



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

ESCUELA
DE ECONOMÍA
Y NEGOCIOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

ESCUELA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

LICENCIATURA EN TURISMO

Trabajo Final de Práctica Profesional

**Narrativas de los tours ofrecidos
en el Barrio Mugica de la Ciudad de
Buenos Aires**

Autor/a: Daiana Belén Alfonso

Tutor/a: Dra. Mercedes González Bracco

Octubre, 2024

RESUMEN

En el marco de los proyectos de turismo en barrios populares que se vienen desarrollando en los últimos años en la Ciudad de Buenos Aires, este trabajo busca indagar sobre las diversas narrativas que se expresan en sus tours. Para ello, se analiza el caso del Barrio Mugica (Ex Villa 31), donde el emprendimiento “Visitá Mugica” desarrolla tours guiados con diversas temáticas. Utilizando una metodología cualitativa basada en observación participante, sumada a la indagación de fuentes secundarias y bibliografía específica, fue posible determinar las diferencias entre los distintos tours y las dificultades para conceptualizar el tipo de turismo que ofrecen.

PALABRAS CLAVES/KEY WORDS

Turismo - Narrativas - Tours Guiados - Barrios Populares - Ciudad de Buenos Aires

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. PROBLEMA A INVESTIGAR	4
3. JUSTIFICACIÓN	4
4. OBJETIVOS	5
4.1 Objetivo general.....	5
4.2 Objetivos específicos	5
5. MARCO TEÓRICO.....	6
5.1 Turismo en barrios populares	6
5.2 Vinculación con el Estado.....	9
5.3 Las narrativas en el Turismo.....	10
6. ESTADO DEL ARTE	13
7. METODOLOGIA.....	15
9. DESARROLLO	19
9.1 Primera visita: Arte Urbano, Tour de muralismo	19
9.2 Segunda visita: Tour gastronómico	26
9.3 Tercera visita: Tour histórico.....	29
10. CONSIDERACIONES FINALES	33
11. CONCLUSIÓN	37
12. BIBLIOGRAFÍA	44
13. ANEXOS	51
Anexo I: Cuadro de Observación Comparativo.....	51
Anexo II: Respuestas a la encuesta realizada a través de los Formularios de Google	54

1. INTRODUCCIÓN

El Barrio Mugica, ex Villa 31, está situado en la zona de Retiro, en el ejido correspondiente a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Tal vez a causa de su cercanía a las estaciones de trenes y a la zona portuaria, desde el año 1932 se ha convertido en refugio para gran cantidad de habitantes de diversas nacionalidades: argentinos, paraguayos, bolivianos y peruanos se entremezclan entre sus calles internas. A pesar de los fallidos esfuerzos del gobierno por erradicar el asentamiento, la población continúa creciendo de manera notable, y la lucha de los vecinos por evitar la erradicación conlleva a sancionar en el año 2018 la Ley N°6129 de reurbanización del barrio.

Esta urbanización marcada por la desigualdad socioeconómica y que resulta ser una característica en América Latina, conlleva a múltiples problemáticas producto del rápido incremento en el crecimiento de las ciudades sin ninguna planificación previa, lo que repercute en desigualdades sociales, económicas y espaciales, tal como se menciona en el documento titulado “Política Nacional Urbana” del Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda (2019).

Asimismo, en el “Plan Estratégico Territorial Argentina Urbana” (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2018) se mencionan los principales retos que presentan hoy en día algunas ciudades, tales como la precariedad y escasez de las viviendas, el déficit de infraestructura básica, y la segregación social, lo que conlleva a “atender a estas problemáticas urbanas y aprovechar las oportunidades que tiene nuestro territorio y las ciudades en sí” (p.25), a partir de una planificación y ordenamiento adecuados, estableciendo criterios para la inversión pública.

Como mencionan Rodrigues da Silva, Corbari, Cioce Sampaio y Jurema Grimm (2014), algunas experiencias de turismo comunitario en contextos urbanos se desarrollan comúnmente en zonas periféricas de la ciudad que se encuentran marginadas y segregadas, dado que la revalorización del patrimonio tanto material como inmaterial de las comunidades que las habitan, permite de alguna manera desestigmatizar a los barrios y a sus pobladores.

Como una forma de acompañamiento a la comunidad, el Gobierno creó un proyecto turístico llamado “Visitá Mugica”, orientado a poner en evidencia la riqueza cultural, histórica y gastronómica que el barrio tiene, y así romper con los prejuicios existentes. Este proyecto contó con la colaboración del Ente de Turismo de la Ciudad (ENTUR), quienes brindaron capacitaciones a los habitantes para que pudieran desempeñarse

como guías de sitio. Se trata de diversos “walking tour” con una duración de dos horas aproximadamente, durante los cuales se busca poner en valor la identidad cultural del barrio y mostrar los procesos que atravesó, sus riquezas artísticas y gastronómicas, la música urbana y los sitios donde se organizan encuentros sociales y deportivos.

Al respecto, cabe mencionar que el Barrio Mugica fue incluido dentro del Plan de Turismo Comunitario Urbano (PTCU) que impulsó en el año 2020 el Ente de Turismo de la Ciudad (ENTUR) con el apoyo de la Secretaría de Integración Social y Urbana (SISU), según detalla Sánchez Attanasio (2022). Sin embargo, en su página web el emprendimiento “Visitá Mugica” utiliza la definición de Turismo Barrial.

En este sentido, resulta interesante conocer qué es lo que se cuenta y cómo se cuenta la historia e identidad del barrio por parte de los distintos actores participantes, a fin de determinar si sus puntos de vista o consideraciones sociales y culturales, sus formas de desarrollarse y sus efectos como proyecto de turismo comunitario urbano pueden verse reflejados en las narrativas que cada grupo de promotores ofrece durante sus tours.

2. PROBLEMA A INVESTIGAR

Este trabajo se propone indagar sobre las narrativas desarrolladas en los diferentes recorridos turísticos del Barrio Mugica que propone el proyecto “Visitá Mugica”, buscando comparar los distintos tours ofrecidos y analizando sus similitudes y diferencias.

3. JUSTIFICACIÓN

Sostenemos que analizar las narrativas de los diferentes recorridos turísticos que ofrece “Visitá Mugica” es de gran utilidad para los actores intervinientes, dado que esa información puede proporcionar una comprensión más profunda acerca de cómo se percibe y se comunica la historia y la identidad del barrio, a fin de recibir retroalimentación sobre la forma en que se presenta y promueve esta información, para potenciar dichas narrativas y generar mejoras en su comunicación.

Además, la existencia de distintos tours puede implicar diferencias en los objetivos o mensajes que se desean transmitir. Analizar las similitudes y diferencias entre los recorridos puede proporcionar información valiosa sobre las estrategias narrativas y de mercadotecnia de “Visitá Mugica”, ayudando a mejorar la coherencia y diversidad de la

oferta turística. Por otro lado, el conocimiento de los puntos de vista, distintos o iguales, puede ser aprovechado, además, para entender en mayor profundidad el desarrollo del turismo comunitario urbano y dar a conocer más esta herramienta de desarrollo, como modo de gestión.

Las narrativas en los recorridos turísticos son una herramienta clave para transmitir la historia, cultura y valores de una comunidad. Explorar cómo se presentan las narrativas en los distintos tours puede revelar enfoques divergentes o complementarios sobre el mismo espacio urbano. Esto es crucial en un lugar como el Barrio Mugica, que posee una rica y compleja historia.

Asimismo, las narrativas influyen en la experiencia del turista, moldeando su visión del barrio y de sus habitantes. Un análisis comparativo puede ayudar a entender cómo los diferentes relatos generan percepciones variadas sobre el lugar, afectando tanto la imagen del barrio como la relación que el visitante establece con él.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Analizar las narrativas entre los distintos tipos de tours (históricos, culturales, gastronómicos, etc.) que ofrece el emprendimiento “Visitá Mugica”, comparando las especificidades de cada uno.

4.2 Objetivos específicos

Describir qué es lo que comunican los distintos recorridos turísticos y la forma en que cada uno materializa la experiencia turística que autodenominan como “turismo barrial”.

Identificar qué elementos se destacan en cada tour (historia, naturaleza, gastronomía, etc.), cómo se estructuran las historias y qué características se destacan en los diferentes paseos.

Determinar si la duración del tour afecta la forma en que se narra la historia y qué partes del destino se resaltan más en cada visita.

Comparar las narrativas propuestas en los diferentes tours, destacando similitudes y diferencias entre ellos.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Turismo en barrios populares

Los barrios, según sostiene Díaz Larrañaga (2013, citado por Roldán et al., 2023) son lugares de construcción de identidades, donde se llevan a cabo procesos de socialización y prácticas colectivas específicas, que implican a su vez encuentros y desencuentros entre sus habitantes, cuyas identidades conforman una realidad colectiva tangible, con un determinado valor cultural y social.

Para Gravano (2003, citado por Roldán et al., 2023) los barrios son productores de sentido, construcciones simbólicas y valores, mientras que como producción ideológica poseen estatuto de símbolo, de tiempo simbólico, donde se expresa la imagen que los actores tienen sobre ellos.

Hernández García (2012) aporta al respecto de los barrios populares, que estos tuvieron mayor crecimiento a partir de los años sesenta debido a la rápida urbanización en América Latina causada por una prevalencia del desarrollo industrial y urbano. Cuando los gobiernos comenzaron a percibir que el problema requería de solución, primeramente, intentaron proveer viviendas y desalojar a las personas de estos asentamientos, con la creencia de que eran ilegales y problemáticos.

Sin embargo, Alsayyad (1993) sostiene que los asentamientos informales también pueden verse como innovadores y creativos: “reconocemos hoy al genio innovador del poblador del barrio popular al aprovechar oportunidades culturales específicas para sobrevivir y mejorar sus condiciones de vida” (p. 5). La mirada actual concibe lo informal como una forma diferente de hacer las cosas, de pensar y de actuar.

González Viaña (2006) hace referencia a que, en la actualidad, las ciudades se miran al espejo buscando agradar no sólo a sus propios habitantes, sino también a los turistas y a las personas interesadas en los negocios, definiendo de manera consciente la imagen que pretenden transmitir. Y para ello, la ciudad “se dispone con todas sus energías a realizar las transformaciones necesarias para lograrlo (...) a través de la transformación de lo existente, reutilizando y revalorando zonas tradicionales” (p.20).

Se hace necesario mencionar que la mayor relegación urbana se produce generalmente en barrios periféricos y carenciados (Donzelot, 2004), por lo que se hace necesario pensar en una forma de lograr la desestigmatización a partir de otorgar una mayor participación -voz y voto- a estos actores, haciendo lugar a sus conceptos de orden, arte y

belleza, aun cuando no coincidan con el régimen estético socialmente establecido por las políticas públicas (Benza y Laborde, 2018, citado por Lacarrieu, 2018).

Respecto de la forma en que el turismo se fue desarrollando y adaptando en las ciudades, González Viaña (2006) menciona que

Los cambios sociales y culturales del último cuarto del siglo XX modificaron las necesidades y los intereses de los turistas –como actores– que visitan ciudades, y estas –como escenografías– se han adaptado mediante procesos que puede evidenciar en tendencias generales. (p.10)

Por lo tanto, la autora considera que las ciudades se encaminaron hacia el mercado turístico y desarrollaron estrategias para promoverse y venderse, considerando esta actividad de mayor desarrollo a escala mundial en las últimas décadas, siempre que sea “inteligentemente planeado y racionalmente explotado para aumentar y diversificar la actividad económica, generar empleo, mejorar la imagen y el equipamiento de la ciudad” (p.13).

Por ende, como sostiene Pastor Steller (2009, citado por Ruffolo, 2017), la participación de la comunidad en el diseño, gestión y evaluación del desarrollo de un circuito turístico, es un proceso de acción y transformación social.

Respecto de la pregunta acerca de si la resignificación del espacio es suficiente para revertir la vulnerabilidad social y lograr la desestigmatización y el reconocimiento de los habitantes, Lacarrieu y González Bracco (2023) destacan que los proyectos comunitarios han transformado los regímenes de visibilidad pública, generando una representación social más justa para sus habitantes y reconfigurando lugares antes temidos en actuales espacios turísticos. Sin embargo, Sosa Weinreich (2017) considera que el impacto que producen en una comunidad local puede ser muy diverso, debido a la intervención de la industria de turismo y dependiendo de quién maneja el negocio y en manos de quién llega el beneficio.

Cabe destacar aquí la variedad existente en lo que respecta al turismo denominado “alternativo”. Según Smith (2012, citado por Reali, 2021), las experiencias turísticas pueden clasificarse en función a la motivación que supone el viaje para las personas, lo que permite diferenciar el turismo Recreacional, el Cultural, el de tipo Étnico, el Medioambiental y el Histórico. Por su parte, Ledhesma (2018) introduce una nueva

clasificación basada en cuatro grandes categorías: turismo corporal, intelectual, material y ambiental.

Sin embargo, al hacer referencia al turismo alternativo se establece una diferenciación con respecto al turismo masivo “en cuanto al número de personas que lo practican y el tipo de grupos sociales que opta por ellos” (Dachary y Arnaiz Burne, 2014). Narváez (2014) incluye en esta categoría al turismo aventura, el ecoturismo y el turismo rural, aunque destaca que se trata de propuestas orientadas a mejorar la calidad de vida de las personas con base en un modelo de desarrollo local socialmente equitativo, planificado “de abajo hacia arriba” (p.12), donde el proceso de desarrollo turístico es controlado por la población local poniendo el acento en la cohesión entre los distintos actores y el compromiso con la localidad, su cultura y su identidad.

En este sentido, es posible incluir en esta categoría al tipo de turismo que se desarrolla en los barrios populares de la ciudad de Buenos Aires y que son el eje de esta propuesta, diferenciándolo del turismo comunitario que se corresponde con un tipo de turismo no tradicional, cuyo objetivo se centra en “minimizar los impactos negativos y contribuir a que los miembros de las comunidades se involucren en la protección de su patrimonio cultural y natural, además de sacar provecho de forma directa de la actividad turística que se genera” (AEC, 2012, s.p.).

Si bien las primeras experiencias de turismo comunitario urbano se desarrollaron en sectores segregados y periféricos buscando su desestigmatización y la de sus habitantes (Rodrigues da Silva et al., 2014), por lo que se asociaron al concepto de *slum tourism* o “turismo de la pobreza” (López, 2020; Gui y Zhong, 2022), actualmente esta propuesta pretende hacer oír la voz de quienes residen en estas zonas, promoviendo la participación de la comunidad local y convirtiéndose en una oportunidad de valoración positiva para los visitantes.

Tanto el turismo barrial como el turismo comunitario se presentan en oposición al modelo de turismo mercantilizado y fetichizado (Cecconi, 2011, en González Bracco y Laborde, 2021) como una alternativa que, a la vez que implica la gestión y participación comunitaria, ayuda al fortalecimiento de la identidad de los actores locales (Cabanilla, 2018).

En la actualidad, algunos barrios populares como el Barrio Rodrigo Bueno ubicado en Costanera Sur o el Barrio Padre Mugica (Ex Villa 31) han adoptado los beneficios sociales y económicos del turismo como una forma de mejorar sus medios de vida. Se trata de

barrios considerados marginales, con viviendas de baja calidad inferior en las que se carece de agua potable y saneamiento, pero que poseen sus propias dinámicas sociales, sus tradiciones y una importante cuota de creatividad local. Al respecto, Pastor (2009) pone en evidencia el patrimonio intangible que estos barrios ofrecen como atractivo turístico, el cual abarca el arte urbano, la gastronomía y la danza, entre otros.

Ruiz Ballesteros (2017) menciona el auge de estas iniciativas turísticas de carácter local alrededor de todo el mundo, con denominaciones variadas como ecoturismo comunitario, turismo rural comunitario, e incluso turismo de base local, siendo esta una noción más general y abarcativa. De hecho, el autor destaca que ciertas sociedades locales utilizan el turismo para posicionarse en el mercado y ante el Estado “a partir de una reflexión sobre su cultura y una apropiación de los recursos y productos turísticos que no pocas veces implican una reivindicación territorial y política explícitas” (p.7).

En lo que respecta al aspecto normativo, Ruiz Ballesteros (2017) destaca la importancia del empoderamiento local, el compromiso con la conservación de los recursos naturales y culturales del territorio, la orientación prioritaria hacia el desarrollo social y económico de la comunidad, y la experiencia para el visitante, sustentada en la noción de autenticidad.

Finalmente, se deberá comprobar “en qué sentido el proyecto contribuye a la sostenibilidad del sistema socio-ecológico del que forma parte, y en qué medida la propia actividad turística es sostenible en sí misma” (Ruiz Ballesteros, 2017, p.8), analizando para ello su influencia en la construcción de comunidad, su inserción en la economía local, sus efectos sobre las identidades colectivas y su contribución al desarrollo de bienes comunes.

5.2 Vinculación con el Estado

Como se ha mencionado, el Gobierno suele hacer uso del turismo en barrios populares como una forma de atender a ciertas problemáticas, tales como la cuestión económica y el desarrollo social, empleando lo que Quinchía Roldán (2012) llama “urbanismo social”, es decir, una opción participativa y comunitaria de fortalecer las identidades en los territorios más relegados.

Para ello, se establecen asociaciones con los propios habitantes de estos sectores, quienes a su vez se interesan por lograr un mayor reconocimiento, a la vez que afianzan su apropiación en el espacio. No solo el Gobierno participa de estas alianzas, sino

también algunas ONG y diversas instituciones del ámbito no gubernamental. Sin embargo, la relegación urbana y la segregación socioespacial parece prevalecer aun frente a estas propuestas.

Agier (2015) hace referencia a esta forma de hacer ciudad, en la que la diversas formas de habitar producen tensiones en el orden de lo social y lo cultural, de cara a las decisiones que establecen las políticas urbanas frente a la disputa por la territorialidad. Es decir que los procesos políticos utilizan el concepto de cultura para generar acciones, sin tomar en cuenta de manera global los efectos que estas producen en las comunidades involucradas.

En otras palabras, se hace referencia a la “politización de lo cultural” (González Bracco, Lacarrieu y Epherra, 2021), donde la acción cultural expone un entramado que emerge más allá de la institucionalidad y genera tensiones en relación a lo social. El problema se hace visible a través de los roles y jerarquías inherentes a las instituciones, donde la cultura se establece como una forma de detentar poder y generar el control social, sosteniendo la desigualdad ya existente.

5.3 Las narrativas en el Turismo

Está comprobado que las narrativas son las que logran sumergir a los visitantes en la completa experiencia del lugar, apelando a sus emociones y a su nivel de atención desde lo cognitivo, generando una mayor satisfacción. Leong, Yeh, Zhou, Hung y Huan (2024) demostraron incluso el interés de los turistas en la historia de los lugares que visitan, y que recorrerlos con un guía contribuye a una experiencia más valiosa.

Sin embargo, puede ocurrir que estos relatos sean verídicos o resulten ser solo ficcionales (Vázquez et al., 2013), ya que se trata de un acto comunicativo basado en construcciones tanto verbales como visuales o escritas que argumentan sucesos en relación a un tema en particular. Para ello requieren de un emisor y un receptor entre los cuales circula un significado simbólico de aquello que se interpreta “a partir de los parámetros o referentes culturales adquiridos” (Gudmundsdottir, 1995, p. 11).

Incluso la OMT (2023) se encuentra orientada actualmente hacia la construcción de “una nueva narrativa en torno al turismo como fuerza de desarrollo y transformación” (s.p.), dado el giro que ha tomado la actividad hacia una mayor inmersión en los destinos, conectando para ello a los creadores de contenidos con los encargados de editarlos y de

compartirlos en plataformas mediáticas. Asimismo, se destacó la importancia de la sostenibilidad, el desarrollo comunitario y la conservación de la vida salvaje.

Estas narrativas son las que, de alguna manera, “indican las pautas posibles para mirar los bienes y la naturaleza cultural” (Santana Talavera, 2003, p. 9), estableciendo cuáles son los atractivos principales que definen el capital simbólico de un destino. Dado que es el receptor quien realiza la mencionada reconstrucción de sentido (Martos y Martos, 2011), puede decirse que el carácter del mismo es de orden polisémico, pues cada individuo integra una interpretación particular de la realidad que se le ofrece. Como menciona Santana Talavera (2003),

La cultura, o una selección no neutral de la misma, es objetivada y despersonalizada, sacada de contexto, a fin de obtener un producto [...], que debe infundir la idea de experiencia inolvidable y única para su consumidor y, a la vez, ser repetible y estandarizada para el conjunto. (p. 44)

La cultura, tal como mencionan Álvarez y Bartolucci (2011), está formada por “rasgos distintivos que caracterizan a un grupo social (...) los modos de vida, los derechos fundamentales del hombre, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”. Para las autoras, “La cultura proporciona al hombre una capacidad de reflexión sobre sí mismo, convirtiéndonos en seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos” (p.262).

Cabe mencionar aquí el concepto de etnocentrismo, definido por Chiriguini y Mancusi (2006) como un “sinónimo de centrismo cultural, que consiste en considerar explícita o implícitamente a una cultura o a un área cultural (por ejemplo, Europa o el Islam) como el parámetro general a partir del cual se valoran a las otras culturas”, y a causa de lo cual ciertos grupos sociales “niegan, desconocen, encubren o desprecian a las otras” (p.131).

La actividad turística es, por lo tanto, una posible alternativa para entender la realidad, en la que se busca establecer “una relación interactiva entre objeto y sujeto” (Hruby y Cortés, 2023, p.112). Para Hruby y Cortés (2023), el análisis de las narrativas turísticas permite reconstruir procesos sociales, además de ser una herramienta para la transmisión de la experiencia humana en un tiempo y espacio definido, como menciona Fesenmaier (2008).

Cóceres (2007) define al turismo como una herramienta poderosa dado que se trata de una herramienta de difusión de identidad. La autora sostiene que “Es necesario capacitar a las comunidades para que entiendan la magnitud y complejidad de la actividad turística,

tanto cualitativa como cuantitativamente” (p.39), haciéndose la pregunta “¿Quiénes somos y qué queremos?” (p.42).

Por ende, se hace necesario que el turismo sea capaz de poner de relieve el rescate patrimonial de su propia historia, tomando para ello la narración de sus habitantes y apoyando mediante políticas públicas la construcción de espacios de encuentro que favorezcan el intercambio cultural con las diferentes comunidades, su forma de vida y su patrimonio tangible e intangible. De esta manera, el turismo estaría trascendiendo su accionar como industria, para convertirse en un fenómeno humano capaz de fortalecer las relaciones humanas (Pilquimán Vera, 2016).

Por otra parte, Domínguez de Nakayama (1993) propone una distinción entre lo que se conoce como “atractivo turístico” y los “recursos turísticos”, siendo la primera una expresión que designa a “aquellos elementos que tienen fuerza para atraer hacia si a las personas”, mientras que los segundos son los “elementos con suficiente valor, atractivos, aptos y disponibles, sobre los cuales una comunidad puede basar su actividad turística” (p.24).

Para Cecconi (2011), el turismo atraviesa en la actualidad una profunda transformación, basada en el incremento de la cantidad de ofertas, la diversificación de los destinos y motivaciones crecientes que tienden más a la diversidad de experiencias que a la simple visita de lugares. Entre estas opciones, “El turismo cultural implica un tipo de turismo que manifiesta un marcado interés por lo “local” y su cultura, y emprende un viaje con la finalidad de acercarse a ella y conocerla” (p.156).

Ante esta diversidad cultural, García Moreno (2010) identifica tres posibles actitudes: la actitud etnocentrista, la actitud del relativismo cultural y la actitud de hospitalidad cultural. Esta última “Considera que es necesario el respeto hacia las otras culturas, pero no excluye el diálogo, muy al contrario, lo exige” (p.11). Para el autor,

El diálogo cultural no se ejerce prescindiendo de las propias herencias culturales y entablando un diálogo vacío. Es necesario entrar en juego los contenidos de nuestras tradiciones, buscando puntos en común y dejándonos interpelar por los otros, descubriéndonos a nosotros mismos en los otros. (García Moreno, 2010, p.11)

Por último, Santos (2010) menciona que “Comprender a los que parecen tan diferentes, nos lleva también a comprendernos a nosotros mismos” (p.11). Este autor considera que

el significado de la palabra filosofía implica “una relación de sentimiento profundo, de empatía, de sensibilidad, de pasión (...) hacia el mundo que nos circunda. Recuperar esta tradición filosófica forma parte de la reflexión intercultural” (p.12).

En el presente estudio de caso, se ofrece una interpretación acerca del capital simbólico del Barrio Mugica a través de las narrativas que dejan traslucir los promotores de “Visita Mugica” durante sus recorridos turísticos, cuya intencionalidad parece ser tender a la comprensión de lo diferente, trascender la marginalidad y generar el sentimiento de empatía respecto de la pluriculturalidad del barrio.

6. ESTADO DEL ARTE

Brasil ha sido un país adelantado en lo que respecta a los estudios de desarrollo turístico en barrios populares, por lo cual se toman como base para el desarrollo de este trabajo algunos ejemplos de trabajos previos desarrollados en este país, como es el caso de Freire-Medeiros (2007), Moraes (2016) y Rodrigues da Silva et al. (2014), quienes hacen referencia a las visitas turísticas a las favelas de Rio de Janeiro, lo cual comparte grandes similitudes con lo que se intenta mostrar hoy en barrios como Padre Mugica o Rodrigo Bueno.

Otro estudio que cabe citar a nivel internacional, en relación al turismo comunitario, es el propuesto por Hernández García (2018), quien profundiza en las potencialidades turísticas de los barrios populares de Bogotá, Colombia, haciendo referencia a sus particulares dinámicas urbanas, sociales y culturales que los vuelven factibles para el desarrollo de una estrategia turística.

A nivel nacional, González Bracco, Sánchez Attanasio y Abraham (2022) indagaron en las particularidades de la “Vivera Orgánica” y el “Patio Gastronómico Rodrigo Bueno”, y del ex proyecto “Ajayu” desarrollado en el Barrio Mugica. En este caso, fue posible determinar la complejidad de los vínculos de ambos proyectos con las agencias de gobierno, los cuales derivan en diferentes tipos de alianzas y estrategias por parte de los actores involucrados en la concreción y desarrollo del turismo en el territorio.

González Bracco (2024) indagó también acerca de los sentidos otorgados a la gastronomía gourmet en estos barrios. En este trabajo se destacan los procesos de mercantilización y desestigmatización que se evidencian a partir de proyectos de turismo comunitario urbano, junto con la etnización de la experiencia gastronómica ligada a un

discurso positivo sobre los habitantes del barrio. En la misma línea, se menciona el trabajo de Sánchez Attanasio (2022) sobre el desarrollo turístico sostenible en el Barrio Rodrigo Bueno, con el fin de analizar debilidades y fortalezas de los emprendimientos de turismo comunitario de los barrios populares, lo cual también se busca determinar en el presente estudio.

En lo que respecta puntualmente las narrativas, Hruby y Cortés (2023) consideran que las minorías étnicas y sociales han sido invisibilizadas en la ciudad de Buenos Aires, implantando en su lugar la imagen de una sociedad blanca y homogénea, por lo que los individuos con fenotipos diferentes se atribuyen a su origen boliviano, paraguayo o peruano. Dado que el presente caso pone el acento en lo que estas minorías pretenden visibilizar dentro de un contexto turístico, se evidencia lo expuesto por los autores también en relación a las narrativas concernientes a los tours que se realizan actualmente en el Barrio Mugica.

Asimismo, en relación a las identidades barriales, cabe mencionar la investigación realizada por Roldán et al. (2023) quienes analizaron el destino turístico Chapadmalal, perteneciente al Partido de General Pueyrredón, desde una dimensión sociocultural externa al modelo masivo turístico de sol y playa y buscando conocer los imaginarios y prácticas nativas de sus habitantes, las cuales permitan el desarrollo de un destino turístico alternativo basado en los bienes materiales y simbólicos que conforman su identidad. El aporte de este trabajo impacta directamente en relación al concepto de turismo barrial expresado por “Visitá Mugica”, atendiendo a las características y especificaciones que los autores brindan a esta denominación.

Por su parte, Ruffolo (2017) profundiza en la participación vecinal en el desarrollo de un circuito turístico, tomando puntualmente el caso del barrio de Los Hornos en la ciudad de La Plata. Entendiendo la actividad turística como un agente de transformación social, el autor analiza tanto el espacio físico-territorial como las interacciones particulares que allí se instauran, puntualizando en la revalorización del patrimonio propio y en la apertura hacia lo nuevo desde el involucramiento activo de la población local. De este modo, el artículo ayuda a revisar lo que ocurre en el Barrio Mugica respecto de la participación de sus habitantes en el proyecto turístico que se analiza en este estudio.

Los antecedentes mencionados permiten situarse en el contexto actual en Latinoamérica del turismo comunitario urbano, comprendiendo su relevancia en lo que respecta a la desestigmatización, el desarrollo sustentable, la revalorización territorial, los aspectos

sociales, económicos y culturales, las estrategias desarrolladas y las alianzas con las agencias de gobierno por parte de quienes se involucran en esta actividad, destacando la relevancia de acceder a un análisis pormenorizado de sus narrativas.

7. METODOLOGIA

Para desarrollar el trabajo se utilizó una metodología cualitativa basada en observación participante. Además, se indagaron fuentes secundarias como material de prensa y redes sociales, y se consultó bibliografía específica para ahondar en conceptos teóricos y antecedentes.

Como mencionan Batthyány y Cabrera (2011), la investigación cualitativa se realiza en un contexto natural, es decir, en el lugar donde se produce el fenómeno de estudio, interactuando cara a cara con los participantes, recopilando datos y observando el comportamiento de los mismos. Esta información luego es organizada en categorías en un proceso inductivo que se focaliza en identificar el significado que los participantes otorgan al problema en cuestión, aunque esta interpretación no escapa al contexto personal, la historia y las concepciones propias del investigador.

En cuanto a la técnica de observación participante, Corbetta (2007) la define como

(...) una técnica en la que el investigador se adentra en un grupo social determinado: a) de forma directa; b) durante un período de tiempo relativamente largo; c) en su medio natural; d) estableciendo una interacción personal con sus miembros; y, e) para describir sus acciones y comprender, mediante un proceso de identificación, sus motivaciones. (p.305)

Este enfoque etnográfico es definido por Guber (2001) como la elaboración de una representación coherente acerca de lo que piensa y dice una comunidad específica, entendiendo que esa descripción responde a una “conclusión interpretativa del investigador” (Jacobson, 1991, en Guber, 2001, p. 7). La mayor riqueza interpretativa surge de la ignorancia metodológica del investigador, de su capacidad para sumergirse en el trabajo de campo manteniendo un equilibrio entre la observación y la participación que le permita arribar al objeto de conocimiento.

Las unidades de análisis en esta investigación, son los tours guiados que ofrece el emprendimiento “Visitá Mugica”, dado que la hipótesis que fundamenta la misma es que

existen similitudes y diferencias en las narrativas desarrolladas en los distintos recorridos turísticos que se proponen.

Si bien el proyecto original de esta tesis apuntaba a comparar los tours de “Visitá Múgica” con los ofrecidos por el grupo autogestionado “Ajayu” que se desempeñaba también en el mismo barrio, este último dejó de realizar los tours durante el mes de agosto de 2024, lo que obligó a replantear la temática del presente trabajo, orientando la misma hacia la comparación entre las diversas experiencias que ofrece “Visitá Múgica”.

El universo de análisis, por lo tanto, es la variedad de tours ofrecidos por “Visitá Múgica”, a partir de la realización de una visita a cada uno para comparar luego la información obtenida.

Asimismo, se utiliza la denominación de “categorías nativas” desde el abordaje de las ciencias sociales y la antropología para profundizar en las formas de teorización que tienen los propios sujetos sobre sus prácticas, ya que desde la página web de Visitá Múgica se hace referencia al concepto de Turismo Barrial, lo que invita a preguntarse qué implica hablar de turismo barrial en diferencia a lo que representa el turismo comunitario, por qué eligen esa categoría y qué es lo que proponen a partir de categorizar la experiencia o el recorrido bajo esa denominación.

En este sentido, como menciona el antropólogo Noel (citado por García Germanier y González, 2016), es trabajo del etnógrafo comprender el modo en que las categorías nativas se constituyen en un recorte de la realidad durante el proceso de construcción del conocimiento, analizar cómo quedaron sedimentadas y en qué contextos se vuelven operativas.

En palabras de Guber (2010), el quehacer antropológico implica llevar al campo categorías teóricas para confrontarlas con las categorías nativas existentes en el mismo, a fin de entender cómo es ese grupo o sector social y poder reconstruir el sentido de las nociones y prácticas que se llevan a cabo. Y sigue diciendo la autora

Esto es: el investigador no va al campo para probar una teoría a partir de datos puntuales; va al campo para reconstruir las teorías prácticas que se vinculan, de alguna manera que el investigador tendrá que elaborar, con las teorías académicas. (p.50)

De esta forma, se hace posible poner en discusión el concepto de turismo comunitario, a partir de profundizar en sus particularidades en los espacios urbanos de la ciudad de

Buenos Aires, indagando en los sentidos y creencias acerca de lo que representa esta forma de hacer turismo para los propios habitantes, el beneficio que aporta a los mismos, y el tipo de gestión que se lleva a cabo por parte de otros actores que se encuentran por fuera de las comunidades. De hecho, González Bracco, Sánchez Attanasio y Abraham (2022) sostienen que las prácticas de turismo comunitario urbano en la región son todavía incipientes y han sido escasamente estudiadas.

Se evidencia la posibilidad efectiva de acceder al campo, dado que el emprendimiento “Visita Múgica” brinda tres tipos de propuestas:

- MESSA: Mercados, Sabores y Saberes, orientada a la degustación de gastronomía típica de Latinoamérica y a sus secretos, historias y anécdotas.
- WALKING TOUR: Con un enfoque más histórico, promueve el patrimonio cultural de la comunidad y un mayor conocimiento de sus instituciones y su funcionamiento interno.
- ARTE URBANO: Además de un paseo guiado por los murales que relatan la historia del barrio, se propone un encuentro con los artistas callejeros que se expresan a través del rap.

Además de estos recorridos, se van incorporando nuevas propuestas que reúnen un mix de los recorridos anteriores y agregan muestras culturales o de danza, propias de las distintas comunidades que conviven en el barrio. La importante promoción de los mismos que se realiza en redes sociales, convierte a estos eventos en fuertes atractivos para los turistas interesados. Tal es el caso, del recorrido llamado “La ruta de la Chipa”, realizado el 17 de agosto de 2024, donde se promocionaba una visita guiada con 4 paradas de degustación y danzas paraguayas.

A partir de lo observado en los recorridos seleccionados, se completó un cuadro comparativo con los ítems que se observan en la Tabla 1. Por otra parte, la curiosidad acerca de la definición de Turismo Barrial que el emprendimiento “Visita Múgica” utiliza en su página web, llevó a la necesidad de entrevistar posteriormente a los promotores acerca de esta denominación. Para lo cual, se les realizó una breve entrevista basada en el siguiente cuestionario de preguntas abiertas:

- 1) ¿Qué rol cumplís dentro de Visita Múgica? ¿Sos promotor, organizador u otro?

- 2) ¿En qué se diferencian los tours que ustedes organizan, en comparación con otros que se realizan en la Ciudad? ¿Qué es lo que caracteriza a Visitá Mágica?
- 3) ¿Cuántas son aproximadamente las personas del barrio que participan en esta actividad? ¿Qué beneficio reciben tanto estas personas como el resto del barrio?
- 4) En tu opinión, ¿qué es lo más importante de transmitir o mostrar en los tours que ofrecen? ¿Por qué?
- 5) ¿Sabes por qué en la página web de “Visitá Mágica” se describe como turismo barrial? ¿Qué significa esto para vos?

Tabla 1: Cuadro de Observación Comparativo

Ítem a observar	Nombre del tour
Duración	
Costo económico	
Tipo de tour	
Idioma en que se ofrece	
Servicios que incluye el tour	
Frecuencia con la que se realiza	
Instituciones y/o agrupaciones que intervienen o participan en la propuesta	
Personas a cargo de realizar el tour	
Cantidad de informantes/guías locales	
Tipo de público que puede participar	
Creación de la narrativa y diseño del tour	
Relato histórico	
Narrativa acerca de la participación del Estado	
Aportes desde el aspecto turístico	

Otros	
-------	--

Elaboración propia

Finalmente, cabe mencionar que se realizaron entrevistas a 4 promotores, ya que no para todos significa lo mismo, lo que permitió abordar con mayor complejidad las narrativas y poner a dialogar lo que se entiende por turismo barrial y turismo comunitario, entendiendo que tal vez haya que flexibilizar el concepto o que el concepto que se maneja dentro de las ciencias sociales no necesariamente coincide con la categoría nativa que ellos trabajan.

Es pertinente señalar que, en el apartado de desarrollo, debido a la falta de autorización para utilizar los nombres reales de los promotores responsables de las salidas, se optó por emplear nombres ficticios —"Camila", "Leandro", "Miguel", "Matías" y "Belén"— con el objetivo de preservar su identidad. Sin embargo, las entrevistas individuales realizadas posteriormente cuentan con autorización explícita para mencionar los nombres reales de los promotores entrevistados.

9. DESARROLLO

9.1 Primera visita: Arte Urbano, Tour de muralismo

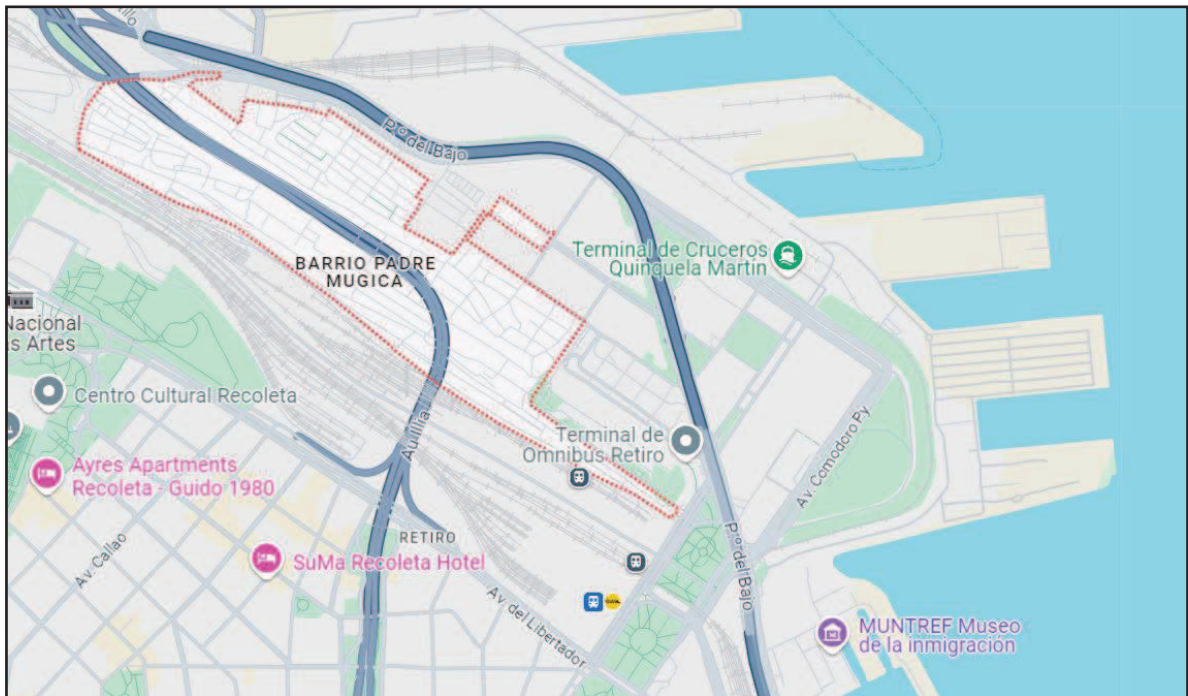
La primera visita realizada fue el “Tour de Murales” propuesto por la agrupación “Visitá Mugica”, la cual tuvo lugar el día 6 de julio del año 2024 a las 11hs, con punto de encuentro en el Banco Santander ubicado sobre la calle Carlos H. Peretti y Rodolfo Walsh. Una vez que llegaron todas personas que reservaron el paseo, comenzamos a caminar por el Barrio Padre Carlos Mugica, cuya ubicación en la ciudad de Buenos Aires puede verse en los mapas que se adjuntan a continuación (Figuras 1 y 2).

Figura 1. Ubicación del Barrio Mugica dentro de la ciudad de Buenos Aires



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps

Figura 2: Mapa del Barrio Mugica y alrededores



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps

Este primer tour consistió en un recorrido colectivo orientado en el arte y muralismo presente en el barrio, por lo que recorrimos varios puntos de este sitio en búsqueda de los diferentes espacios intervenidos con murales.

El público asistente en esta ocasión fue numeroso, con la participación de más de 35 personas, entre jóvenes y adultos. Esto se debió a la amplia promoción de esta fecha, ya que era la primera vez que se realizaba el tour centrado en esta temática.

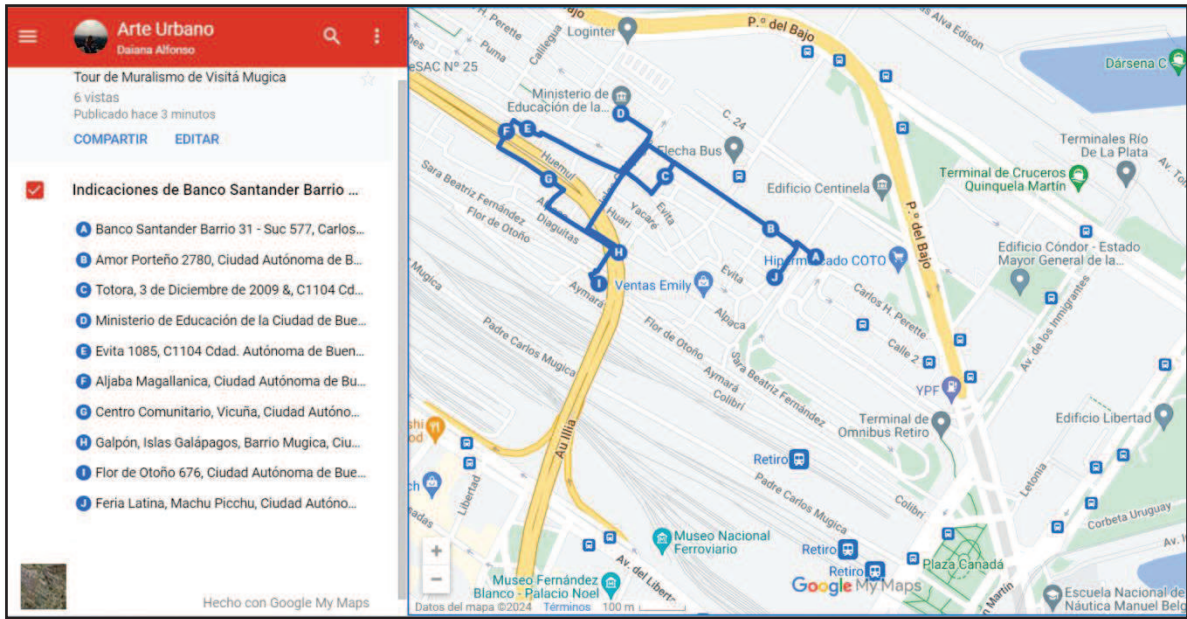
Los promotores de este recorrido fueron Camila, Leandro y Miguel, quienes, además de ser compañeros en la promoción del Barrio Padre Carlos Mugica, son vecinos que viven allí.

El recorrido arrancó poniéndonos en contexto de donde nos encontrábamos ubicados geográficamente, y cómo fue que esta ubicación influyó, años atrás, en el surgimiento del barrio. Nos contaron quiénes fueron los primeros pobladores del lugar y nos hablaron sobre las diferentes oleadas migratorias a nivel nacional y regional que sucedieron en distintas décadas y que debió transitar el barrio. Y, además, cómo estas atrajeron a nuevas personas hacia Buenos Aires en búsqueda de empleo y una mejor calidad de vida.

Por último, en esta breve introducción mencionaron distintas teorías acerca del porqué del nombre que el barrio supo tener antes (Villa 31) y del nombre que posee actualmente. Aunque igualmente sucede que mucha gente del barrio en la actualidad no está enterada sobre este cambio de nombre, o se ha enterado recientemente de dicho cambio (siendo que el lugar lleva el nombre de Barrio Padre Carlos Mugica desde el año 2017).

Continuando con la visita, una vez concluida la puesta en contexto del lugar, se dio paso a recorrer las distintas calles del barrio, según puede observarse en la imagen siguiente:

Figura 3. Recorrido de Arte Urbano (Tour de Muralismo)



Fuente: Elaboración propia en base a Google My Maps

Nos detuvimos en distintos puntos estratégicos que nos querían mostrar los promotores, y en los que aprovecharon para contarnos qué era lo que observábamos, el motivo por el que estaba ahí, el mensaje quería transmitir o el significado que tenía para el barrio. Muchas de las historias que nos contaron provenían de sus vivencias y conocimientos como propios vecinos del lugar. En este caso, Camila, al ser una de las promotoras de mayor edad dentro del grupo y la que más tiempo lleva viviendo en el barrio, nos contó toda la historia del barrio desde lo que vio, oyó y le tocó vivenciar.

Además, al abordar diversos temas relacionados con el recorrido, Camila recurrió a ejemplos de situaciones vividas en el barrio, tanto desde su propia experiencia como desde la de otros vecinos. Un ejemplo claro de esto fue cuando nos contó que, respecto al cambio de nombre del barrio, ella se había enterado solo dos años atrás, a pesar de que la modificación había ocurrido varios años antes.

Asimismo, Camila también nos compartió pensamientos que posee la gente que reside en el barrio. Por ejemplo, nos contaba mientras observábamos un mural, que: *“La vecina que vive allí quería que retrataran un lugar con un río que representara el lugar de donde ella venía”*.

Durante el recorrido por las calles del barrio, fuimos apreciando los murales que aparecían a nuestro paso. Para profundizar en su historia, los promotores barriales realizaban paradas en distintos puntos, brindando al grupo información detallada sobre los artistas, las fechas y los motivos de creación de cada obra. Un dato interesante que se nos compartió fue que la mayoría de estos murales fueron realizados por artistas locales, quienes aprendieron diversas técnicas a través de los cursos y capacitaciones ofrecidos en el espacio comunitario "La Casa de la Cultura".

Las intervenciones artísticas visitadas, se encuentran relacionadas a diversas temáticas. Hay algunas que intentan contar un significado personal para los vecinos del barrio (como el mural llamado "Intenciones" que retrata una vela encendida frente una estampita de San Cayetano y una visera a su lado), otros que buscan transmitir un mensaje (por ejemplo, el mural perteneciente a la campaña "Tocate una teta" que intenta concientizar sobre el autoexamen para prevenir el cáncer de mama), o también comunicar una lucha (como el mural de "Ramona" con su lucha por los derechos de las personas con capacidades diferentes y por una vivienda digna) (ver figura 4).

También, descubrimos otros murales que intentan honrar a personas del barrio, como al Padre Carlos Mugica quien tuvo un papel importante en la historia del barrio que lleva su nombre. Otros buscan homenajear a personajes populares como Diego Maradona y Lionel Messi, o también, representar el día a día de la vida dentro del barrio, tal como puede verse en el mural del edificio del Ministerio de Educación.

Figura 4. Mural de "Ramona"



Fuente: Imagen de elaboración propia

Durante el tour, los promotores barriales destacaron la importancia de la figura del Padre Carlos Mugica en la comunidad, mostrándonos los altares y murales dedicados a su memoria. Aunque la temática principal del recorrido era el arte y el muralismo, se nos proporcionó un breve contexto histórico sobre su vida y su lucha por ayudar a los habitantes del barrio. Sin embargo, esta información fue presentada de manera resumida, ya que se nos invitó a participar en otra ocasión, en un recorrido histórico más profundo, organizado por la misma agrupación.

A medida que transitábamos por el barrio, surgieron preguntas de diversos temas por parte del público hacia los promotores. Aunque la posibilidad de hacer consultas existió desde el inicio del tour, el grupo fue planteando sus inquietudes a medida que se adentraba en el conocimiento del barrio, observando con detenimiento y con mayor comodidad. Algunas preguntas estuvieron relacionadas con los temas del recorrido, mientras que otras surgieron de la curiosidad de los visitantes por aspectos que les llamaban la atención.

Un ejemplo a mencionar fue cuando alguien preguntó sobre el significado de la fecha que daba nombre a una de las calles por las que pasábamos. En respuesta, nos explicaron

que los nombres de las calles fueron seleccionados por los propios vecinos del barrio, a través de mesas participativas, donde propusieron, votaron y decidieron los nombres, en lugar de ser impuestos por el Gobierno de la Ciudad.

En el ante último tramo del recorrido y coincidiendo con el horario de almuerzo, nos dirigimos hacia un restaurant del barrio para degustar una comida típica boliviana que tenía como protagonista: a la sopa de maní. Al concluir, fuimos hacia “La casa de la Cultura” que era nuestra última visita del tour. Allí, nos dieron la bienvenida quienes se encargaban de este lugar, nos contaron cómo surgió, qué es lo que hacen y cómo se convirtieron en un sitio hoy en día de gran importancia para la gente del barrio.

Después de esta presentación, procedieron a contarnos sobre la intervención que nos estaban a punto de enseñar que era la técnica de “Paste Up”. Al finalizar, nos agradecieron la visita, nos animaron a volver a visitar el barrio y a dejar nuestra huella bajo esta nueva técnica de intervención artística aprendida. Comenzamos el viaje de regreso hacia el punto de partida del tour, y concluimos el mismo con la despedida de los promotores.

Figura 5. Grupo de visitantes desarrollando la técnica de “Paste Up”



Fuente: Imagen de elaboración propia

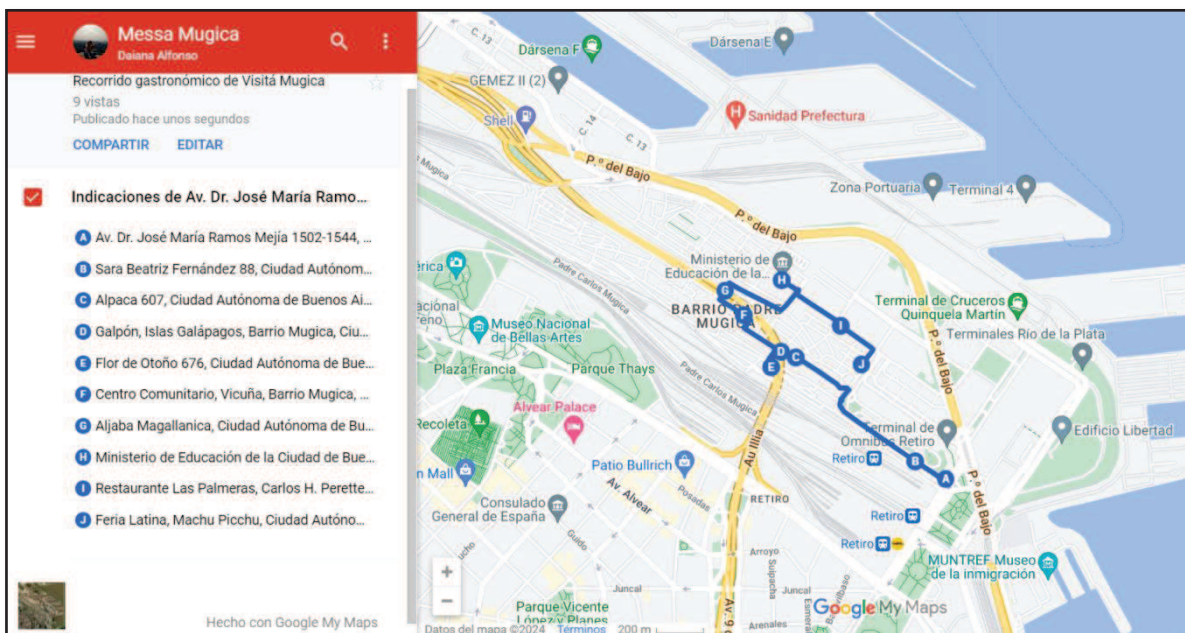
9.2 Segunda visita: Tour gastronómico

El segundo tour al que asistí, con el nombre de “Messa Mugica”, se llevó a cabo el día sábado 27 de julio de 2024, siendo el punto de encuentro entre promotores locales y visitantes la entrada principal o “entrada nueva” al Barrio Padre Carlos Mugica, ubicada sobre la calle Flor de Otoño y Av. Dr. José María Ramos Mejía. En esta oportunidad, los promotores del barrio en este tour organizado por “Visitá Mugica” fueron Miguel y Matías.

En esta ocasión, el público asistente fue menor: éramos un grupo de solo 4 personas, todos adultos, quienes participamos en el tour.

Antes de comenzar, Miguel explicó rápidamente que la visita incluiría tres paradas de degustación (Figura 6) y, a su vez, se realizaría una contextualización del lugar. Luego, nos informó sobre las medidas de seguridad que debíamos tener en cuenta, como no usar el celular descuidadamente en la vía pública, no tomar fotografías a los vecinos sin su permiso, y ser especialmente cuidadosos en no fotografiar a los niños debido a que son menores de edad. Otras recomendaciones incluían permanecer siempre juntos y a un costado de la calle, ya que a veces circulaban en el mismo momento personas, motos y autos.

Figura 6. Recorrido del Tour Gastronómico



Fuente: Elaboración propia en base a Google My Maps

Nuestra primera parada de degustación se llevó a cabo en un local de venta de “chipa” donde probamos esta comida típica paraguaya. Aquí fue posible elegir entre el “chipa tradicional” y el de “jamón y queso”. Mientras aguardábamos la preparación, el promotor aprovechó para explicarnos sobre el proceso de elaboración de este alimento (realizado a base de fécula de maíz), su origen, y la forma en que este local de comida abastece a establecimientos tanto dentro como fuera del barrio.

La espera en este sitio, también fue aprovechada por el promotor local para hablar sobre la entrada donde nos encontramos al inicio. Su importancia reside en que esta entrada fue creada a partir de la pandemia, para darle una mejor circulación al barrio debido que las entradas antiguas eran muy estrechas y por ellas circulaban muchas personas. Entonces, al establecer esta nueva entrada, se creó una calle en la que pueden circular tanto los peatones, los autos y las bicis (a través de una bicisenda).

Para arribar a nuestra segunda parada degustativa, debimos transitar por la zona conocida como “El Playón”, el área más comercial del barrio. Debido a su actividad, fue necesario ser especialmente precavidos con el tránsito de motos, autos y peatones, que compartían el mismo camino. En este paseo comercial, encontramos locales de diversos rubros y espacios como centros de salud. También nos cruzamos con los “moto carros”, vehículos compuestos por una moto unida a un carro, que se utilizan para transportar mercancías y funcionan como fletes dentro del barrio. Los promotores nos explicaron que estos medios de transporte son característicos de la zona y están autorizados por el Gobierno de la Ciudad, aunque solo pueden circular dentro del barrio.

A continuación, llegamos a un restaurante de comida típica boliviana donde nos dieron de probar “api y pastelito”, un desayuno “poderoso” que se consume también en el norte de nuestro país, aunque su procedencia es de Bolivia. Se nos explicó que el “api” es una bebida hecha a base de maíz morado que generalmente se toma caliente, aunque también puede tomarse fría. En cuanto al “pastelito”, se asemeja a nuestra “torta frita” argentina, aunque se trata de una masa mucho más fina, grande y cuadrada, rellena de queso y cubierta por azúcar impalpable.

El paseo continuó recorriendo las calles del barrio y descubriendo los diferentes murales que encontramos a nuestro paso, donde nos relataron quiénes eran los autores, su significado o el motivo por el cual habían sido creados. Siendo parte del itinerario, fue posible conocer la “Casa de la Cultura” (aunque en esta oportunidad solo desde afuera), el “Centro Comunitario”, el “Bajo Autopista” y “El Ministerio de Educación” como algunos

de los sitios más importantes y representativos del barrio. Cada visita estuvo siempre acompañada de información relevante sobre los espacios observados.

No obstante, también se añadieron nuevas paradas que permitieron seguir conociendo otras partes del barrio: por ejemplo, se incorporó un recorrido por la parte urbanizada (las nuevas viviendas hechas por el Gobierno), “la planta de reciclaje”, “la Feria Latina”, y el “Playón” anteriormente mencionado, entre otros.

El recorrido gastronómico no solo ofreció información descriptiva sobre los lugares visitados y brindó un contexto histórico similar al ofrecido en el tour anterior, sino que, además, en distintos puntos del trayecto fue enriquecido con experiencias y anécdotas tanto de los promotores como de otros vecinos. Estas historias siempre estaban relacionadas con algo que observábamos o encontrábamos en el camino.

Un hecho que puede servir para ejemplificar lo mencionado, ocurrió al pasar por el “Bajo Autopista”. Aquí nos encontramos con la “Placita del Terror”, como la conocen los vecinos, también llamada “Plaza de Madera”, donde nos explicaron el origen de su nombre, cómo era en el pasado y su transformación hasta hoy. Actualmente, es una cancha de fútbol donde, en ocasiones, los mismos promotores barriales juegan, y es también un concurrido punto de encuentro para los habitantes del barrio.

El paseo continuó circulando entre las calles internas del barrio, donde la atención de los promotores se puso sobre unos pequeños “ganchos de metal” adheridos a las paredes de las fachadas de las casas. Se trata de unos ganchitos utilizados para colgar y separar la basura. Esto dio pie a una explicación sobre cómo la Planta de Reciclaje abastece a la ciudad de Buenos Aires en lo relacionado con césped, contenedores, y otros recursos. Se trata de un proyecto que busca concientizar al barrio sobre la importancia del reciclaje, complementado con talleres de capacitación que enseñan a separar los residuos orgánicos de aquellos que deben ser enviados al CEAMSE.

Seguimos recorriendo por la zona e incorporando nuevos datos sobre la vida en el barrio. Actualmente se están multiplicando los Centros de Acción Familiar, lugares que funcionan como comedores para las familias que lo necesitan. En estos espacios, se les brinda desayuno, almuerzo y, en algunas ocasiones, también cena. Esta información nos fue dada porque durante el recorrido nos cruzamos con uno de estos centros. Los promotores aprovecharon la ocasión para explicarnos su función y la importancia que tienen en la comunidad.

La tercera y última degustación que brinda el circuito, fue en un restaurant de comida peruana. Aquí nos dieron de probar una comida típica de Perú conocida como “chaufa”. Se trata de arroz frito, con salsa de soja, verduras y carne que puede ser de cerdo, pollo o vaca. Como cierre del recorrido, transitamos por la Feria Latina (donde nos invitaron a comprar si así lo deseábamos) hasta llegar al camino que nos dejaría nuevamente en la entrada principal donde nos habíamos encontrado al inicio.

Figura 7. Distintas paradas degustativas del recorrido gastronómico (Api con Pastelito, Chipa de jamón y queso y Chaufa acompañada de salsas)



Fuente: Imagen de elaboración propia

9.3 Tercera visita: Tour histórico

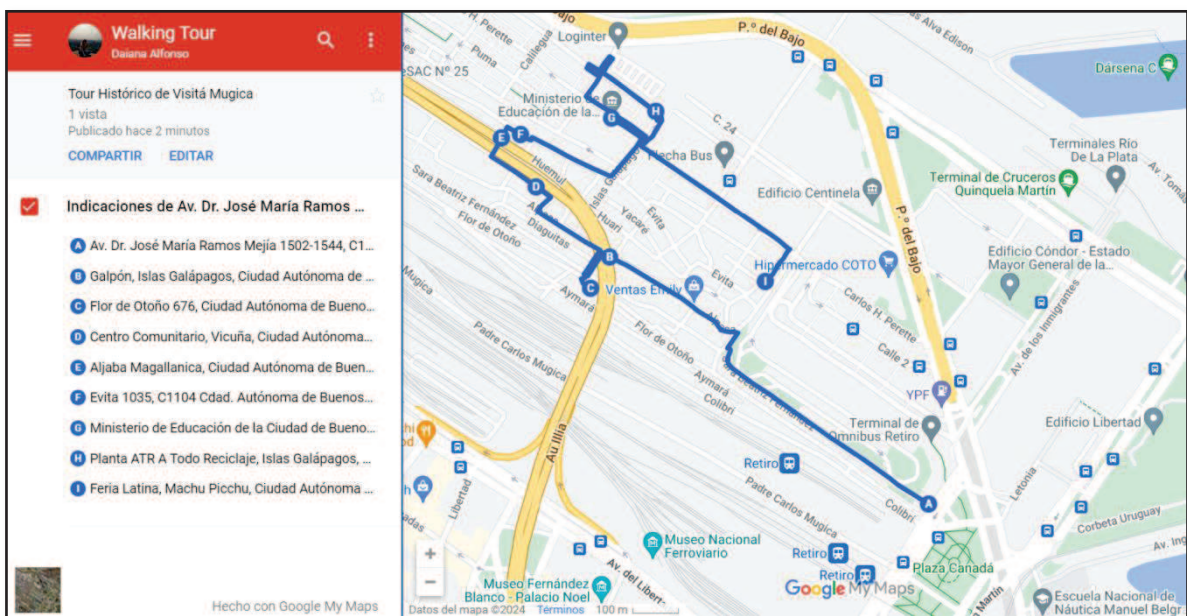
El tercer recorrido al que asistí se realizó el 9 de septiembre de 2024 a las 14:30 horas, con punto de encuentro en Av. Dr. Ramos Mejía 1680 (en el "Pórtico amarillo", entre la terminal de ómnibus y la estación de tren San Martín). Este tour, de temática histórica, se realizó de manera privada, ya que actualmente no se ofrece en formato grupal. Por lo que, para poder participar, es necesario contactarse directamente con la agrupación y

coordinar la fecha y hora entre las partes interesadas. Por ese motivo, en esta ocasión éramos solo dos visitantes adultos.

El promotor que nos acompañó fue Miguel, y también se sumó Belén, quien participaba como asistente o practicante recién ingresada a la agrupación. Tras el encuentro a la hora pactada, los promotores nos ofrecieron una charla sobre las precauciones y el comportamiento adecuado en el barrio antes de iniciar el recorrido.

Iniciamos por la calle Flor de Otoño, donde nos explicaron el origen de esta nueva entrada, también conocida como la entrada principal, y los sitios de interés a su alrededor. Nos hablaron sobre la Terminal de Ómnibus visible durante casi todo el trayecto de entrada al barrio, así como las características de las fachadas de las casas y comercios a lo largo de esta calle. El recorrido completo de este tour se detalla en la figura 8.

Figura 8. Walking tour: Recorrido Histórico



Fuente: Elaboración propia en base a Google My Maps

También nos mencionaron que el barrio cubre aproximadamente 72 hectáreas, limitando al norte con el Barrio Saldías, al oeste con Recoleta (dividido por las vías de los ferrocarriles Mitre, Belgrano y San Martín), al sur con la Terminal de Ómnibus de Retiro y al este con el Puerto Nuevo de Buenos Aires.

Nuestro recorrido continuó hasta llegar a la zona comercial conocida como “El Playón”. Antes de entrar, debido al bullicio característico de la música y los sonidos de un lugar concurrido, nos ofrecieron una breve introducción sobre la historia del barrio. Nos explicaron que su origen se remonta a 1932, cuando inmigrantes italianos y polacos, muchos de ellos trabajadores del Puerto Nuevo y de los ferrocarriles, comenzaron a asentarse allí. Por lo que, en respuesta a la demanda de viviendas cercanas a los lugares de trabajo, el Gobierno de aquella época cedió dos galpones, conocidos como “Inmigrantes” y “Saldías”, uno de los cuales constituye hoy la parte más antigua del barrio.

Otro dato histórico que nos informaron, fue que, durante las siguientes décadas, el flujo migratorio fue interno, con personas provenientes del noroeste argentino, especialmente de Salta, Jujuy y Tucumán, en busca de empleo tras la crisis de los ingenios azucareros. Y años más tarde, llegaron inmigrantes de países vecinos como Paraguay, Bolivia y Perú, lo que añadió una diversidad cultural notable al barrio. Hoy en día, el barrio sigue recibiendo inmigrantes, entre los que se destaca la afluencia de brasileños, venezolanos y africanos.

Una vez concluida esta breve reseña histórica sobre los inicios del barrio, caminamos por "El Playón" donde observamos la actividad comercial, la venta de comidas típicas de las distintas comunidades, y el tránsito de motocarros característicos de la zona. Al final de esta calle, coincidimos con una celebración de la comunidad boliviana en honor a la Virgen de Guadalupe, donde pudimos presenciar danzas y música tradicionales frente a una escultura de la Virgen en un conocido restaurante, lo cual no estaba previsto en el programa.

A continuación, visitamos los alrededores del restaurante y, primero, nos dirigimos hacia el mural de "Maradona y Messi", donde los promotores aprovecharon para hablarnos de la influencia artística y deportiva en el barrio. Luego, pasamos por la "Casa de la Cultura", un espacio dedicado a ofrecer cursos y capacitaciones para los vecinos, que también se utiliza para realizar experiencias y actividades culturales y artísticas relacionadas con los distintos tours ofrecidos por la agrupación.

Posteriormente, caminamos hacia la zona del bajo la autopista, donde los promotores explicaron los procesos de reurbanización del barrio. Nos contaron que, tras la Ley N°3343, comenzó la urbanización, complementada más tarde con la Ley N°6129, que impulsó la integración definitiva del barrio con la Ciudad de Buenos Aires.

Durante el trayecto, pasamos por el "Centro Comunitario", donde se nos proporcionó información acerca de las actividades que allí llevan a cabo, como también sobre los alrededores del bajo, aprovechando para hablarnos sobre los murales que podíamos apreciar en este punto y sus significados. También mencionaron que, según un censo interno de 2016, la población del barrio se estima entre 45.000 y 48.000 personas.

A continuación, mientras recorríamos las calles internas, nos explicaron los distintos procesos de erradicación que vivió el barrio, siendo el más significativo el ocurrido durante la dictadura militar entre 1976 y 1983, cuando la mayoría de los habitantes fueron forzados a mudarse a diversas zonas de la provincia de Buenos Aires. Solo quedaron unas 31-33 familias, lo que dio origen al mito sobre el nombre "Villa 31".

Hablando de los distintos procesos por los que pasó este lugar, los promotores dieron detalles sobre los distintos nombres que tuvo el barrio. En primer lugar, fue llamado Villa Desocupación, luego Villa Esperanza, Villa 31, Barrio 31, y finalmente reconocido como Barrio Mugica. Esta última denominación significó el poder de decisión de los habitantes del barrio y su sentido de pertenencia.

Así fue que llegamos a la zona del Ministerio de Educación, donde nos encontramos con murales en homenaje al Padre Carlos Mugica. Esto fue utilizado por los promotores para proceder a contarnos sobre la historia de este hombre y su relación con el barrio. Por lo que durante todo el camino por la calle Perette, nos relataron sobre la vida y obra de Mugica, quien fue uno de los pioneros en la urbanización del barrio y trabajó incansablemente junto a los vecinos en contra de las injusticias bajo la predicación de la fe, por lo cual pueden encontrarse murales en su homenaje en distintas partes del barrio (Figura 9).

Nos contaron que el padre Carlos Mugica nació el 7 de octubre de 1930 y era un apasionado por el fútbol, deporte que promovía entre los jóvenes del barrio, motivo por el cual hoy existen muchas canchas de fútbol dentro de este sitio. También nos mencionaron que el 27 de diciembre de 1970 fue inaugurada en el barrio la parroquia Cristo Obrero, que fue confiada por el Gobierno de la Ciudad para ser llevada adelante por Mugica. Es aquí donde hoy descansan sus restos.

El último punto de nuestro recorrido fue la "Feria Latina", donde aprendimos sobre su regulación por parte del Gobierno de la Ciudad y los requisitos que deben cumplir los vecinos para obtener un puesto. Finalmente, regresamos al punto de partida, donde los promotores se despidieron, invitándonos a volver a visitar el barrio.

Figura 9. Murales en homenaje al Padre Carlos Mugica



Fuente: Imagen de elaboración propia

10. CONSIDERACIONES FINALES

Como puede verse, todos los tours brindan un contexto histórico similar, visitando los puntos más “emblemáticos” propuestos por Visitá Mugica, y pueden incluir o no alguna degustación. Sin embargo, el recorrido histórico se encuentra acompañado de mucha más información histórica acerca de estos sitios, y también toma más presencia el relato de la vida de uno de los personajes más importantes para la historia del barrio, que es el Padre Carlos Mugica.

En cuanto a la religión, esta se incluye de manera directa dentro del contexto histórico de todos los tours, reflejada en aquellas muestras de fe comunitarias que buscan homenajear, a través de altares o murales, la participación del Padre Carlos Mugica en la historia del barrio.

Sin embargo, respecto de la pluralidad religiosa que se puede encontrar en el barrio, lo que se observa es que las muestras de fe propias de cada comunidad no son

mencionadas en los recorridos, salvo las que surgen en algún recorrido o evento cultural, relativas a una única narración que tiene que ver con la historia del lugar y la devoción popular de los integrantes en base a esa historia.

Por otra parte, la cantidad de guías que participan en cada tour depende de la convocatoria que vaya a tener esa fecha. Es decir, si es un recorrido “eventual” que es organizado con mucha anterioridad (aproximadamente un mes), y además, es fuertemente promocionado, el tour es considerado como un evento particular en el que posiblemente asista un número grande de personas, por lo que los promotores a cargo del guiado del recorrido serán como mínimo 3 personas.

Pero en recorridos que son periódicos, o incluso en recorridos organizados de forma privada con un número mucho menor de asistentes, los promotores que acompañan las salidas pueden ser dos personas únicamente. En otras palabras, siempre hay un promotor que está a cargo y puede ser acompañado por una segunda persona que está aprendiendo el servicio o que asiste al primero en cuanto a información.

Respecto a la duración que tienen los recorridos, si bien todos tienen una duración máxima estipulada, los recorridos pueden alargarse o acortarse en función de la cantidad de público asistente. Por ejemplo, en los eventos con mayor convocatoria de gente como fue el Tour de Arte Urbano, se identificó que el recorrido tuvo una duración mayor de tiempo (3 horas) en comparación con otros.

Podemos suponer que esto se debió a que fue una fecha fuertemente promocionada, que convocó a una participación de más de 30 personas, por lo que el movimiento de esa considerable cantidad de turistas en el barrio genera una mayor organización. Por el contrario, el recorrido gastronómico y el histórico tuvieron una duración menor (entre 1.30hs y 2hs), y en ambos casos éramos menos de 4 personas, por lo cual el transitar por el barrio resultó más rápido y tal vez, simplificado, aunque más personal.

Se ha observado que los lugares visitados en los distintos recorridos turísticos tienden a repetirse en la mayoría de los casos. Lo mismo ocurre con las explicaciones durante las guiadas. Aunque cada guía turístico puede aportar su propia impronta, agregar o quitar información y ajustar el recorrido según su criterio como habitante local (por ejemplo, debido al cierre de calles, el guía puede modificar el trayecto y proponer otros lugares), el contexto histórico es un elemento constante en todos los recorridos. Al referirnos a "contexto histórico", hablamos de información relacionada con la creación del barrio, los

procesos de reurbanización que ha atravesado, así como su configuración actual y los sitios más relevantes.

Es por ello que podemos decir que esta “reafirmación” de conceptos en los distintos recorridos turísticos, tiende a reforzar la lucha de este barrio inmigrante contra la estigmatización social con la que convive desde hace años. En palabras de la promotora local Patrycya: “nuestro mayor propósito es terminar con esta barrera de lo que es un barrio popular, y hacerle ver y saber a todos aquellos que muestren interés, que el barrio ha cambiado bastante y que venir a conocer y saber más sobre cómo viven los vecinos, es algo seguro”.

En cuanto a los lugares visitados, se destacan por su repetición en los diferentes recorridos: “La Casa de la Cultura”, “El Ministerio de Educación” y la zona re urbanizada, “El mural de Messi y Diego Maradona”, “El bajo autopista”, “La feria Latina”, los alrededores de la Calle H. Perette”, entre otros. El hecho de que esto suceda, refleja la importancia que tienen estos sitios para la comunidad, debido a que muchos de ellos se encuentran vinculados a distintas etapas que debió transitar el barrio desde su origen a la actualidad.

Es decir que se encuentran muy bien asentadas las ideas que se quieren comunicar respecto del barrio, aunque el resto del Barrio Mugica, fuera de la zona delimitada como turística por Visitá Mugica, es poco mencionada en sus recorridos. La única información que se pudo obtener como “datos extras” acerca de la composición del barrio, consistió en la ubicación de las comunidades que se encuentran allí, los sitios de la Ciudad que limitan con otros sectores del barrio, y que los restos del Padre Carlos Mugica están en una Capilla dentro del barrio, al igual que un mural conocido como el “Guernica”, realizado con la técnica de mosaiquismo por un artista local.

Más allá de eso, no se pudo conocer nada más acerca de ese sector durante los tours asistidos. Por el contrario, los promotores locales alientan a los turistas a regresar a visitar el barrio por su cuenta, pero únicamente por los alrededores de esta zona turística. No recomiendan adentrarse en otras zonas por cuestiones de seguridad.

La amplia variedad gastronómica es otro de los pilares turísticos del Barrio Mugica. Es por ello que se encuentra presente en casi todos los recorridos que ofrece Visitá Mugica, excepto en el recorrido histórico que se programa a pedido del interesado y no incluye ningún tipo de degustación o almuerzo. Pero en todos los demás, siempre hay como

mínimo una parada en la que se pueden probar comidas típicas de alguna comunidad del barrio.

Por ende, se aprecia que la singularidad de poseer una gastronomía multicultural ha servido al barrio para atraer más turistas, además de los que podría convocar el interés por un conocimiento más histórico o social. Este recurso es bien aprovechado por Visitá Mugica, quien reconoce en ello una oportunidad para que la comunidad pueda fortalecer el vínculo con “el afuera”.

A partir de las entrevistas realizadas a diversos integrantes del emprendimiento turístico Visitá Mugica, se pudo identificar una equiparación entre los conceptos de "turismo barrial", "turismo comunitario" y "turismo comunitario urbano". Es importante señalar que los promotores turísticos no cuentan con una formación académica en Turismo, más allá de los cursos de capacitación que les ofrece el Ente de Turismo. Con esta base de conocimientos, junto con la experiencia adquirida como promotores locales del barrio, hemos observado que, aunque no distinguen estos conceptos según los lineamientos académicos, los resignifican en función de su propia realidad. Esto puede deberse a diversas razones que, desde su perspectiva, resultan válidas. Algunas de ellas pueden ser:

1. La experiencia directa y práctica: El promotor local basa su conocimiento en la experiencia diaria de su comunidad y su interacción con los visitantes. Para él, lo más importante es la conexión genuina con el lugar y las personas. En ese sentido, tanto el turismo barrial como el comunitario involucran a la gente del lugar y su entorno, lo que podría hacer que vea pocas diferencias entre ambos conceptos.
2. Participación activa de la comunidad: En su labor, la comunidad local tiene un rol central. Ya que los habitantes del lugar son los que guían, ofrecen sus historias y saberes, dan a conocer su cultura a través de la gastronomía y muestras artísticas, y convierten el recorrido en experiencia auténtica. Por lo que en este caso el promotor podría percibir ambos conceptos turísticos como manifestaciones de un mismo fenómeno: la integración de los vecinos y su identidad en la experiencia turística.
3. Distancia con el lenguaje académico: Al no tener formación en carreras relacionadas al turismo, los términos y matices teóricos que diferencian ambos

conceptos no le resultan tan evidentes o relevantes. Lo que prima para él es la vivencia y la relación directa con los turistas, más allá de las definiciones técnicas.

4. Valor de su palabra y conocimiento local: A pesar de no coincidir con los conceptos académicos, su palabra tiene un valor intrínseco porque su conocimiento proviene de la práctica y la inmersión en su comunidad. Su enfoque no está mediado por teorías externas, sino por la realidad del barrio y la manera en que los visitantes lo experimentan.
5. Adaptación y pragmatismo: Al estar en contacto directo con los turistas y conocer el funcionamiento real del barrio, el promotor adopta una perspectiva más pragmática. Quizás, para él, ambas formas de turismo generan beneficios similares, como el desarrollo local o la visibilidad del barrio, lo que hace que en su percepción práctica no sea necesario diferenciarlos de manera estricta.
6. Similitud entre las características de ambos conceptos: Además de los casos anteriores, podemos encontrar que hay ciertas similitudes, entre el “Turismo Barrial” y el “Turismo Comunitario”: si hablamos de la revalorización de lo local, en ambos casos, el objetivo es dar visibilidad a lugares que muchas veces no son los más frecuentados por el turismo convencional. Ya sea en un barrio o en una comunidad más amplia, el foco está en mostrar la vida cotidiana, la cultura local y las tradiciones, lo que para los sujetos implicados podría ser percibido como un mismo enfoque de desarrollo cultural y económico.

Desde la perspectiva de quienes participan en la gestión del turismo en el barrio o comunidad, ambos tipos de turismo buscan un impacto positivo en los residentes locales, ya sea a través del empoderamiento económico, la creación de empleo o el fortalecimiento de la identidad local. Para ellos, el impacto social es el objetivo principal, lo que puede llevarlos a no hacer distinciones entre los términos.

11. CONCLUSIÓN

El presente trabajo tuvo como principal objetivo analizar las narrativas entre los distintos tipos de tours (históricos, culturales, gastronómicos, etc.) que ofrece el emprendimiento “Visitá Mugica”, comparando las especificidades de cada uno.

Por ello, tras describir qué es lo que comunican los distintos recorridos turísticos y la forma en que cada uno materializa la experiencia turística que autodenominan como

“turismo barrial”, puede decirse que, a pesar de que en las redes sociales como en su página web, oficialmente se describan como “Turismo Barrial”, los actores intervinientes de “Visitá Mugica” relacionan fuertemente este término con lo “comunitario y urbano”. Tal conexión se expresa en frases como: “uno fuera una rama del otro”, “por incluir al barrio en la actividad” o por considerarlo como “uno de los pocos proyectos de base comunitaria”. Estas afirmaciones, que respaldan esta interpretación, fueron obtenidas en las entrevistas individuales realizadas.

Esto nos lleva a una comprensión crítica de cómo las categorías sociales, en este caso "turismo barrial" y "turismo comunitario", pueden ser entendidas y representadas de manera distinta como es el caso de los actores involucrados en Visitá Mugica.

Preguntar a diferentes integrantes del grupo permitió recoger una variedad de interpretaciones en donde se evidenció una similitud entre los conceptos de “Turismo Comunitario y Turismo Barrial”. Es importante reconocer que esta categoría puede no ser fija o uniforme, sino que puede variar según la experiencia, la función o el rol de cada actor dentro del proceso turístico.

Reflexionar sobre esta pluralidad permite comparar lo que establecen las ciencias sociales y lo que los actores en terreno perciben como turismo barrial o comunitario; identificando una divergencia entre las categorías académicas y las categorías nativas. Mientras que los libros pueden ofrecer una definición precisa de lo que constituye "turismo comunitario" o "turismo barrial", en la práctica los actores involucrados del Barrio Mugica aplican esas categorías de forma diferente o incluso las reinterpretan según su contexto local y social.

Esta divergencia encontrada plantea que las categorías que los estudios teóricos definen con precisión pueden no coincidir con las realidades vividas por los actores que participan en estas actividades. Por lo tanto, es fundamental reflexionar sobre las implicaciones de esta discrepancia y sobre cómo puede enriquecer el análisis en contextos locales.

Por una parte, están las categorías académicas que tienden a ser abstractas y generalizadoras, ya que buscan aplicarse a múltiples contextos geográficos y culturales. Si bien ofrecen una estructura sólida para el análisis, también pueden ser rígidas o limitantes, al no captar las dinámicas locales que caracterizan cada experiencia de turismo. Esto es especialmente cierto cuando estas definiciones se aplican sin considerar las particularidades de los contextos donde las comunidades practican el turismo, generando una desconexión entre la teoría y la realidad vivida.

En contraste, los actores en terreno, en este caso los integrantes de Visitá Múgica, pueden percibir y aplicar las categorías de "turismo barrial" o "turismo comunitario" de maneras diferentes o incluso contradictorias con las definiciones académicas. Para ellos, las categorías no solo reflejan una actividad económica o social, sino que también están cargadas de significados locales, históricos y culturales.

Por ejemplo, lo que para un académico puede considerarse turismo comunitario solo si cumple con ciertos estándares de organización colectiva o distribución de recursos, para la comunidad estudiada, es visto como tal simplemente por el hecho de que los visitantes interactúan con el entorno social y cultural. De este modo, los actores locales pueden reinterpretar estas categorías según su contexto y necesidades, utilizando términos como "turismo barrial" o "comunitario" de formas que reflejen su experiencia cotidiana, aunque estas no coincidan con los marcos conceptuales teóricos.

Sin embargo, esta tensión es también un terreno fértil para esta y otras investigaciones, ya que abre la posibilidad de reexaminar los límites de las definiciones académicas. Al confrontar las categorías nativas con las académicas, se puede evidenciar cómo los conceptos teóricos se adaptan, se transforman o incluso se resisten a las realidades locales. Este proceso permite cuestionar la rigidez de las categorías y, al mismo tiempo, visibilizar las voces y experiencias de los actores locales, reconociendo que tienen agencia en la construcción de significado.

Pero esta resignificación no implica renunciar a las herramientas conceptuales de las ciencias sociales, sino más bien enriquecerlas mediante el diálogo con las realidades locales. Los actores en terreno no son meros receptores pasivos de las categorías académicas, sino que también tienen el poder de transformar y adaptar estas nociones de manera creativa y contextual. Por lo que se convierte en un proceso dialógico, donde las categorías se construyen colectivamente entre los académicos y los actores locales.

Al abrirse a las interpretaciones locales y cuestionar la rigidez de las categorías teóricas, se puede generar un análisis más matizado, que refleje la diversidad de experiencias y significados que coexisten en el terreno. Dando lugar a que las voces locales desafíen, complejicen y enriquezcan las definiciones establecidas, contribuyendo así a una comprensión más amplia y diversa de lo que significa hacer turismo en contextos comunitarios o barriales, y cómo es este el caso, en barrios populares.

Sin embargo, también podemos pensar que en esta repetición de lugares y de las narrativas que se cuentan, se vuelve no representativo de la comunidad en su totalidad, solo de una parte. Lo mismo sucede con sus beneficios.

Luego de haber identificado qué elementos se destacan en cada tour (historia, arte, gastronomía, etc.), cómo se estructuran las historias y qué características se destacan en los diferentes paseos, fue posible determinar si la duración del tour afecta la forma en que se narra la historia y qué partes del destino se resaltan más en cada visita.

Indiferentemente a la temática del tour al que se asista, los tours siempre visitan los mismos lugares. Por lo que la comunidad representada en esos recorridos es limitada a ciertos espacios emblemáticos o más accesibles, los cuales son interpretados como "la comunidad". Esto puede significar que solo una parte del barrio está siendo representada, invisibilizando o excluyendo otras áreas que también forman parte del tejido comunitario.

Por lo que, si el enfoque de los tours se vuelve demasiado homogéneo (mismos lugares, mismas historias), esto podría reducir una comprensión más amplia de lo que es realmente la comunidad y sus complejidades.

Además, el hecho de que la información y la contextualización histórica sean casi las mismas en diferentes tours, a pesar de las diferentes temáticas, sugiere una falta de pluralidad en las voces que representan al barrio. Las comunidades no son estáticas, ni homogéneas, y hay diferentes perspectivas que podrían enriquecer la experiencia turística. Al no incluir diversidad de relatos o enfoques, lo que se está mostrando es una versión limitada de lo que realmente constituye la comunidad.

Al comparar las narrativas propuestas en los diferentes tours, destacando similitudes y diferencias entre ellos, se pudo reconocer que los actores locales tienen una visión particular y valiosa de su propia actividad turística, lo que permite dar mayor legitimidad a sus narrativas. Al enfocarse en cómo los actores entienden y representan el turismo que realizan, se permite que sus voces tengan protagonismo en la investigación, respetando su autonomía conceptual y reconociendo la validez de sus interpretaciones. Esto lleva a una investigación más inclusiva y menos centrada en imponer una jerarquía de saberes entre los académicos y los actores locales.

En cuanto a la cantidad de integrantes de Visita Múgica, según algunas de las respuestas dadas, nos cuentan que son 14 promotores los que tiene el grupo. Y las personas que intervienen en el proyecto son más de 30 entre promotores, emprendedores y artistas. Por

lo que, en base a esto, identificamos que solo un grupo reducido de la comunidad está participando activamente en el proyecto turístico, lo que pone en cuestión el verdadero alcance de los beneficios en términos de inclusión y participación, la toma de decisiones y la representación cultural.

Los integrantes registran como “beneficios” para ellos y para el barrio, aquellos generados de forma directa por la actividad turística, y que miden en cuestiones económicas. En palabras de la promotora local Patrycya: “muchos turistas que son de la ciudad y quedaron encantados con el barrio, volvieron a hacer compras y conocer más el barrio. Que eso por supuesto, lleva a que el barrio pueda tener ingresos económicos no solo de los vecinos del barrio”.

No obstante, esos ingresos económicos generados por los tours quedan en manos de unas pocas personas, es decir, no se distribuyen equitativamente entre los habitantes del barrio. Por lo que resulta cuestionable el verdadero alcance de los beneficios del turismo para “toda la comunidad”. El beneficio podría ser percibido de manera diferente según el rol que se juega dentro de esta dinámica.

Es por ello que podemos decir que los beneficios no son realmente comunitarios ya que estos ingresos no terminan contribuyendo al desarrollo general del barrio (como por ejemplo en infraestructura, programas sociales, educación, etc.), sino que, por el contrario, las ganancias se distribuyen en el orden de lo privado. Que nada tiene que ver con conceptos como el “Turismo Comunitario”.

El Barrio Mugica es un lugar cargado de historia y significado social. Por lo que a través de los recorridos turísticos que se ofrecen en este sitio, se exponen varias capas narrativas que se enlazan entre sí, construyendo una imagen rica en matices sobre lo que significa vivir y pertenecer a este barrio. Estas narrativas suelen enfocarse en dos grandes líneas: sus orígenes y marginalización, y su transformación urbana.

Muchos recorridos inician con una explicación sobre los orígenes del barrio como asentamiento informal, donde las narrativas giran en torno a la lucha por el derecho a la vivienda y el desarrollo de una identidad barrial propia a lo largo del tiempo. Este tipo de historias ubican al barrio como un espacio de resistencia y superación, donde los vecinos han desafiado el abandono estatal y el estigma social.

En los últimos años, el barrio ha pasado por un proceso de urbanización y formalización impulsado por políticas públicas de integración. Estas narrativas resaltan los cambios

estructurales: nuevas viviendas, mejoramiento de infraestructura y servicios públicos. Sin embargo, también permiten reflexionar sobre los desafíos y tensiones que vienen con este proceso, como la preservación de la identidad del barrio.

Otra narrativa que se ha identificado en los recorridos del Barrio Mugica es su vida comunitaria. Por ejemplo, se suele poner en valor la organización comunitaria, tanto en la defensa del barrio frente a intentos de desalojo como en la gestión de los propios recursos en épocas de crisis. Estas historias subrayan la capacidad de los vecinos para autogestionar y mejorar su calidad de vida frente a la ausencia o indiferencia estatal, construyendo un sentido profundo de pertenencia.

Muchos recorridos incluyen visitas a emprendimientos locales (como restaurantes), asistir a muestras culturales y/o artísticas, donde se visibiliza cómo la comunidad se organiza en torno a actividades económicas que le permiten subsistir y, al mismo tiempo, mantener un sentido de autonomía. La narrativa aquí está relacionada con la economía popular, mostrando un modo de vida que muchas veces es invisibilizado en otros contextos.

Parte del objetivo de estos recorridos es romper con los prejuicios que muchas personas tienen hacia el barrio, relacionado históricamente con la inseguridad y la pobreza. Los promotores suelen hacer hincapié en desmitificar estas ideas, mostrando la vitalidad cultural y la organización social que caracteriza al Barrio Mugica. En lugar de centrarse exclusivamente en la inseguridad, se enfocan en la riqueza cultural y humana que habita en el barrio.

Sin embargo, la inseguridad sigue siendo un tema en las conversaciones con los turistas. Por lo cual, los promotores locales abordan este tema dando el contexto en el que surgió esta percepción, vinculada a la marginalización histórica. Aunque también hablan sobre los esfuerzos de la comunidad por cambiar esta realidad a través de la urbanización y la mejora en las condiciones de vida.

En general, los turistas suelen interesarse por varias dimensiones del barrio. Por un lado, preguntan sobre cómo ha sido el proceso de urbanización y qué implicaciones ha tenido en la vida de los vecinos. Quieren saber si los cambios han sido positivos o si han traído consigo nuevos problemas.

Además, se interesan en cómo los vecinos se organizan y colaboran entre sí. Preguntan sobre las actividades diarias, la vida familiar, y la cultura local. Esto lleva a una reflexión

sobre la fuerza del tejido social en un barrio que, desde afuera, se puede percibir solo en términos de vulnerabilidad.

En el Barrio Mugica, las narrativas barriales y comunitarias están intrínsecamente ligadas. El barrio es un espacio donde lo comunitario es la clave para su supervivencia y desarrollo. Las historias sobre la lucha por la vivienda, el acceso a servicios y la defensa del territorio no son simplemente anécdotas del pasado, sino que se entrelazan con la vida diaria y el sentido de pertenencia que los vecinos han construido a lo largo del tiempo.

Además de constituir un espacio físico en proceso de transformación urbana, el barrio es un espacio simbólico de resistencia y dignidad comunitaria. Los recorridos turísticos permiten que los visitantes vean más allá de las construcciones nuevas y comprendan el valor del sentido de comunidad, lo cual es esencial para entender lo que significa vivir en el Barrio Mugica.

En conclusión, las narrativas de los recorridos turísticos en el Barrio Mugica revelan las complejidades de un espacio que ha pasado de ser marginalizado a formar parte de un proceso de transformación e integración. Las historias que se cuentan son tanto del lugar físico como de las personas que lo habitan, y reflejan la tensión entre la preservación de la identidad comunitaria y la urbanización que está cambiando el rostro del barrio.

12. BIBLIOGRAFÍA

- AEC (2012). *El Turismo Comunitario*. Asociación de Estados del Caribe. Recuperado de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20es%20uno,actividad%20tur%C3%ADstica%20que%20se%20genera>
- Agier, M. (2015). Do direito à cidade ao fazer cidade. O antropólogo, a margen e o centro. *Mana*, 21(3), 483-498. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/mana/a/wJfG33S5nmwwjb344NF3s8s/>
- Alsayyad, N. (1993). Informal Housing in a Comparative Perspective. On Squatting, Culture, and Development in a Latin American and a Middle Eastern Context. *Review of Urban and Regional Development Studies*, 5, 4-15. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-940X.1993.tb00120.x>
- Álvarez, M. y Bartolucci, C. (2011). Módulo III : Identidad cultura y sociedad. En *Cultura y turismo, factores del desarrollo económico y social* (pp. 262-294). Secretaría de Cultura. Presidencia de la Nación. Recuperado de https://issuu.com/secretariadecultura/docs/cultura_y_turismo
- Batthyány, K. y Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales: apuntes para un curso inicial*. Udelar. Recuperado de <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/26551>
- Benza, S. y Laborde, M.S. (2018). Transnacionalismos culturales: tensiones en torno a la gestión de la alteridad inmigrante y la producción de la ciudad de Buenos Aires. En M. B. Lacarrieu, *Ciudades en diálogo entre lo local y lo transnacional/global: Intersecciones entre el patrimonio, el turismo, las alteridades migrantes y el hábitat popular*. Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Buckley, R. (2013). Material culture of post-colonial wildlife tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 225-228. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/256986757_MATERIAL_CULTURE_OF_POST-COLONIAL_WILDLIFE_TOURISM
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/335808316_Turismo_comunitario_en_America_Latina_un_concepto_en_construccion

- Cecconi, S. (2011). Turismo, fetichismo y exotización. En Margulis, M., Urresti, M. y Lewis, H., *Las tramas del presente*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Chiriguini, M. C. y Mancusi, M. (2006). *Apertura a la antropología*. (3º ed). Proyecto Editorial. Recuperado de https://www.bfa.fcnym.unlp.edu.ar/catalogo/doc_num.php?explnum_id=1777
- Cóceres, C. (2007). Capítulo 2: Problemática de los usos de la cultura, patrimonio social e identidad en el turismo. En *Una lectura Antropológica para el turismo cultural*. Buenos Aires, Argentina: Ladevi Ediciones.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de la investigación social*. Ciudad de México, México: Mc Graw-Hill.
- Dachary, A. C. y Arnaiz Burne, S. M. (2014). Turismo masivo o alternativo: los límites de la sustentabilidad. *Terra Mundus*, 1(1), 1-20. Recuperado de https://dspace.uces.edu.ar/jspui/bitstream/123456789/2870/1/Turismo_Dachary%20c%20Arnaiz-Burne.pdf
- Delgado, E. J., Mercado, R. Y Rodríguez, O. (2004). Cultos Populares en la Argentina: devociones, santos y creencias. *Revista Todo es Historia*, 36(440). Recuperado de <https://biblioteca.anh.org.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=73276>
- Domínguez de Nakayama, L. (1993). *Relevamiento turístico. Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial*. Centro de Estudios Turísticos, Instituto Superior de Turismo Sol. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/383614376/NAKAYAMA-Relevamiento-Turistico-Caps-3-9>
- Donzelot, J. (2004). La ville a trois vitesses: relégation, périurbanisation, gentrification. *Revue Esprit*, 303, 14-39. Recuperado de <https://www.alternatives-economiques.fr/ville-a-trois-vitesses-gentrification-relegation-periurbanisation/00028716>
- Freire-Medeiros, B. (2007). A favela que se vê e que se vende. Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 22(65), 61-72. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/CN48WqwT3pmRD5XhtYGD7Lf/>
- García Germanier, F. y González, L. (2016). La etnografía como estrategia de trabajo. Experiencias y reflexiones sobre su utilización dentro del campo de las ciencias

- sociales. *Questión, Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(50), 441-449. Recuperado de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/54732/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García Moreno, F. (2010). *Naturaleza y Cultura en el ser humano*. Sevilla, España: IES Vistazul.
- González Bracco, M. (2024). Desafiando fronteras: gastronomía gourmet en barrios populares de Buenos Aires. *Íconos, Revista de Ciencias Sociales*, (79), 59–77. Recuperado de <https://doi.org/10.17141/iconos.79.2024.6021>
- 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, C.; Egea Rodríguez, B. C. y Fabre Platas, D. A., *Resignificación de los espacios públicos en Latinoamérica. Prácticas de renovación urbana para reflexionar y debatir*. (pp.199-216). Granada, España: Universidad de Granada.
- González Bracco, M., Lacarrieu, M. y Epherra, A. (2021). Usos y apropiaciones de la cultura en espacios urbanos relegados. Una aproximación desde dos barrios populares en Buenos Aires. *Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano - Series Especiales*, 9(2), 19-45. Recuperado de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/187503/CONICET_Digital_Nro.15e34f91-e9ef-4cb6-887d-5f165de7c9d2_B.pdf?sequence=2
- González Bracco, M., Sánchez Attanasio, T. y Abraham, Y. (2022). Turismo urbano ¿comunitario? Experiencias en barrios populares de la Ciudad de Buenos Aires. *Antropología Americana*, 8(16), 33-61. Recuperado de <https://revistasipgh.org/index.php/anam/article/view/3251/5083>
- González Viaña, M. del C. (2006). *Turismo y ciudad, nuevas tendencias*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas.
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Recuperado de <https://antroporecursos.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/03/guber-r-2001-la-etnografia.pdf>
- Guber, R. (2010). *Métodos etnográficos en uso y discusión en la antropología argentina*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/84703455.pdf>

- Gudmundsdottir, S. (1995). La naturaleza narrativa del saber pedagógico sobre los contenidos. En McEwan, H. y Egan, K. (Comp.), *La narrativa en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación* (pp. 5-17). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Gui, T. y Zhong, W. (2022). *When Urban Poverty Becomes A Tourist Attraction: A Bibliometric Analysis of Slum Tourism Research*. Recuperado de <https://doi.org/10.2139/ssrn.4014317>
- Hernández García, J. (2018). ¿Pueden los barrios populares contribuir a una estrategia turística y de marca de ciudad? *Turismo y Sociedad*, 13, 85-97. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261183009.pdf>
- Hruby, R. L. y Cortés, R.O. (2023). Relatos emblanquecidos: narrativas turísticas de las minorías étnicas y sociales en Buenos Aires. *Turismo y Patrimonio*, 22, 109-126. Recuperado de <https://revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/turpatrim.2024.n22.06/462>
- Lacarrieu, M. (2018). *Ciudades en diálogo entre lo local y lo transnacional/global. Intersecciones entre el patrimonio, el turismo, las alteridades migrantes y el hábitat popular*. Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Lacarrieu, M. y González Bracco, M. (2023). Resistencias estéticas a la colonialidad urbana en Buenos Aires. ¿Nuevas formas de decolonialidad? *Revista INVI*, 38(107), 49-75. Recuperado de <https://doi.org/10.5354/0718-8358.2023.6887>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: OMPT.
- Leong, A.M.W., Yeh, S.S., Zhou, Y., Hung, C.H. y Huan, T.C. (2024). Exploring the influence of historical storytelling on cultural heritage tourists' value co-creation using tour guide interaction and authentic place as mediators. *Tourism Management Perspectives*, 50. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101198>.
- Ley N°6129 (2018). *Reurbanización del Barrio Padre Carlos Mugica – Ex Villa 31*. Recuperado de <https://boletinoficial.buenosaires.gob.ar/normativaba/norma/448918>

- López, A. (2020). *Impactos del slum tourism en las comunidades anfitrionas*. Albasud. Recuperado de <http://www.albasud.org/noticia/es/1264/impactos-del-slum-tourism-en-las-comunidades-anfitrionas>
- Martos, E. y Martos, A. (2011). Las narraciones como nexos entre el turismo y el patrimonio cultural. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 369-388. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/272648407_Las_narraciones_como_nexos_entre_el_turismo_y_el_patrimonio_cultural
- Mathers, K. F. (2010). *Travel, Humanitarianism and becoming American in Africa*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316620592_Travel_Humanitarianism_and_Becoming_American_in_Africa
- Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda (2018). *Plan Estratégico Territorial: Argentina Urbana*. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/au_2018.pdf
- Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda (2019). *Política Nacional Urbana*. Recuperado de https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/03/pnu_final__pagina_simple_dec2019.pdf
- Moraes, C. (2016). Turismo em favelas: notas etnográficas sobre um debate em curso. *Plural, Revista de Ciências Sociais*, 23(2), 65-93. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/6497/649770040004/html/>
- Narváez, E. L. (2014). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(6), 9-18. Recuperado de <file:///C:/Users/541113/Downloads/Dialnet-EITurismoAlternativo-5537859.pdf>
- OMT (2023). *Nuevas Narrativas en Turismo: La OMT lidera la Comunicación para Repensar el Turismo*. Recuperado de <https://en-oriente.com/2023/06/04/nuevas-narrativas-en-turismo-la-omt-lidera-la-comunicacion-para-repensar-el-turismo/>
- Pastor, L. V. E. (2009). *Otras formas de turismo*. (Cap. 2). Ciudad de México, México: Editorial Trillas.

- Pilquimán Vera, M. (2016). El turismo comunitario como una estrategia de supervivencia. Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos (Chile). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(4), 439-459. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502003.pdf>
- Quinchía Roldán, S. (2012). *Urbanismo social: del discurso a la espacialización del concepto. Caso Medellín – Colombia*. Recuperado de <https://pdfslide.net/documents/urbanismo-social-del-discurso-a-la-espacializacion-del-concepto-caso-medellin.html?page=1>
- Reali, C. (2021). *Todos los Tipos de Turismo que Existen Según Cohen, OMT, Motivación y Tipo*. Mize. Recuperado de <https://mize.tech/es/blog/todos-los-tipos-de-turismo-que-existen-segun-cohen-omt-motivacion-y-tipo/>
- Rodrigues da Silva, D., Corbari, S. D., Cioce Sampaio, C. A. y Jurema Grimm, I. (2014). Turismo comunitario en favelas. Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira – Rio de Janeiro, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(4), 786-804. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732145008>
- Roldán, N., Cacciutto, M., Barbini, B., Jaime Rodríguez, C., Alix, E y Trucco Pedrini, F. (2023). *Identidades barriales como elemento constitutivo de propuestas de turismo alternativo: el caso Chapadmalal*. XI Simposio Internacional, XVII Jornadas de Investigación - Acción en Turismo (CONDET 2023). Recuperado de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/168061/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roux, S. (2011). *No money, no honey, Economies intimes du tourisme sexuel en Thaïlande*. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/41931820>
- Ruiz Ballesteros, E. (2017). Claves del turismo de base local. *Gazeta de Antropología*, 33(1). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/4435>
- Ruffolo, N.E. (2017). *Turismo cultural en el barrio de Los Hornos: ¿hacia una cultura de participación vecinal en la construcción de un circuito turístico?* VII Jornadas de Turismo y Desarrollo Sostenible: Gestión del patrimonio cultural como recurso turístico. Desafíos para un desarrollo sostenible. Recuperado de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/134958>

- Sánchez Attanasio, T. (2022). *Turismo Comunitario Urbano en Buenos Aires: ¿Desarrollo Turístico Sostenible? Caso: Barrio Rodrigo Bueno*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires, Argentina.
- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/26369087_Turismo_cultural_culturas_turisticas
- Santos, J. A. (2010). ¿Filosofías en la aldea multiétnica? *Enfoques*, 22(2), 85-101. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/262507769_Filosofias_en_la_aldea_multi-etnica
- Sosa Weinreich, J. (2017). *El Pensamiento Decolonial dentro del Turismo*. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/el-pensamiento-decolonial-dentro-del-turismo/>
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. y Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 5, 1-28. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/274307415_El_turismo_desde_el_pensamiento_sistemico

13. ANEXOS

Anexo I: Cuadro de Observación Comparativo

Ítem a observar	ARTE URBANO: Tour de murales	MESSA MUGICA: Tour gastronómico	WALKING TOUR: Tour histórico
Duración	11:00hs a 14:00hs	12:00hs a 14:00hs	14.30hs a 16hs
Costo económico	\$12000	\$12000	\$12000
Tipo de tour	En mi caso participé de un tour grupal. Aunque se ofrecen tour personalizados y/o privados en el caso de solicitarlo.		Privado
Idioma en que se ofrece	Español e inglés. En caso de continentes de extranjeros, ellos contratan traductores, pero si se trata de grupos mixtos de gente de habla hispana e inglés, hay chicas del grupo que también hablan ambos idiomas.		
Servicios que incluye el tour	Visita guiada sobre muralismo y arte (y un poco de historia) + almuerzo con comida típica boliviana + intervención colectiva de "Paste Up".	Recorrido gastronómico con 3 paradas de degustación + visita guiada	Únicamente la caminata guiada por el barrio.
Frecuencia con la que se realizan los tours.	La organización de los tours planificada por las coordinadoras que trabajan en conjunto entre el ministerio de educación y los promotores del barrio. Ellas son quienes diagraman las fechas en función a pedidos personalizados de salidas o tours regulares (temática del tour a definir sobre la marcha) los días miércoles y sábados.		Este tipo no se ofrece de forma regular. Por lo que la única forma de realizarlo es organizándolo de forma privada.
Instituciones y/o	Marca comercial de los vecinos del barrio: Visitá Mugica y Agencia		

agrupaciones que intervienen	Nuva (intermediaría entre el turista y la agrupación del Barrio)		
Personas a cargo de realizar el tour	Vecinos capacitados como promotores del barrio.		
Cantidad de informantes/guías locales	3 personas: dos hombres jóvenes y una mujer de más edad	2 personas de sexo masculino	1 promotor + 1 asistente
Tipo de público que puede participar	<ul style="list-style-type: none"> • Apto para todo público (todas las edades) • Turistas: nacionales y extranjeros. 		<ul style="list-style-type: none"> • Público adulto
Creación de la narrativa y diseño del tour	El recorrido es diseñado por las coordinadoras que trabajan en el Ministerio de Educación y son el nexo entre la Agencia de Turismo Nuva, el gobierno y los promotores del barrio. Ellas brindan a los promotores un guion sobre lo que se debe contar según el tema del recorrido y a su vez, establecen una diagramación de qué lugares se va a visitar. Una vez que bajan esa línea a los encargados de realizar el tour, son estos últimos quienes toman la iniciativa de realizar cambios, restar y/o sumar otras cosas al itinerario, según corresponda. Por ejemplo, de no ir por un sitio porque no está en buenas condiciones y en su lugar visitar otro.		
Relato histórico	Se habló de la creación del barrio, de los primeros pobladores, del cambio de nombre y de la creación de “La casa de la Cultura”.	El origen de la “entrada nueva” y de algunos de los sitios más importantes y representativos del barrio.	Orígenes del barrio, procesos inmigratorios y de reurbanización, distintos nombres que tuvo, énfasis en la vida y obra del Padre Carlos Mugica en y su labor en la historia del barrio, sitios más

			importantes y representativos.
Narrativa acerca de la participación del Estado	El Estado tiene participación en el diseño del tour a través del Ministerio de Educación, pero brinda a los promotores directos la posibilidad de realizar las modificaciones que consideren convenientes.		
Aportes desde el aspecto turístico	Los significados inmersos en cada mural del barrio, su historia y desarrollo actual, y la gastronomía típica.	La gastronomía típica de diferentes países.	El recorrido expone los puntos más importantes o destacados del barrio acompañándolo con relatos históricos con mayor detalle.
Otros	La posibilidad de “dejar una huella” artística en el barrio, conecta a los visitantes con la narrativa del lugar, contribuyendo a la desestigmatización del mismo y de sus habitantes.	Se destaca el cuidado del visitante en cuanto a las recomendaciones que debe seguir durante el recorrido.	

Anexo II: Respuestas a la encuesta realizada a través de Formularios de Google

Link del formulario: <https://forms.gle/ACVgQBkrGEhK8sUh7>

1. ¿Qué rol cumplís dentro de Visitá Mugica? ¿Sos promotor, organizador u otro?

- a) Patrycya: Promotora turística barrial
- b) Aldana: Coordinadora de Promoción turística
- c) Marcia: Promotora
- d) Nicolás: Promotor

2. ¿En qué se diferencian los tours que ustedes organizan, en comparación con otros que se realizan en la Ciudad? ¿Qué es lo que caracteriza a Visitá Mugica?

- a) Nuestro recorrido se diferencia de los demás que ofrece la ciudad por varios motivos, pero lo principal creo yo es la diversidad cultural que ofrece el barrio tanto gastronómica como tradiciones de baile, costumbres y religión.
- b) Los tours de Visita Mugica ofrecen una alternativa a la oferta turística de la ciudad, muestran la cultura no solo argentina sino de todo Latinoamérica. Es una inmersión comunitaria, narrada en primera persona de la experiencia del Barrio Mugica.
- c) Es una experiencia alternativa en la ciudad, por fuera de los recorridos convencionales. Uno de los pocos proyectos de base comunitaria en la cd. y que ofrece cercanía.

3. ¿Cuántas son aproximadamente las personas del barrio que participan en esta actividad? ¿Qué beneficio reciben tanto estas personas como el resto del barrio? ¿Cuántas son aproximadamente las personas del barrio que participan en esta actividad? ¿Qué beneficio reciben tanto estas personas como el resto del barrio?

- a) Somos 14 promotores en total y el beneficio principal que recibimos es hacer saber a todos aquellos que quieran venir a conocer el barrio que es un lugar más de la ciudad, intentar sacar un poco el prejuicio y la verdad a lo largo de estos 2 años lo fuimos logrando tanto así que muchos turistas que son de la ciudad y quedaron encantados con el barrio volvieron a hacer compras y conocer más el

barrio que eso por supuesto lleva a que el barrio pueda tener ingresos económicos no solo de vecinos del barrio.

- b) 14. El beneficio es económico para promotores barriales y también para las actividades económicas beneficiadas por los recorridos (gastronómicos y artistas locales)-
- c) Más de 30 personas seguro, entre promotores, emprendedores, artistas y empleados de gobierno.
- d) Nosotros trabajamos en conjunto con emprendimientos para generar un sistema de retroalimentación, y que lo recaudado sea circular en el barrio, que sea de los vecinos para los vecinos.

4. En tu opinión, ¿Qué es lo más importante de transmitir o mostrar en los tours que ofrecen? ¿Por qué?

- a) Como te decía en la pregunta anterior nuestro mayor propósito es terminar con esta barrera de lo que es un barrio popular y hacerle ver y saber a todos aquellos que muestren interés que el barrio ha cambiado bastante y que venir a conocer y saber más sobre cómo viven los vecinos es algo seguro
- b) Lo más importante a transmitir es la identidad del Barrio Mugica, su multiculturalidad y el valor del turismo comunitario urbano.
- c) La verdadera cara del Barrio Mugica, sus tradiciones y multiculturalidad, a través de sus platos y manifestaciones diversas. Importante mostrar los países que lo componen y por supuesto, la historia de más de 90 años.

5. ¿Sabes por qué en la página web de "Visitá Mugica" se describe como turismo barrial? ¿Qué significa esto para vos?

- a) Se describe así justamente por qué lo que ofrece el barrio es más "barrial" o sea menos convencional no tan estructurado y definido es como que, aunque ya tengamos nosotros una rutina el barrio siempre sorprende con algo muy de barrio (ojalá me haya expresado bien).
- b) Se describe como turismo barrial apuntando a una rama del turismo que es el turismo comunitario urbano.

- c) es un término que viene a demostrar lo comunitario, lo auténtico, la cercanía, lo servicial de sus habitantes y por supuesto, la verdadera esencia de un barrio popular.
- d) Nosotros lo consideramos turismo comunitario por incluir al barrio en la actividad.