías dentro del barrio a través de largas convocatorias abiertas. Aunque a diferencia de lo que sucedió con las demás instancias de capacitación, aquellas relacionadas al turismo tuvieron menos llegada. Según lo comentado en las entrevistas, esto fue debido a la inseguridad de los vecinos para mostrar su propio barrio, pues “no se sienten capaces de mostrar lo que saben” (Valeria, integrante LVO, entrevista personal, agosto de 2022). Al mismo tiempo, los desarrollos turísticos junto a los flamantes edificios construidos por el GCBA opacan la memoria del barrio, ya que quienes visitan estos emprendimientos no suelen acercarse a la denominada “parte histórica”,²² donde aún se encuentran las casas construidas por los vecinos hace varias décadas.

Por su parte, los vecinos que conforman estos proyectos no mostraron diferencias sustanciales respecto de las propuestas del GCBA, y en todo momento manifestaron un trabajo en conjunto con las diferentes agencias involucradas. Si bien enfatizan su rol propio y la importancia de su esfuerzo en el proceso de reurbanización, en cuanto a la mirada turística aun muestran una fuerte dependencia respecto de las acciones del gobierno, y hasta la fecha no se han consolidado para construir su propio relato. Un fragmento del diario de campo puede ilustrar esta situación:

Tanto Clara como Nora estuvieron de acuerdo en que el turismo era bueno para ellas “porque el que viene se lleva una planta”, dijo Nora. Por su parte Clara comentó que muchos Ministerios van a ver las cosas que ellas hacen en la Vivera, incluida la gente de Turismo. También dijeron que les prometieron que iban a incluir el barrio en paradas de los recorridos organizados por el GCBA, “va a venir el micrito ese —el bus turístico de CABA—, y va a parar acá en la esquina, esperemos que vengan —turistas— y se venda” afirmó Clara, coincidiendo con lo que me había dicho hacía un rato Adriana en el PGRB. (Notas de campo, enero de 2022).

²² Los vecinos de RB denominan “parte histórica” al área compuesta por las cuatro manzanas principales construidas de manera autónoma por los propios vecinos (véase Figura 3).

Conclusiones: luces y sombras del acompañamiento estatal en la ¿gestión comunitaria? del turismo

Este trabajo se propuso poner en discusión la mirada clásica sobre la gestión comunitaria del turismo a partir del análisis de dos experiencias que suelen quedar por fuera de los estudios sobre la materia. En primer término, por tratarse de experiencias emplazadas en un ámbito urbano. Pero, además, por tratarse de experiencias fomentadas desde el gobierno de la ciudad y no desde las propias comunidades. En este sentido, los casos analizados permiten observar algunos efectos que implica la vinculación de los gobiernos locales con los barrios populares en términos turísticos. Un factor importante es que la mirada sobre la integración socio-urbana comprende a su vez la dimensión económica y productiva de los habitantes, desde donde se entiende la implementación de los proyectos turísticos como herramientas generadoras de empleo para sus vecinos.

Como hemos visto, la reurbanización del Barrio Mugica se encuentra a cargo de la SISU/UPE, que fue creada específicamente para este fin. En este marco, la génesis y desarrollo de Ajayu como embajadores del “nuevo barrio” a ser mostrado través de diversos recorridos turísticos tuvo una intencionalidad marcada por parte del gobierno: que la mirada sobre las bondades de la reurbanización sea la de los propios residentes, ahora reconocidos como “vecinos”. El éxito de la propuesta, no obstante, implicó para el gobierno enfrentarse a las discrepancias propias de la progresiva autonomización del proyecto:

...como empleada al principio me deslizaron en un momento en una entrevista: “Bueno, a mí la verdad no me gustaría que en los recorridos de Ajayu se hable mal de la Secretaría” (...) esa bajada de línea como inicial, la verdad que existió. Después se da como que se evapora, porque una vez que la persona ya lo empiezan a ejercer, (...) los ajayus son los que hacen su discurso, digamos (...) la estrategia, en este caso, de Ajayu, está siendo desligarse completamente a nivel como de logo, a nivel como a las otras personas de la imagen de la Secretaría, la secretaría sería como una marca blanca en cuanto a que queda en las tinieblas (Lorena, empleada de la SISU, entrevista personal, noviembre de 2021).

En el caso de Rodrigo Bueno, el organismo encargado de implementar las acciones de reurbanización es el IVC, que convoca al ENTUR para desarrollar el turismo en el barrio. De esta manera se decide impulsar la atraktividad turística de dos emprendimientos: LVO y el PGRB. De ambos, solo La

Vivera pudo conformarse como cooperativa y se encuentra en proceso de “independización”, enfrentándose a diferentes conflictividades tanto internas como externas. Si bien todavía hay proyectos individuales en formación (como resultado de las capacitaciones del ENTUR) que aún no han comenzado con sus actividades, los emprendimientos estudiados no se encuentran realizando propuestas turísticas de manera autogestiva sino que son incluidos dentro de actividades propuestas desde el propio GCBA.

Yo ahora tengo idea de empezar mi propio proyecto de turismo, pero aún no empezamos a hacer los recorridos por el barrio, por distintos motivos. Y cuando digo decidimos me refiero a mí y al Ministerio [de Desarrollo Humano y Hábitat], porque todo lo que yo hago lo hacemos en conjunto, siempre están pendientes de lo que necesitamos como vecinos, y en La Vivera (Valeria, integrante LVO, comunicación personal, agosto de 2022).

Retomando los interrogantes planteados en la introducción, los resultados del trabajo de campo permiten identificar algunas similitudes y diferencias entre los objetivos perseguidos por el gobierno en cada barrio. Por un lado, en ambos casos se propuso al turismo como modo de articular la publicidad de las obras realizadas, la generación de empleo autogestivo para los vecinos y la publicidad de estos espacios como “nuevos barrios” de la ciudad, a través de una propuesta cultural atractiva que permitiera desestigmatizarlos y resemantizarlos como espacios atractivos y seguros. Por otra parte, mientras que la propuesta de TCU del Barrio Mugica priorizó la publicidad de la renovación del barrio a través de los recorridos, presentándola como un hito dentro de la historia de lucha por la urbanización y posibilidad de permanencia, los emprendimientos desarrollados en Rodrigo Bueno enfatizaron la necesidad de generar empleo para los vecinos a partir de potenciar el turismo gastronómico y ambiental de la zona y aprovechando la afluencia de visitantes a la Reserva de la Costanera Sur.

El desarrollo de la actividad turística implicó un reconocimiento y puesta en valor de las características que singularizan cada barrio y que por lo tanto pueden generar una visión diferencial positiva en las personas propias y ajenas a él. Sin embargo, la inserción del turismo también puede funcionar como una herramienta para instalar lógicas mercantiles en estos espacios históricamente relegados. Hacer turismo en los barrios populares puede implicar entonces una colonialidad del habitar (González Bracco y Labore, 2021) en tanto propone una visión organizada y segmentada de ellos, en una visión que responde también a las expectativas, gustos y necesidades de la demanda, que puede o no relacionarse con las posibilidades e intenciones de la oferta.

De este modo, observamos que Ajayu fue logrando un crecimiento como equipo de trabajo autónomo permitiendo que, aun sin romper el vínculo, pudiera poner en tensión la “bajada de línea” de la SISU. Mientras que los vecinos participantes en los proyectos de Rodrigo Bueno se relacionaron con el IVC de una manera más individualizada, lo que —al menos hasta ahora— impidió el avance de una verdadera “gestión comunitaria”, autónoma y autodeterminada. Esto vuelve necesario revisar los diversos contextos de agencia —participativa, comunitaria, cogestionada— de los actores involucrados, entendiendo que las discusiones acerca de la conceptualización del turismo comunitario distan aun de estar saldadas.

Al margen de ello, identificamos que el desarrollo de proyectos fomentados por actores externos a la comunidad es viable; aunque no solo depende de los recursos técnicos y económicos puestos en el impulso de los mismos, sino también, y de manera fundamental, del grado de organización de los vecinos. La conformación de la “comunidad”, en tal sentido, se vuelve un aspecto clave para sostener el avance de los proyectos, y la maduración de la autogestión es lo que determina la fortaleza en la agencia de los vecinos para decidir acerca de la colaboración o el rechazo hacia, en este caso, los actores gubernamentales. En tal sentido, creemos necesario enfocar la mirada en la robustez de los lazos comunitarios para trabajar tanto en la desestigmatización como en la resistencia a las amenazas frente a la mercantilización de los barrios populares.

Bibliografía

- Álvarez-García, J., Durán-Sánchez, A., De la Cruz del Río-Rama, M.
(2018) Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development. *Sustainability*, 10, 1158.
DOI: <https://www.doi.org/10.3390/su10041158>
- Álvarez López, C.
(2019) [*Apropiación del espacio público por prácticas de turismo en el barrio Las Independencias, comuna 13 de Medellín*, Tesis de grado]. Universidad de Antioquía.
<http://hdl.handle.net/10495/14954>
- Angenot, M.
(2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Balbi, F. y Boivin, M.
(2008) La perspectiva etnográfica en los estudios sobre política, Estado y gobierno. *Cuadernos de Antropología Social*, (27), 7-17.

- Barreto, M. y Otamendi, A.
(2015) Antropología y Turismo en “los países del Plata” (Argentina y Uruguay). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (2), 283-294.
- Cabanilla, E.
(2018) Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5 (1), 121-131.
- Cáceres, C.
(2021) "El turismo como excusa": La (re)articulación del territorio a través del turismo rural comunitario en los Valles Calchaquíes de Salta (Argentina). *Archivos do CMD*, 8 (1), 44-68.
- Cañada, E.
(2015) La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 41, 159-189.
- Cañada, E.
(2019) Los mercados del Turismo Comunitario en América Latina. Perspectiva para una agenda de investigación. *Dimensiones Turísticas*, 5 (3), 96-105.
- Cecconi, S.
(2011) *Turismo, fetichismo y exotización. Las tramas del presente desde la perspectiva de la sociología de la cultura*. Buenos Aires: Editorial Biblos Sociedad.
- Cravino, M. C.
(2009) *Entre el arraigo y el desalojo. La villa 31 de Retiro*. Los Polvorines: UNGS.
- Dias Mano, A; Feder Mayer, V. y Fratucci, A.
(2017) Community-based Tourism in Santa Marta Favela/RJ: social, economic and cultural opportunities. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11 (3), 413-435.
- Ferrari, S.
(2021) El turismo comunitario urbano como forma de re-existencia cultural y laboral. El modelo de Barrio Egipto (Bogotá). *Cuestiones de sociología*, 24 (115)
DOI: <https://doi.org/10.24215/23468904e115>
- Geertz, C.
(1992) *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona.
- González Bracco, M.
(2021) Pintó la isla: arte urbano comunitario y la ‘dignificación’ de los espacios relegados. El caso de Isla Maciel, XII Congreso Argentino de Antropología Social (CAAS), La Plata, septiembre de 2021.
- González Bracco, M. y Laborde, S.
(2021) La humanización del espacio público como colonialidad del habitar: una aproximación desde el caso de la Ciudad de Buenos Aires. En Egea Jiménez, Carmen; Egea Rodríguez, Bernardina Carolina y Fabre Platas, Danú Alberto

- (Coords.) *Resignificación de los espacios públicos en Latinoamérica. Prácticas de renovación urbana para reflexionar y debatir*, (199-216). Granada: Universidad de Granada.
- Gui, T. y Zhong, W.
(2022) “When Urban Poverty Becomes A Tourist Attraction: A Bibliometric Analysis of Slum Tourism Research”. SSRN Scholarly Paper No 4014317. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4014317>
- Hernández Ramírez, J.
(2015) Turismo de Base Local en la globalización. *Revista Andaluza de Antropología*, 8, 1-18.
- Hernández, S.
(2019) [Los “vecinos” y el “patrimonio”. Un análisis del proceso de transformación del barrio de Barracas. Buenos Aires, Argentina, 2003-2013. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales]. Universidad de Buenos Aires-Universidad París VIII, Buenos Aires.
- Lacarrieu, M.
(2016) *Vivir en la Ciudad: Sentidos de experiencia de los lugares. Procesos de disputas y tensiones en contextos locales*. La Plata-Buenos Aires: Club-Hem Editores, Ediciones Kula.
- Lacko, E.
(2019) Reflexión acerca del contexto de surgimiento de políticas turísticas ¿indigenistas? El proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC) del Ministerio de Turismo de la Nación (Argentina, 2008-2019). *Antropologías del Sur*, 6 (12), 197-223. <https://doi.org/10.25074/rantros.v6i12.1158>
- Maldonado, C.
(2005) *Códigos éticos de conducta. Tendencias internacionales e implicaciones para el turismo comunitario*, SEED, Ginebra: OIT
- Manrique, R.
(2021) #Cadadiamasbarrio. Un análisis de la discursividad del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires sobre la urbanización del Barrio Carlos Mugica (2015-2017). *Revista Question/Cuestión*, 69 (3). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>
- Nisbet, R.
(1969) *La formación del pensamiento sociológico 1*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Oliveira Figueiredo, G.
(2017) Un análisis histórico-crítico del fenómeno de las favelas en Río de Janeiro, Brasil. *Jangwa Pana*, 16 (2), 235-249. <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/2131/1582>
- Quijano, A.
(2000) Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En Ladner, Edgardo (Ed.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*, Buenos Aires: CLACSO, 201-245

- Quinchía Roldán, S. y Arrieta Neira, E.
 (2012) Urbanismo social: del discurso a la espacialización del concepto. Caso Medellín-Colombia. 9ª Biental del Coloquio de Transformaciones Territoriales. Huellas e incertidumbres en los procesos de desarrollo territorial, San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán y Comité Académico de Desarrollo Regional de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo. <https://docplayer.es/34744473-Urbanismo-social-del-discurso-a-la-espacializacion-del-concepto-caso-medellin-colombia.html>
- Rodrigues da Silva, D., Corbari, S., Cioce Sampaio, C. y Jurema Grimm, I.
 (2014) Turismo comunitario en favelas. Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira-Río de Janeiro, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23 (4), 786-804.
- Rodríguez, M. C.
 (2019) Urbanismo “pasito a pasito”. Villas y reconfiguración de la centralidad metropolitana en Buenos Aires, Argentina. *Andamios*, 16 (39), 15-45.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632019000100015
- Ruiz Ballesteros, E.
 (2015) Turismo de base local y comunidad, ¿una vinculación oportuna? *Revista Andaluza de Antropología*, 8, 19-44.
- Ruiz Ballesteros, E.
 (2017) Claves del Turismo de Base Local. *Gazeta de Antropología*, 33 (1).
<http://hdl.handle.net/10481/44359>
- Sánchez, S. y Aldao, M.
 (2020) Participación, inequidades y desigualdades en los recientes “procesos de integración sociourbana” de villas en la Ciudad de Buenos Aires. *Cuestión Urbana*, 4 (7), 47-64.
- Sánchez Attanasio, T.
 (2022) [*Turismo Comunitario Urbano en Buenos Aires: ¿Desarrollo Turístico Sostenible? Caso: Barrio Rodrigo Bueno*, Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de San Martín. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1840>
- Scotto D’Abusco, D.; Sosa, M. y Vanevic, P.
 (2021) Mutantur: un proyecto de turismo para la integración social y la construcción de dignidad. *Cuadernos de Extensión Universitaria de la UNLPam*, 5 (5), 47-68.
- Secretaría de Integración Social y Urbana (SISU)
 (2022) *Barrio Mugica en números*.
https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/barrio_en_numeros_2022.pdf

Troncoso, C. y Arzeno, M.

(2020) Polos, ferias y mercados: geografía del consumo gastronómico en Buenos Aires (Argentina). *Revista Universitaria de Geografía*, 29 (2), 95-132.

Wertheimer, M.

(2021) Renovación, extractivismo urbano y conflicto ambiental en la costa norte de Buenos Aires. *Cadernos Metrópole*, 23 (50), 67-98.

<https://doi.org/10.1590/2236-9996.2021-5003>

Yanes, A., Zielinski, S., Diaz Cano, M., Kim, S. I.

(2019) Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation. *Sustainability*, 11, 2506. <https://doi.org/10.3390/su11092506>

Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S.I., y Milanés, C.

(2020) “Why Community-Based Tourism and Rural Tourism in Developing and Developed Nations are Treated Differently? A Review. *Sustainability*, 12, 5938;

<https://doi.org/10.3390/su12155938>