

2025

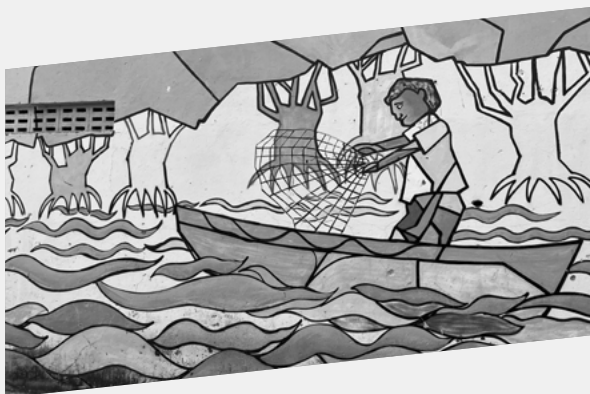
INFORMES EN CONTRASTE

37 TURISMO RESPONSABLE

TURISMO COMUNITARIO URBANO EN BRASIL: Una pedagogía de la resistencia

ALINE BISPO Y ERNEST CAÑADA





INFORMES EN CONTRASTE
37

Turismo comunitario urbano en Brasil: una pedagogía de la resistencia

Aline Bispo y Ernest Cañada

Alba Sud Editorial

Serie Informes en Contraste, núm. 37, 2025

Este informe se publica en el marco del proyecto “Aprendizajes para el fortalecimiento del turismo comunitario”, desarrollado por Alba Sud con el apoyo de la Diputación de Barcelona (convocatoria 2022).



Del texto:

Aline Bispo y Ernest Cañada



De esta edición:

Alba Sud Editorial

info@albasud.org

www.albasud.org

Diseño gráfico: Boixader & Go

Imagen de portada: Ernest Cañada

Barcelona, 2025

ISBN: 978-84-09-68932-3

Comité editorial

Raoul Bianchi (Manchester Metropolitan University, Reino Unido)
Asunción Blanco Romero (Universitat Autònoma de Barcelona, España)
Macià Blázquez (Universitat de les Illes Balears, España)
Matilde Córdoba (University of California, Estados Unidos)
Inma Díaz Soria (Universitat Autònoma de Barcelona, España)
Martín Fabreau (Universidad de la República, Uruguay)
Rodrigo Fernández Miranda (Universidad Tres de Febrero, Argentina)
Robert Fletcher (Wageningen University, Países Bajos)
Jordi Gascón (Universitat de Barcelona, España)
Alfonso González Damián (Universidad de Quintana Roo, México)
Inés Gutiérrez Cueli (Universitat Oberta de Catalunya, España)
Samuel Jouault (Universidad Autónoma de Yucatán, México)
Clément Marie dit Chirot (Université Angers, Francia)
Gema Martínez Gayo (Universidad Oberta de Catalunya, España)
José Mansilla (Universitat Autònoma de Barcelona, España)
Claudio Milano (Universitat de Barcelona, España)
Ivan Murray (Universitat de les Illes Balears, España)
Enrique Navarro (Universidad de Málaga, España)
Cristina Oehmichen (Universidad Nacional Autónoma de México, México)
Diana Ojeda (Indiana University Bloomington, Estados Unidos)
Andrés Pinassi (Universidad Nacional del Sur – CONICET, Argentina)
Érica Schenkel (Universidad Nacional del Sur – CONICET, Argentina)
Angela Teberga (Universidade de Brasília, Brasil)
Marcelo Vilela (Universidade de São Paulo, Brasil)
Sergio Yanes (Universitat Oberta de Catalunya, España)

El presente informe ha sido evaluado por arbitraje externo de doble ciego.



Aline Bispo

Licenciada en Turismo y Hotelería y Administración y máster en Estado y Sociedad por la Universidad Federal del Sur de Bahía. Es técnica voluntaria de la Red BATUC - Turismo Comunitario de Bahía y colaboradora de Alba Sud. Sus investigaciones se centran en cómo repensar el turismo desde la perspectiva de las clases populares y en relación con los estudios culturales. Entre sus publicaciones más recientes vinculadas a la temática de este informe destacan: Turismo e identidad cultural desde la perspectiva de los estudios culturales de Stuart Hall (en el libro [El malestar en la turistificación. Pensamiento crítico para la transformación del turismo](#), editado por Ernest Cañada, Ivan Murray, Clement Marie Dit Chiro, Editorial Icaria, 2023); Participación indígena en el turismo comunitario en Bahía (en coautoría con Alicia Costa, *Políticas Culturais em Revista*, 2023) y Uma análise etnográfica da prática do etnoturismo indígena na Terra Indígena Coroa Vermelha sob a perspectiva do turismo de base comunitária (en coautoría con Alicia Costa y Pablo Antunha, *Revista Latino-Americana de Turismologia*, 10, 2024).



Ernest Cañada

Doctor en Geografía e investigador postdoctoral en la Universitat de les Illes Balears. Entre sus publicaciones más recientes con Alba Sud destacan: [Cooperativa Los Pinos: construir alternativas desde la proximidad](#) (Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 34, 2024); [El malestar en la turistificación. Pensamiento crítico para la transformación del turismo](#) (en coedición con Clément Marie dit Chirot e Ivan Murray, Icaria Editorial, 2023); [¡Puro verde! Parques urbanos del Gran Área Metropolitana de San José](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 32, 2023); [Políticas públicas en turismo en América Latina y el Caribe: análisis comparado](#) (en coautoría con Érica Schenkel, Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 28, 2023); [Crisis y reactivación turística. Perspectivas comparadas entre Cancún, Macao-Punta Cana y Guanacaste](#) (en coautoría con Giselle Cedeño, Cristina Oehmichen y Arturo Silva Lucas, Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 27, 2023); [Turismo y memorias de la Guerra de España. Una propuesta de Educación para Justicia Global](#) (en coautoría con Carla Izcara y Raül Valls, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 24, 2023); [Turismos de proximidad: demanda de una política pública](#) (en coautoría con Carla Izcara y Raül Valls, Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 26, 2023); [Reactivación turística y transformaciones del trabajo. Barcelona, escenario de precariedad](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 21, 2022); [Válvulas verdes. Parques urbanos en el Área Metropolitana de San Salvador](#) (en coautoría con Xenia Ortiz, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 20, 2022); [Transformar el turismo desde la proximidad. ¿Cómo abordamos el debate en Cataluña?](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 19, 2022); [Turismos de proximidad, un plural en disputa](#) (coeditado con Carla Izcara, Icaria Editorial, 2021); [Caminos hacia un turismo post-capitalista](#) (en coautoría con Robert Fletcher, Asunción Blanco-Romero, Macià Blázquez-Salom, Ivan Murray Mas y Filka Sekulova, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 18, 2021); [#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada](#) (en coedición con Ivan Murray, Alba Sud Editorial, 2021); [Precariedad laboral y viviendas de uso turístico. Alertas por una reactivación postpandemia](#) (en coautoría con Carla Izcara, Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 16, 2021); [SESC Bertioga, donde el turismo social construye la esperanza](#) (Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 17, 2020); [Turistificación global: perspectivas críticas en turismo](#) (coeditado con Ivan Murray, Icaria Editorial, 2019).

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo entender las potencialidades del turismo comunitario urbano como forma de resistencia en barrios populares y favelas de distintas ciudades de Brasil. Así mismo, se exploran las tensiones que generan las zonas de encuentro entre los intereses del capital global con estas expresiones de organización popular, con el fin de ofrecer un marco de interpretación más atento a la complejidad que supone este tipo de desarrollo turístico. Para ello, se han analizado siete experiencias en cuatro ciudades: Saber Viver en Recife; Coletivo de Mulheres do Calafate, Alagados Turismo Comunitário y QuiAl Tubarão en Salvador; Guías de Santa Marta y Museu da Favela en Rio y Comunidade Cultural Quilombaque en São Paulo. Las preguntas de investigación para cada uno de estos casos fueron: ¿Cuáles son las motivaciones que provocaron la puesta en marcha actividades turísticas? ¿Qué formas organizativas adopta la iniciativa? ¿Qué rol tiene el turismo en las comunidades en las que se desarrolla? A su vez, la caracterización de estas iniciativas se ha puesto en discusión en relación con el estado de conocimiento actual en las ciencias sociales en torno a tres dinámicas presentes en el desarrollo turístico actual: las transformaciones que las lógicas postfordistas del capitalismo contemporáneo han generado en las formas de producción y consumo turístico; el auge del fenómeno del “slum tourism” en la medida que las dinámicas postfordista han convertido a la pobreza urbana en atractivo turístico; y, finalmente, las posibilidades de control de la actividad turística mediante procesos de organización colectiva en barrios marginalizados a través del paradigma del turismo comunitario urbano.

Palabras clave: Brasil; comunidades; cultura popular; Economía Social Solidaria; *slum tourism*; turismo comunitario urbano.

AGRADECIMIENTOS

Queremos dejar constancia de nuestro agradecimiento a todas las personas de las siete organizaciones analizadas en Sao Paulo, Recife, Salvador y Rio por su atención y amabilidad con la que recibieron nuestras visitas. También queremos hacer mención del SESC São Paulo, que el 23 y 24 de agosto de 2024 organizaron un curso en el Centro de Pesquisa e Formação (CPF) que nos permitió invitar a São Paulo a varias de las iniciativas analizadas y presentar y discutir en público los resultados provisionales de nuestra investigación. A Carla Izcará, investigadora de Alba Sud, por su revisión atenta y sugerencias a lo largo del proceso de redacción del estudio. Y, finalmente, a la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) por el apoyo, mediante beca y/o recursos financieros, que fue esencial para la realización de la investigación doctoral en Barcelona de Aline Santos Bispo.



Cachoeira. Imagen de Samba no Corpo

ÍNDICE

pág. 8	1. Introducción
pág. 11	2. Estado de la cuestión y marco teórico
pág. 11	2.1. Transformaciones postfordistas del mercado turístico
pág. 14	2.2. <i>Slum tourism</i>
pág. 21	2.3. Turismo comunitario urbano
pág. 33	3. Metodología
pág. 38	4. Resultados
pág. 38	4.1. Saber Viver (Ilha de Deus, Recife)
pág. 47	4.2. Alagados Turismo Comunitario (Salvador)
pág. 58	4.3. Coletivo de Mulheres do Calafate (Salvador)
pág. 70	4.4. QUIAL Tubarão (Salvador)
pág. 82	4.5. Guías de Santa Marta (Rio)
pág. 97	4.6. Museo de Favela (Rio)
pág. 108	4.7. Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo)
pág. 121	5. Conclusiones
pág. 133	Referencias

1.

INTRODUCCIÓN

El año 2006, en su célebre libro *Planet of slums*, Mike Davis alertaba de la emergencia de un mundo urbano, separado de los procesos de industrialización, en los que la pobreza y el hacinamiento en asentamientos informales habían crecido a ritmos acelerados. La exclusión social que provocaba el capitalismo contemporáneo se traducía en una **explosión de “ciudades miseria”**. Sobre estas bases, y haciendo una nueva pirueta en su capacidad para absorber cualquier aspecto de la realidad social, la industria turística ha logrado poner en marcha nuevos escenarios en los que ofrecer atractivos que puede presentar como auténticos, reales, arriesgados o singulares. ¡La pobreza ha sido convertida en atractivo turístico! Bianca Freire-Medeiros, en otro libro de referencia, *Gringo na laje. Produção, circulação e consumo da favela turística* (2009), explicó tempranamente a partir de la favela de Rocinha en Rio cómo la pobreza pasaba a convertirse en un motivo de atracción turística. Desde entonces, bajo la forma de **“slum tourism”** se ha comercializado una creciente oferta turística que funciona bajo las lógicas postfordistas que están transformando radicalmente las formas de producción y consumo turístico y, en consecuencia, también los territorios en los que esto se produce y sus representaciones.

Al mismo tiempo, en las favelas, villas, comunas o, simplemente, barrios populares, sus poblaciones tratan de sobrevivir y mejorar sus entornos, y eso implica una lucha permanente por los recursos públicos, por fortalecer la economía popular, por organizarse colectivamente, por hacer frente a múltiples violencias, por salir del estigma y los prejuicios. De este modo, **en estos barrios el turismo se ha convertido también en parte de una disputa entre intereses contrapuestos**. Por un lado, los del capital, que busca nuevos atractivos, cada vez más singulares, y, por otra, los de una parte de sus habitantes que tratan de poner el turismo a su servicio, al que asocian con múltiples posibilidades. La irrupción del turismo en estos espacios ha derivado en un factor de instrumentalización de la pobreza de sus poblaciones y, en algunos casos, de desplazamiento y nuevas violencias, pero, al mismo tiempo, es repensado como una estrategia más al servicio de la organización y la resistencia popular. Esta contradicción genera tensiones que obstaculizan la comprensión de un fenómeno complejo.

En Alba Sud ya habíamos abordado la problemática del “slum tourism” con [un informe](#) elaborado por Alejandra López y Carla Izcarra en 2023. En esta publicación poníamos el foco de atención en el estado de la cuestión y en los debates que había generado esta dinámica. Uno de los aprendizajes que pudimos extraer de esa investigación de carácter bibliográfico es que, a pesar de la gran cantidad de estudios realizados, en gran medida quedan atrapados en un debate de carácter moral sobre las oportunidades y riesgos

1.
INTRODUCCIÓN

que genera este tipo de turismo. Igualmente, el foco de atención principal se ha situado en el visitante y en tratar de entender por qué le podía atraer este tipo de oferta en el marco de la teoría de las movilidades. Sin embargo, desde perspectivas críticas, la repugnancia moral que provoca esta utilización de la pobreza como atractivo turístico, ha dificultado poner suficiente atención en las desigualdades de clase, género y raza, y reconocer cómo el turismo se ha convertido en parte de una disputa más amplia. De forma progresiva, **en áreas urbanas marginalizadas los sectores populares, claramente racializados y con un fuerte liderazgo de mujeres, han optado por defender sus intereses también a través del turismo comunitario urbano, convertido en una pedagogía de la resistencia.**

El crecimiento del turismo comunitario en áreas metropolitanas planteó la necesidad de comprender mejor sus características.

Atendiendo a este interés por entender cómo estaba creciendo el turismo comunitario en grandes áreas metropolitanas de América Latina, cuando hasta el momento había sido estudiado como un fenómeno eminentemente rural, planteamos la necesidad de hacer una investigación que nos ayudara a comprender mejor sus características. Elegimos hacerla en **Brasil** por ser el país latinoamericano con un mayor número de iniciativas de turismo comunitario urbano. Identificamos este protagonismo brasileño tanto por la literatura académica disponible, claramente más abundante en la descripción de experiencias que en otros países, como por la red de personas que conforma Alba Sud, presente en diversos países de América Latina y el Caribe, y que certificaba esta preeminencia. También es cierto que la abundancia de casos analizados en Brasil, estaba muy concentrado en las favelas de **Rio**, lo cual intuíamos que podía generar cierto sesgo a partir de dinámicas muy particulares y que no necesariamente se reproducían en otros contextos. Teniendo en cuenta esto, planteamos que nuestra investigación se abordara en varias ciudades con el fin de delimitar unos contornos más amplios que pudieran ser útiles para el análisis en otros países de la región.



Rio. Imagen de Ernest Cañada

A efectos prácticos, partimos de una definición amplia de **turismo comunitario** que habíamos aplicado reiteradas veces en contextos rurales. Así, entendemos el turismo comunitario como un modelo de gestión de la actividad turística donde la población de un determinado territorio, a través de sus diferentes estructuras organizativas de carácter colectivo, desempeña un papel preponderante en el control de su diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios y que, a su vez, parte del compromiso con el bienestar común de sus comunidades (Cañada, 2014). En este sentido, queríamos conocer mejor las dinámicas del turismo comunitario urbano para entender hasta qué punto y bajo qué características era parte de una disputa, planteada en términos de pedagogía de la resistencia por parte de sectores populares, y qué tensiones concretas generaba esta “zona de encuentro” con los intereses del capital global a través del turismo.

Quilombaue. Imagen de Ernest Cañada



2.

ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

La presente investigación se enmarca en los análisis en torno a tres dinámicas presentes en el desarrollo turístico actual: las transformaciones que las lógicas postfordistas del capitalismo contemporáneo han generado en las formas de producción y consumo turístico; el auge del fenómeno del “slum tourism” en la medida que las dinámicas postfordista han convertido a la pobreza urbana en atractivo turístico; y, finalmente, las posibilidades de control de la actividad turística mediante procesos de organización colectiva en barrios marginalizados a través del paradigma del turismo comunitario urbano.

2.1.

TRANSFORMACIONES POSTFORDISTAS DEL MERCADO TURÍSTICO

El mercado turístico global se ha transformado radicalmente en las últimas décadas, impulsado por nuevos patrones de producción y consumo y la aceleración de los cambios tecnológicos. La consolidación de un capitalismo postfordista en la producción y consumo turístico ha provocado una explosión de nuevos atractivos potenciales que se alinean con una demanda global fragmentaria de todo tipo de experiencias singulares.

Gracias al **fordismo**, identificado desde principios del siglo XX con la producción en masa y el uso intensivo de las economías de escala, se amplió la capacidad de consumo de un parte de la población, desde automóviles a electrodomésticos, para incorporar también el turismo como forma de organizar una parte del tiempo libre de las masas trabajadoras. El capitalismo fordista tuvo la cadena de montaje como referencia simbólica central, gracias a la cual fue posible la producción y el consumo generalizado de un mismo tipo de productos y servicios (Harvey, 2012). Durante décadas garantizó el control e integración de las clases trabajadoras, a la vez que facilitó las posibilidades de reproducción del capital.

Sin embargo, como consecuencia de la crisis de 1973-1975 y, sobre todo durante la década de 1980, cuando el capitalismo se enfrentó a la imposibilidad de mantener las tasas de ganancia, y con un creciente ambiente de desafección social y pérdida de legitimidad como forma de organización social, dio paso a nuevas formas de producción y consumo, favorecidas a su vez por las políticas neoliberales. Así, cada vez más, las dinámicas de acumulación se empezaron a producir a partir de la fragmentación, la separación y la diferenciación. Esto fue una vuelta de tuerca más en la acentuación de

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

dinámica ya presente en el capitalismo, que históricamente ha prosperado a partir de la producción de la diferencia.

En consecuencia, se empezó a extender un modelo de **acumulación flexible** que trataba de buscar mercados especializados y efímeros, la descentralización operativa de la producción y su dispersión espacial (Harvey, 2007). Este modelo permitiría la personalización de bienes y servicios, respondiendo mejor a la demanda de nichos de mercado específicos. La relación entre la fragmentación y lo efímero permitió nuevas oportunidades para mercados especializados y altamente cambiantes. Esto significó que las relaciones se volvieron temporales y pragmáticas, sin garantías a largo plazo, constituyendo “partes intercambiables de una gran fábrica” (Fisher, 2022: 63). La incertidumbre e inestabilidad se apoderan de las relaciones de producción, y también del trabajo. Pero a su vez lograron satisfacer “placeres compensatorios” en la vida cotidiana que se encadenaron vigorosamente con los procesos de acumulación, más de lo que podía hacer el capitalismo industrial que limitaba las posibilidades de la creación (Harvey, 2007). De este modo, **la reproducción del capital quedó asociada a nuevas fronteras de mercantilización de la vida cotidiana**, y de forma muy destacada en el terreno de la cultura, el ocio y el turismo, gracias a lo cual el capitalismo recuperó capacidad de legitimación e integración social.

Bajo el modelo fordista, el turismo fue estructurado a través de los paquetes turísticos estandarizados, con tours organizados, vuelos charters y resorts todo incluido como elementos clave. Las cadenas hoteleras transnacionales y los grandes operadores fueron quienes dominaron el mercado. Sin embargo, bajo las nuevas lógicas postfordistas, se produjo una **eclosión de viajes más personalizados**, adaptados a los intereses específicos de cada consumidor. En términos productivos, esto se ha



Comuna 13 Medellín. Imagen de Carla Izcara

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

traducido, por una parte, en la desintegración vertical de las empresas, buscando como externalizar funciones no estratégicas, y la imposición de políticas de flexibilidad laboral y, por otra, en la segmentación de mercados y la diferenciación de productos (Ioannides y Debbage, 1997). Por ejemplo, con el fin de garantizar este proceso de adaptación a distintos nichos de mercado, una misma cadena hotelera puede crear marcas diferentes para líneas de hoteles que atienden necesidades y gustos cada vez más segmentados. La transformación de estos modelos productivos no se ha dado en forma de sustitución de uno a otro de un modo mecánico, si no que da lugar a un amplio abanico de experiencias que, según los territorios, expresan mayor o menor intensidad en una coexistencia dinámica (Ivars, 2001).

Pero este proceso va cada vez un paso más allá, en especial después de la crisis de 2008 y las dinámicas de turistificación global que se han producido como forma de solventar los problemas de reproducción del capital (Cañada y Murray, 2019). Los cambios tecnológicos y los fuertes procesos de financiarización del sector facilitan su expansión en un crecimiento que no ha sido solamente cuantitativo, sino también cualitativamente distinto, en la medida que el turismo deja de estar presente únicamente en unos espacios acotados pensados para su desarrollo. Así, **el turismo sale de sus espacios tradicionales y convierte cualquier lugar y situación en un atractivo comercializable**: la producción alimentaria, la vida cotidiana en las ciudades, los lugares que desaparecerán por el cambio climático, los territorios que han sido escenarios literarios, cinematográficos o de muerte, o la pobreza, entre otros.

Además, aparecen nuevos actores, a través de estructuras empresariales de plataforma que no requieren tener grandes activos inmovilizados (*asset-light*), y se benefician del uso de infraestructuras preexistentes (Murray y Cañada, 2021). Este es el caso, por ejemplo, de empresas como Airbnb, fundada en 2008, que puede disponer de una planta de alojamiento global enorme, sin que sea de su propiedad, y además la tiene distribuida tanto en lugares tradicionalmente turísticos como otros en los que no ha habido ninguna relación previa. Gracias a los avances tecnológicos, el turista adquiere

La personalización y adaptación a gran escala genera un mercado fuertemente segmentado de experiencias individualizadas en las que cada vez más gana peso el valor de la comunicación.

un mayor protagonismo y asume tareas y responsabilidades antes atribuidas a las empresas, generando una nueva ilusión sobre sus renovadas capacidades de decisión y de cómo la economía se reestructura en torno a él (Urry y Larsen, 2011): hacer la compra directa de billetes; ponerse las etiquetas en su maleta en el aeropuerto; realizar directamente el *check in* en el alojamiento sin necesidad de pasar por recepción; ponerse en contacto con distintos proveedores de servicios en cualquier lugar; puntuar servicios y guiarse por las recomendaciones que hicieron anteriores usuarios; o subiendo fotografías en redes sociales que configuran la imagen de un destino turístico. La personalización y adaptación a gran escala genera un mercado fuertemente segmentado de experiencias individualizadas en las que cada vez más gana peso el valor de la comunicación (Urry y Larsen, 2011).

En este contexto, los grandes agentes turísticos que dominan el sector –cadenas hoteleras, grandes touroperadores, plataformas, compañías aéreas y de cruceros, entre

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

otros– necesitan complementar su oferta con muchas más experiencias particulares y diferenciadas con las que puedan establecer distintos tipos de relación. Por ese motivo, las exigencias de creación de nuevos productos y experiencias turísticas son permanentes y, por naturaleza, nunca suficientemente satisfechas. En el terreno cultural esta transición del fordismo al postfordismo, se expresa gráficamente en la forma de referirnos a nuestras vacaciones: si antes el acceso al turismo suponía una oportunidad para igualarse con otras personas, expresado coloquialmente en forma de “yo también he ido a”, ahora se convierte en un mecanismo de distinción y prestigio por diferenciación, el “mira lo que he hecho”.

Es sobre este marco de transformaciones estructurales que hay que situar el crecimiento de un conjunto de nuevas demandas y ofertas turísticas. Entre ellas, habrá que ubicar la pobreza como atractivo turístico y los espacios urbanos de áreas marginalizadas como nuevos escenarios turísticos.

2.2. SLUM TOURISM

A inicios de la década de 1990, el descubrimiento del potencial de la pobreza como atractivo turístico favoreció la irrupción del fenómeno del *slum tourism* en algunas grandes ciudades del Sur Global, como Río de Janeiro, Mumbai, Johannesburgo o Ciudad del Cabo. Los términos usados para hacer referencia a estos espacios varían según los países; además de **slums**, también se conocen como **townships** en Sudáfrica, **favelas** en Brasil, **comunas** en Colombia o **villas** en Argentina (Korstanje y Cisneros, 2017; Koens y Thomas, 2016).



Río. Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

Desde la perspectiva del desarrollo urbano, estos asentamientos precarios han destacado por su papel histórico en la recepción de población migrante en grandes áreas metropolitanas (Yagi y Frenzel, 2022). Entre 1950 y 2005, la proporción de la población urbana en América Latina y el Caribe aumentó del 41,9% al 77,6%, superando así los niveles de Europa (Quesada, 2006). Este crecimiento urbano fue resultado tanto de la migración interna, desde áreas rurales hacia las ciudades, como por el movimiento de personas entre países vecinos. Sin planificación e infraestructuras de acogida necesarias, las sucesivas oleadas migratorias provocaron un **proceso de urbanización desordenado y segregado**. La consolidación de las políticas neoliberales a partir de la década de 1980, que priorizaron el pago de la deuda externa frente a otras necesidades, dejó todavía más sin recursos a unos Estados que no invirtieron lo que hubiera sido necesario para hacer frente a los retos de las transformaciones urbanas en curso. En consecuencia, esta dinámica urbana se convirtió en un factor central en la configuración de las sociedades latinoamericanas, con una **fuerte segregación social y espacial**, en las que se fueron acumulando espacios autoconstruidos, con poca conexión y carentes de servicios e infraestructuras adecuadas (Gorelik, 2022; Romero, 2001). Así, la “explosión urbana” que tuvo lugar después de la Segunda Guerra Mundial en muchos países del Sur Global, especialmente en Latinoamérica, generó un modelo urbano masificado y fragmentado.

La caracterización de cada uno de los *slums*, favelas o villas depende de factores geográficos, socioespaciales e históricos específicos y, por tanto, están sujetos a una gran variedad de condiciones (Hoogendoorn y Giddy, 2017). ONU Habitat los caracteriza por **estar densamente poblados, tener acceso insuficiente a agua, saneamiento, infraestructuras y vivienda, así como sufrir niveles elevados de inseguridad** (United Nations Habitat, 2003). En estas condiciones de precariedad, son áreas que también se ven marcadas por **estereotipos negativos** que obstaculizan la vida de sus habitantes (Fernandes et al., 2019).

El fenómeno del *slum tourism* no se puede comprender sin considerar el proceso de urbanización que da lugar a estos escenarios

De este modo, el fenómeno del ***slum tourism*** no se puede comprender sin considerar el proceso de urbanización que da lugar a estos escenarios (Frenzel et al., 2015). Bajo esta denominación se identifican primordialmente **recorridos turísticos en zonas empobrecidas, donde el interés se centra en el entorno y su historia, con un énfasis particular en la pobreza y la marginalidad** (Freire-Medeiros, 2014; Frenzel et al., 2015). Estos

itinerarios también abordan aspectos como la cultura popular, la estética y la violencia (Dürr et al., 2020), así como los conflictos sociales en los que se ven inmersos los habitantes de dichas zonas (Hoogendoorn et al., 2019). De este modo, estos espacios se han convertido en destinos turísticos reconocidos y marcas globales asociadas a la búsqueda de autenticidad y exotismo (Freire-Medeiros, 2014). En pocos años se ha convertido en un prolífico campo de estudio que ha dado lugar a una abundante literatura (López e Izcarra, 2023).

Su creciente popularidad ha sido favorecida por productos culturales masivos, como las películas *City of Gold* (2002) en Brasil, que muestra la favela como un lugar de violencia,

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

pero también destaca su singularidad y atractivo (DeAraujo et al. (2018; Törnberg y Uitermark, 2022) o *Slumdog Millionaire* (2008) en los *slums* de la India (Booyens y Rogerson, 2019). La historia del narcotraficante colombiano Pablo Escobar convirtió el barrio de Moravia en Medellín en un reclamo turístico por medio de diversas películas y series (Herrero Amo et al., 2019). Más recientemente, este interés se ha reforzado a través de las redes sociales (Törnberg y Uitermark, 2022), que han llegado a popularizar lugares como la Comuna 13 en Medellín, hasta el punto de tener un problema cotidiano de gestión de los flujos de visitantes. Sin embargo, este fenómeno no es completamente nuevo; ya desde mediados del siglo XIX, en varias ciudades industriales como París, Londres y Nueva York, sectores de las élites locales organizaban visitas a los barrios más empobrecidos como una forma de entretenimiento y adquisición de conocimiento, pero también por el interés en la pobreza y la filantropía (Frenzel et al., 2015; Dürr et al., 2020; Sloan et al., 2015). Sin embargo, su reciente expansión en el Sur Global está vinculada a la **demanda de una oferta que permita vivir experiencias singulares, consideradas más auténticas y reales, alejadas de los circuitos tradicionales del turismo de masas** (Auala et al., 2019; Frenzel y Blakeman, 2015; DeAraujo et al., 2018) en un contexto valorado como exótico (Fernandes et al., 2019), desconocido y arriesgado (Törnberg y Uitermark, 2022) en torno a la pobreza, la marginalidad y que estimularía la vivencia de emociones fuertes (Frenzel et al., 2015), además de la posibilidad de experimentar cierta idea de descenso social (Booyens y Rogerson, 2019; Griffin y Muldoon, 2020). Así, estos espacios son presentados de un modo contradictorio: a la vez que se exhiben como fascinantes y auténticas, generan temor por su asociación con la violencia y la inseguridad (Freire-Medeiros, 2014), pero no lo suficiente como para descartar su visita. Y es precisamente esta ambivalencia en su representación que refuerza su atractivo turístico.

Para la población local, los *slums* son lugares estigmatizados y de escaso interés turístico.

La oferta de *slum tourism* se orienta predominantemente hacia visitantes extranjeros. Para la población local, los *slums* son lugares estigmatizados y de escaso interés turístico, mientras que para visitantes de otros países y contextos culturales podrían resultar más lejanos, exóticos y atractivos (Agus e Indra, 2018; Chili y Mabaso, 2016; Fernandes et al., 2019; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Hoogendoorn et al., 2019).

Las estructuras organizativas de **los operadores de slum tourism muestran una considerable diversidad, que abarca desde grandes empresas con numerosas personas empleadas hasta pequeñas iniciativas y también guías independientes** (Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015; Koens y Thomas, 2016). En muchos casos la oferta la habrían iniciado emprendedores locales. No obstante, al aumentar el potencial comercial, las iniciativas externas, con una mayor conocimiento y canales para captar clientes, han fortalecido su presencia, desplazando a muchos actores locales de menor tamaño (Angelini, 2019; Chili y Mabaso, 2016; Giddy y Hoogendoorn, 2018). Este predominio de grandes empresas crece en proporción al volumen de turistas que acuden a estos destinos (Frenzel et al., 2015). En el caso de los *townships* sudafricanos, se identificó que, aunque inicialmente estuvieron gestionados por operadores locales, desde principios de los años 2000, cinco grandes operadores externos llegaron a controlar entre el 80%

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

y el 90% del mercado, mientras que los pequeños operadores locales competían por el resto de visitantes (Koens y Thomas, 2015). Aunque los tours sean operados por actores externos, con frecuencia las empresas que los promueven establecen vínculos con iniciativas locales de desarrollo. Esto les permite disponer de anclajes sociales en el territorio, a la par de intentar dotarse de cierta legitimidad en la medida que generan ingresos para distintos proyectos e iniciativas sociales (Angelini, 2019; Booyens y Rogerson, 2019; Frenzel, 2017).

La oferta de slum tourism se enfoca principalmente en tours guiados a través de áreas consideradas marginales y estigmatizadas.

La oferta de *slum tourism* se enfoca principalmente en tours guiados a través de áreas consideradas marginales y estigmatizadas, comúnmente asociadas con cierto nivel de riesgo. Estos recorridos permiten a los visitantes explorar calles y espacios generalmente restringidos para personas ajenas a la comunidad con ciertas garantías de seguridad (Hoogendoorn y Giddy, 2017). Además, ofrecen actividades como visitas a talleres de artesanía, experiencias gastronómicas, y apreciación de recursos artísticos como murales o demostraciones de danza (Angelini, 2019; Frenzel et al., 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2017, 2018; Sloan et al., 2015). Aunque en algunas ocasiones existe la opción de hospedaje, esta es una práctica poco habitual. Los tours suelen durar entre dos y tres horas, y se realizan principalmente en grupos pequeños acompañados de guías, quienes en algunos casos utilizan vehículos propios de distintas dimensiones, mientras que en otros prefieren llevar a los visitantes a pie (Fernandes et al., 2019; Rompu, 2019). Los operadores tienen diversos tipos de tours, pero habitualmente también pueden adaptarlos según los intereses específicos de los visitantes (Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015). En estos recorridos, **la figura del guía es considerada**



Favela de Pavão (Rio). Imagen de Ernest Cañada



Barrio Uruguai (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

fundamental. Además de garantizar el acceso y velar por la seguridad ante posibles riesgos, construye un relato que ayuda a interpretar lo que se está viendo y actúa como mediador entre los visitantes y la comunidad (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel et al., 2015; Rompu, 2019). La narrativa que facilita la visita puede ser variada y está sujeta a diversas interpretaciones, según el contexto y el rol político atribuido. Por una parte, se considera que esta narrativa está excesivamente politizada (Booyens y Rogerson, 2019), mientras que, por otra parte, también se ha valorado que puede contribuir a la despolitización (Henry, 2020) o promover un discurso individualista liberal que ignora las causas estructurales de la pobreza (Dürr et al., 2020).

El impacto de la economía local de estos tours es reducido. Si bien contribuye a generar oportunidades económicas e ingresos, a través de la donación de un porcentaje del costo del tour a iniciativas locales, la creación de empleo local y la promoción de comercios dentro de las favelas (Frenzel et al., 2015; Auala et al., 2019), sus efectos parecen limitados. Los impactos negativos predominan en la literatura académica, en la que se ha destacado la explotación económica de la comunidad, ya que los beneficios suelen concentrarse en operadores y no en los residentes (Booyens y Rogerson, 2018; Dürr et al., 2020; Freire-Medeiros, 2014). Además, esta práctica puede intensificar desigualdades internas y perpetuar la marginalización (Chili y Mabaso, 2016; Korstanje y Cisneros, 2017). En términos generales, la experiencia en estos tours contribuiría a la difusión de imágenes y estereotipos que consolidan una visión de la pobreza y la marginación urbana que perpetúa una imagen estigmatizadora que convierte la pobreza en espectáculo (Freire-Medeiros, 2014).



Comuna 13 Medellín. Imagen de Carla Izcara

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

El **turismo en asentamientos precarios**, como los *slums* o favelas, ha sido analizado de un modo destacado a la luz de la **teoría de las movilidades**, la cual resalta la centralidad que adquieren los movimientos de personas, ideas, objetos y datos en la configuración del mundo actual. Desde esta teoría, los desplazamientos se consideran no solo como actos físicos, sino como procesos que integran tanto aspectos materiales como simbólicos (Urry, 2002, 2007). Según el paradigma de las nuevas movilidades, el turismo representaría una forma de movilidad compleja en la que los destinos y las experiencias se organizan mediante una red global de flujos y conexiones (Sheller y Urry, 2006). Así, los lugares turísticos se reinventarían constantemente para captar la atención de los turistas y por medio de las “performances” entre turistas y residentes los destinos serían co-creados de forma continua (Allis et al., 2020). Desde esta perspectiva, el *slum tourism* debería entenderse como parte de flujos globales de personas como una forma de intercambio de imaginarios y narrativas sobre la pobreza, la desigualdad y la autenticidad cultural y, por tanto, adquiriría el carácter de un “lugar de juego” donde poder experimentar distintos tipos de vida y culturas (Allis et al., 2020).

Las investigaciones de Bianca Freire-Medeiros en las favelas de Río de Janeiro, especialmente en **Rocinha**, revelan cómo estos movimientos turísticos, más allá del simple tránsito físico de visitantes, han facilitado la difusión de imágenes, discursos y estereotipos sobre las favelas y sus residentes, convirtiendo a estas comunidades en una “marca” reconocida mundialmente. Las favelas, transformadas en destinos turísticos, se integran en circuitos globales de movilidad de personas, imágenes, narrativas y capital, y son transformadas en objetos de consumo cultural que responden a una demanda internacional en búsqueda de experiencias auténticas y exóticas. La teoría de las movilidades le permite a Freire-Medeiros analizar cómo estos flujos afectan tanto a los visitantes, quienes buscan una experiencia “genuina” de la marginalidad, como a los residentes, que ven sus espacios cotidianos convertidos en escenarios para el consumo externo. Además, este marco teórico facilita el análisis de las desigualdades en el acceso a la movilidad: mientras que los turistas pueden desplazarse libremente y “entrar y salir” de estos lugares, los habitantes de las favelas suelen enfrentar restricciones significativas en su propia movilidad debido a limitaciones económicas, sociales y políticas. Esta asimetría en el acceso a la movilidad resalta las dinámicas de poder subyacentes en el turismo de asentamientos precarios, donde la movilidad de los visitantes está respaldada por privilegios y capital, mientras que la de los residentes es restringida y controlada (Freire-Medeiros, 2014).

Este tipo de actividad ha recibido **fuertes críticas desde una perspectiva ética** debido a su combinación controvertida de entretenimiento y pobreza (Agus e Indra, 2018). Cuestionamientos comunes señalan que convierte la pobreza en mercancía y la estetiza (Booyens y Rogerson, 2019), lo cual refleja una “mercantilización capitalista” donde el sufrimiento se vuelve un producto más (Henry, 2020; Törnberg y Uitermark, 2022). El *slum tourism* mercantiliza la pobreza, proyectando una imagen exotizada de la “alteridad” y generando una fascinación cosmopolita por la pobreza como algo auténtico (Törnberg y Uitermark, 2021). Pero esta idealización normaliza y despolitiza la miseria, ignorando las desigualdades estructurales que mantienen estos espacios (Nisbett, 2017).

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

Esta práctica es considerada, a menudo, degradante y voyeurista, comparándola con safaris o espectáculos de miseria (Frenzel, 2017; Giddy y Hoogendoorn, 2018). Además, algunos la ven como una expresión etnocéntrica y colonialista, al presentar a la comunidad como pasiva y dependiente (Griffin y Muroon, 2020; Nisbett, 2017). El predominio de operadores externos a las comunidades reforzaría la percepción de explotación asociada al *slum tourism*. Este cuestionamiento se agudiza cuando los operadores no disponen de vínculos ahí donde desarrollan sus actividades (Frenzel, 2017). Sin embargo, también se ha resaltado una lectura más positiva que enfatiza los beneficios potenciales del turismo en comunidades desfavorecidas, especialmente en términos de generación de ingresos y desarrollo comunitario (Frenzel, 2017) y por contribuir a la reducción de la pobreza (Auala et al., 2019).

En los reality tours la pobreza y la vida en asentamientos marginales son convertidos en producto de consumo turístico.

La consolidación del *slum tourism* se ha producido en paralelo a otras formas de actividad turística que tienen lugar en ese mismo tipo de asentamientos precarios y en los que la relación con la pobreza también está presente. Se identifica así una tendencia global que ha hecho emerger los **reality tours**, donde la pobreza y la vida en asentamientos marginales son convertidos en productos de consumo turístico (Freire-Medeiros, 2014). En este sentido, el **turismo de voluntariado** parece motivado por un interés por ayudar a paliar los efectos de la pobreza, aunque en muchas ocasiones entran otros elementos en juego que tienen más que ver con los intereses particulares de las personas que practican este tipo de actividad (Salvador, 2020, 2023). Ante los cuestionamientos éticos, y la incomodidad que puede generar entre ciertas personas hacer de turistas en este tipo de entornos, el turismo de voluntariado, que otorga un rol específico que justifica su presencia, aparecería como una forma más “legítima” de poder estar ahí y, por tanto, hacer la experiencia más auténtica (Auala et al., 2019). Igualmente, se ha asociado con el **dark tourism**, es decir, con las visitas a lugares caracterizados con la muerte y el sufrimiento. Esta vinculación se produce en la medida que, en ocasiones, estos hechos pueden estar ocurriendo en este mismo tipo de espacios (Frenzel et al., 2015), aunque también se ha argumentado que ambos fenómenos no son del todo comparables ni equiparables (Privitera, 2015).

Finalmente, cabe destacar cómo también se ha destacado la diversidad en las formas en las que pueden estar organizadas este tipo de visitas. Así, Anne-Marie Broudehoux a partir del análisis del turismo en las favelas de Rio, propone una **tipología de las distintas estructuras empresariales presentes en ellas**: iniciativas privadas con fines de lujo; iniciativas comunitarias sin fines de lucro; negocios locales con fines de lucro e iniciativas estatales como proyectos de teleféricos y programas de guías locales (Broudehoux, 2017). A partir de esta distinción, identifica cómo el impacto y los beneficios que aportarían cada una de estas estructuras puede variar significativamente. Por tanto, el debate no se centra ya en la valoración general de un determinado tipo de actividad en espacios como las favelas, sino sobre el tipo de estructura empresarial y los efectos diferenciados que podría provocar. En este contexto, **emerge el interés por formas de gestión colectiva de la oferta turística en este tipo de asentamientos** a través de la cual sus pobladores tratan de controlar este tipo de

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

visitas, imponer normas que regulen la presencia del turismo, la forma en la que son mostrados e incrementar sus beneficios. Esta oferta se organiza bajo las lógicas del **turismo comunitario urbano** y parece estar aflorando con fuerza en una gran diversidad de grandes ciudades.

2.3.
TURISMO COMUNITARIO URBANO

La literatura académica sobre el turismo comunitario urbano es mucho menor en cantidad que la que ha analizado este mismo modelo de gestión en ámbitos rurales. Asimismo, en los estudios sobre *slum tourism* es también una dimensión menos abordada. En cierta medida, el turismo comunitario urbano aún no constituye un campo de estudio claramente desarrollado. En investigaciones sobre experiencias de turismo en favelas o áreas urbanas marginalizadas se encuentran referencias a iniciativas basadas en la gestión comunitaria mezcladas con muchas otras que son de carácter privado con ánimo de lucro. Esta falta de diferenciación explícita hace que, en ocasiones, se utilice el término de turismo comunitario urbano para hacer referencia a experiencias que simplemente ocurren dentro de comunidades urbanas, sin establecer diferencias claras en función de las estructuras de propiedad y de los modelos de gestión que permitiría ubicarlas como tales (Lo y Janta, 2022). Esto obliga a un cierto ejercicio de análisis detallado y de selección de los casos a tener en cuenta. Por otra parte, hay un claro predominio en la literatura de los estudios de caso que hacen referencia a **Brasil**, con un claro protagonismo de las **favelas de Rio**,



Rio. Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

aunque no en exclusiva. En el ámbito latinoamericano, que es donde vamos a fijarnos prioritariamente, los otros países donde hay investigación sobre este tipo de iniciativas son Argentina, Colombia y Chile, aunque en términos cuantitativos la producción que se ha generado es significativamente inferior.

A partir del análisis de la literatura disponible, es posible identificar ciertos temas y debates que han recibido mayor atención o que abren perspectivas de un especial interés. También resaltamos algunos aspectos de estas investigaciones que nos permitirán una posterior vinculación con los casos que hemos analizado en el presente informe. Probablemente, **la principal discusión que se ha planteado en los estudios sobre turismo comunitario urbano es la diferencia entre este modelo de gestión y otros, principalmente de carácter privado con ánimo de lucro, y la explicación de por qué tienen un impacto más positivo sobre la población local.** La investigación pionera de Spanpinato en 2009 resaltó que, de los distintos tipos de iniciativas que hacían turismo en las favelas de Rio, las más positivas para la población local eran las de gestión comunitaria. En ellas, las comunidades asumen un rol activo en el diseño y la gestión de las iniciativas turísticas, y este protagonismo contribuye a empoderar a los residentes y a fortalecer la cohesión social. Aunque también advertía que su sostenibilidad depende de una distribución equitativa de los beneficios y de la capacidad de las comunidades para mantener el control sobre los proyectos.

Anteriormente, ya destacamos la tipología elaborada por Anne-Marie Broudehoux (2017), en la que identificaba cuatro formas distintas de gestión del turismo en las favelas de Rio, que reforzarían esta argumentación de Spanpinato. Según esta investigadora, **la presencia del turismo en las favelas puede convertirse tanto en una amenaza como en una oportunidad.** Así, puede acentuar los procesos de gentrificación y segregación socioespacial, pero también fomentar la inclusión y el desarrollo económico. La clave estaría en que las iniciativas turísticas involucraran a las comunidades y respetaran su privacidad y dignidad. En este sentido, pone como ejemplos de gestión comunitaria adecuada el Museo de Favela en Pavão-Pavãozinho y las rutas comunitarias en las favelas de Babilônia- Chapéu Mangueira.

“Las iniciativas de turismo comunitario priorizan la participación activa de la población residente, evitan la cosificación de la pobreza y garantizan que los beneficios económicos lleguen a la comunidad”

Van Rompu (2019), quien analiza el turismo en las favelas de Rocinha, Santa Marta y Cantagalo, considera que las iniciativas de turismo comunitario se diferencian de las prácticas de un turismo explotador, que equipara con un “safari”, al priorizar la participación activa de la población residente, evitar la cosificación de la pobreza y garantizar que los beneficios económicos lleguen a la comunidad. Aunque muchas visitas son organizadas por empresas externas, las iniciativas lideradas por residentes locales han emergido como una alternativa que busca beneficiar directamente a las comunidades. Estas iniciativas se caracterizan por involucrar a guías locales, ofrecer recorridos a pie y reinvertir en proyectos comunitarios. En los casos estudiados, destaca que **la gestión comunitaria ha tenido un impacto material significativo, ya que genera ingresos para los negocios locales y apoyo a proyectos sociales.** Por ejemplo, algunas empresas turísticas reinvierten sus ganancias en proyectos como escuelas,

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

talleres de grafiti y jardines comunitarios. Además, estas visitas promueven el orgullo y la autoestima entre los residentes al mostrar los aspectos positivos de su comunidad a los visitantes.

De este modo, **parece existir un consenso amplio en que las formas de gestión comunitaria favorecen más a la población residente y reducen los riesgos asociados a un desarrollo turístico que no les tiene suficientemente en cuenta o que, simplemente, les utiliza.** Esta perspectiva se ha visto reforzada por varios estudios de caso en distintas favelas de Rio. Freire-Medeiros et al. (2013) identifican a partir de la favela de Santa Marta, que la diferencia en el diseño de los tours y cómo se conciben las paradas durante el recorrido entre guías locales y externos, hace que el gasto de los turistas sea mayor con los primeros con los otros. De Oliveira (2014), después de destacar la contradicción entre el turismo comunitario y el “favela tour”, remarcaba que las formas de organización comunitaria tienden a tener impactos más positivos por estimular la participación local y esto les permite apropiarse de los beneficios y fortalecer su identidad colectiva. Rodriguez da Silva et al. (2014) analizaban el Favela Inn Hostel, propiedad de una familia residente en la comunidad de Chapéu Mangueira, Rio, y resaltaban que, a diferencia de otros modelos, el turismo comunitario es una alternativa para generar empleo, ingresos y promover el desarrollo sustentable, destacándose por su énfasis en la participación comunitaria, la preservación de la identidad cultural y la integración socioambiental. El hostel genera ingresos directos e indirectos para la comunidad. Por ejemplo, se adquieren productos de comerciantes locales y se contrata mano de obra de la comunidad para eventos y mantenimiento. Por su parte, Ferreira (2015), subrayaba que el desarrollo turístico en la favela de Santa Marta, Rio, se ha convertido en un medio para generar ingresos, fortalecer la identidad local, reclamar la narrativa del espacio y fomentar la cohesión comunitaria. Miranda (2015) centraba su investigación en la favela de Vigidal, también en Rio. Considera que su desarrollo turístico es parte del proceso de turistificación que se ha vivido en las favelas



Rio desde la favela de Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

de Rio en los últimos años y que este tiene un carácter dual, con impactos positivos y desafíos, como el incremento de precios, el desplazamiento de población local y cambios en la estructura social. Pero valora que los procesos comunitarios tratan de contrarrestar estos impactos, generando dinámicas más positivas para la población local. Dias Mano et al. (2017), que analizaba el colectivo de guías de la favela de Santa Marta, llegaba a la misma conclusión y consideraba que la clave del éxito del turismo comunitario está en la participación de la población local y que las alternativas turísticas basadas en el empoderamiento y el papel protagónico de los residentes pueden transformar el turismo en los barrios marginales en algo más comprometido socialmente. En este sentido, enfatiza que en Santa Marta haya habido un mayor empoderamiento comunitario, generación de empleo y renta y mejorar el sentido de pertenencia.

Por su parte, Fagerlande (2020), quien analiza también las favelas de Santa Marta y de Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, consideraba que gracias al turismo comunitario urbano se ha estimulado la participación de los residentes en el turismo, lo cual ha derivado en generación de ingresos y fortalecimiento de la identidad local. Sin embargo, introduce un elemento valorativo nuevo en estos análisis al considerar que **el turismo comunitario urbano no solamente es más beneficioso para la población local, sino que también es más resiliente frente a la caída del financiamiento público o situaciones críticas imprevistas**. Esta virtud se explica por su enraizamiento comunitario; por desarrollar una economía basada en redes locales, con diversificación de actividades; tener mayor flexibilidad operativa; adaptarse mejor al deterioro de infraestructuras. Estas características contrastan con los emprendimientos externos, más dependientes de condiciones favorables de seguridad, mantenimiento de infraestructuras públicas y de la continuidad en los flujos turísticos. La experiencia del fin de la política de “pacificación” en las favelas de Rio se notó especialmente en este tipo de negocios, que tenían menos capacidad para adaptarse y diversificarse ante un contexto de crisis, más que en las iniciativas comunitarias.



Recife. Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

El turismo comunitario se presenta como un modelo que prioriza la participación local en la gestión, diseño de los productos turísticos y los beneficios obtenidos por la actividad.

Fuera ya de las dinámicas de las favelas de Rio, hay ejemplos parecidos en Brasil que muestran una diferencia significativa en los impactos generados por formas de gestión comunitaria sobre otro tipo de modalidades. Silva y Araujo (2018) analizan el impacto que ha tenido el desarrollo turístico en Ilha de Déus, en Recife, bajo gestión comunitaria impulsada por la ONG local Saber Viver. Según las autoras, el turismo comunitario se presenta como un modelo que prioriza la participación local en la gestión, diseño de los productos turísticos y los beneficios obtenidos por la actividad. En este caso concreto, se destacan las capacidades comunitarias para mantener la autonomía y resistencia de sus propuestas, aunque tengan que relacionarse con el mercado capitalista. Por su parte, Oliveira (2019) considera que mientras que el turismo convencional a menudo genera exclusión y mercantiliza la cultura local, en la Ilha de Deus se basa en la participación de la población residente en la planificación y gestión de las actividades turísticas, lo cual fortalece la cohesión social, contribuye a empoderamiento social y económico, preserva las tradiciones y mejora la autoestima colectiva y fortalece la identidad comunitaria.

Distintas experiencias analizadas en otros países latinoamericanos, refuerzan esta diferenciación entre turismo comunitario y otras formas de hacer turismo en comunidades urbanas, y sus implicaciones para la población local. En Buenos Aires, Argentina, a partir de los casos del Barrio Mugica-Villa 31 y del Barrio Rodrigo Bueno, González Bracco et al. (2023) diferencian conceptualmente el fenómeno del *slum tourism*, entendido como un modelo que convierte la pobreza en atractivo turístico, del turismo comunitario urbano, que se basa en la voluntad de transformar la percepción de los barrios populares, resaltando sus aspectos culturales, históricos y productivos. En el Barrio Egipto de Bogotá, Colombia, Ferrari (2021) insiste en la misma idea de la capacidad transformadora de la gestión comunitaria del turismo. En este caso, el arte visual y las memorias orales de barrios estigmatizados y marcados por la violencia se convierten en recursos turísticos que, a través de la participación de la población local, construyen alternativas a las “geografías violentadas” y construyen espacios de inclusión social y reducción de la violencia.

En el caso de Santiago de Chile, Parker y Moreno (2015), resaltan cómo el desarrollo del turismo comunitario urbano se ha basado en la identidad indígena. Las comunidades indígenas han comenzado a trasladar sus tradiciones culturales a un contexto urbano, creando un nuevo paradigma de turismo. Este enfoque enfatiza la autoafirmación identitaria y la participación de las comunidades en la gestión de sus propios proyectos turísticos. Bajo este modelo, no se trata solo de exhibir elementos culturales, sino de garantizar que las comunidades tengan control sobre la gestión y dirección de estas actividades. Estas iniciativas, además de facilitar la actividad turística, también fortalecen las identidades culturales de las comunidades involucradas.

En definitiva, parece que **un primer gran consenso de la literatura sobre turismo comunitario urbano es que este es considerado la forma más beneficiosa para las poblaciones locales, a diferencia de otras modalidades**. Mtapuri y Giampiccoli (2020), quienes en un artículo de alcance teórico definen el turismo

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO



Comuna 13 Medellín. Imagen de Carla Izcara

comunitario urbano como una forma de turismo controlada, gestionada y dirigida por miembros de comunidades urbanas desfavorecidas, diseñada para beneficiarles directamente, consideran que este modelo de gestión **tiene un gran potencial para transformar las comunidades urbanas desfavorecidas, mejorar su calidad de vida y fomentar una mayor equidad en las ciudades**. Sin embargo, esto solo sería posible si mantiene principios como la justicia social, la equidad y el empoderamiento comunitario.

En lo que respecta a las **motivaciones** que podrían haber impulsado el desarrollo de experiencias de turismo comunitario, **en la literatura no se encuentra formulada con claridad una hipótesis sobre si puede derivarse de una reacción de malestar por la entrada en las favelas de agentes turísticos externos**. Sin embargo, los estudios de Ferreira (2015) y Angeli (2019) en la favela de Santa Marta sí que destacarían en este caso concreto esta motivación, pero no parece claro que pueda generalizarse.

Otro consenso destacado, es que **su principal instrumento de desarrollo no es tanto el alojamiento**, como ha ocurrido en ámbitos rurales, aunque puede darse de forma puntual, como en el caso del Hostel Favela Inn en la comunidad de Chapéu Mangueira Barrio de Leme de Rio (Rodríguez da Silva et al., 2014), **sino más bien un conjunto de recursos que permiten la inmersión a quienes les visitan y la generación de conocimiento dentro de esas áreas**. Entre los principales instrumentos que se destacan aparecen las rutas (Allis et al., 2022; Broudehoux, 2017); los museos territoriales (Allis et al., 2022; Broudehoux, 2017); las expresiones artísticas vinculadas al muralismo (Ferrari, 2021; González Bracco, 2023) y a la

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

cultura producida en las periferias (Allis et al., 2022); los talleres artísticos con participación de las personas visitantes (Broudehoux, 2017); las narraciones en primera persona de las personas residentes en esas comunidades (Ferrari, 2021); la convivencia y acompañamiento en actividades productivas y gastronómicas (Oliveira, 2019); la realización de actividades culturales y ceremoniales abiertas al público (Parker y Moreno, 2015).

El tema del **muralismo al aire libre**, que se repite como recurso visitable en numerosas favelas y barrios populares, ha adquirido un sentido controvertido del que alerta González Bracco (2023). Según la autora argentina, que centra su investigación en varias experiencias de Buenos Aires, el muralismo pone en evidencia la tensión que se genera en torno a estas expresiones artísticas entre los intereses del capital y de las instituciones públicas a su servicio, por una parte, y los de las comunidades, por otra. Los murales adquieren un sentido contradictorio y pueden llegar a convertirse en motivo de disputa. Actúan como herramientas de resignificación de espacios estigmatizados, iluminando áreas marginadas y promoviendo nuevas narrativas sobre estos lugares. No solo embellecen sus calles, sino que también articulan memorias colectivas y disputan el control simbólico y material del territorio. Sin embargo, pueden convertirse también en potentes reclamos turísticos gestionados de modo privado y sin articulación comunitaria, que privilegian las lógicas del mercado por encima de las necesidades y derechos de sus poblaciones.

Una discusión menos extendida, pero relevante para entender las lógicas que operan detrás de la puesta en marcha de este tipo de propuestas, es **qué diferencias tendrían los espacios urbanos para el desarrollo del turismo comunitario en comparación con los rurales**, sobre los cuáles se ha asentado originalmente su desarrollo. Aquí no hay claridad en el sentido de las valoraciones. Mientras hay quien considera que las comunidades urbanas presentan relaciones más heterogéneas y fragmentadas que las rurales y que esto, en consecuencia, dificulta la implementación de modelos de gestión comunitaria (Vongvisitsin et al., 2024), otros introducen elementos que permiten una lectura distinta. Así, Mtapuri y Giampiccoli (2020), si bien reconocen que las áreas urbanas **enfrentan retos específicos**, como mayores complejidades en términos de gobernanza y cohesión social, **también disponen de ciertas ventajas**: estar cerca de mercados turísticos; contar con infraestructuras clave (aeropuertos, oficinas de turismo) y tener redes sociales más amplias, lo que brinda nuevas oportunidades.

En esta experiencia de visitar áreas urbanas históricamente caracterizadas por la marginalidad, la violencia y la inseguridad, marcadas por los prejuicios y estigmas, a los que habitualmente no era fácil que pudieran acceder personas no residentes en ellas, se ha descrito cómo **el papel de los guías locales juega un papel clave**, al igual que los hace en general en las actividades vinculadas al slum tourism, como se ha destacado anteriormente. Estos permiten, además de resolver situaciones de riesgo y brindar cierta sensación de tranquilidad, poder compartir sus experiencias personales y conocimientos sobre la cultura y la historia de las favelas (Dias Mano et al., 2017; Ferrari, 2021; Van Rompu, 2019). Los conflictos entre guías locales y externos que

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

Las estructuras comunitarias permiten a los turistas experimentar una perspectiva diferente de las favelas.

se produjeron en la favela de Santa Marta, tenían como trasfondo el control de los beneficios económico que generaba la actividad, pero también las narrativas que se brindaban. Así, los guías de organizaciones comunitarias velan especialmente porque la visión de los visitantes no esté centrada únicamente en la pobreza y la violencia, sino que tratan de poner en valor otros elementos (Ferreira, 2015).

De algún modo, el turismo comunitario urbano, además de mejorar las condiciones de vida de sus poblaciones, **tendría también una función pedagógica en la medida que estaría contribuyendo a cambiar la percepción de las favelas y barrios populares por parte de sus visitantes**, a diferencia de otras modalidades turísticas que reforzarían los estigmas y visiones negativas. El turismo en las favelas, independientemente de su forma de gestión, tiene el riesgo de reproducir imágenes estereotipadas de las favelas como “zoológicos de pobres”. En contraste, **en el turismo comunitario se desarrollan narrativas contrahegemónicas sobre la vida en estas áreas, que muestran la riqueza cultural y el potencial de sus habitantes** (Fagerlande, 2020; Rodriguez da Silva et al., 2014), aunque tampoco se evita el riesgo de reproducir estereotipos relacionados con la pobreza y el riesgo (Dias Mano et al., 2017). Por eso, se valora que **las iniciativas que fomentan el diálogo intercultural tienen más probabilidades de generar experiencias enriquecedoras para ambas partes** (Spanpinato, 2009). Así, el turismo comunitario puede servir como una herramienta para contrarrestar los estereotipos negativos sobre las favelas y promover narrativas culturales alternativas. Las estructuras comunitarias permiten a los turistas experimentar una perspectiva diferente de las favelas. **En lugar de enfocarse en la violencia y la pobreza, estas visitas destacan la riqueza cultural y social de las comunidades.** Los turistas suelen cambiar sus percepciones después de participar en estas actividades, pasando de una visión basada en estereotipos a una apreciación más matizada y positiva, con una percepción de las favelas más cercana a la idea de comunidades funcionales, solidarias y culturalmente ricas. Algunos turistas destacan la infraestructura y los servicios presentes en las favelas, como agua, electricidad y acceso a Internet, lo que contrastaba con sus expectativas iniciales. Otros enfatizan el fuerte sentido de comunidad y la calidez de los residentes (Van Rompu, 2019). Sin embargo, en la medida que el mercado prioritario es una clientela extranjera con un mayor poder económico, existe el riesgo de que las relaciones entre comunidades locales y turistas se establezcan desde posiciones muy desiguales y, por tanto, que esto tienda a reforzar estereotipos o prejuicios, a pesar de los esfuerzos realizados (Parker y Moreno, 2015).

Una discusión que aparece en algunos artículos es **cómo valorar el papel de las políticas públicas en el impulso y consolidación del turismo comunitario urbano** y hasta qué punto son generadoras de dinámicas de dependencia que anulan la autonomía de las comunidades, sin la cual no estaríamos ante un desarrollo turístico realmente comunitario. González Bracco et al. (2023) advierte que, en algunas iniciativas de Buenos Aires, las comunidades muestran dependencia de las políticas gubernamentales, lo que limita su capacidad de autogestión. Existe el riesgo de que el

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

turismo comunitario sea instrumentalizado para fines de mercado, diluyendo su esencia comunitaria y transformando los barrios en productos turísticos. Por eso, subraya la necesidad de construir comunidades cohesionadas y autónomas para garantizar que el turismo se mantenga como una herramienta de empoderamiento y desarrollo inclusivo. Sobre ese mismo contexto, Friedl (2024) destaca la potencialidad de las alianzas público-comunitarias, nacidas a través del conflicto y la negociación, para mejorar la vida de las poblaciones de barrios como Padre Carlos Mugica en Buenos Aires, conocido como la antigua Villa 31.

Por su parte, Rodrigues (2018), en su análisis de las políticas públicas que han tratado de favorecer el desarrollo del turismo comunitario en las favelas de Rio, demanda la necesidad de que estas tengan mayor calidad para la garantizar la consolidación de este tipo de prácticas. Así, destaca múltiples problemas de estas políticas, como la falta de continuidad en las intervenciones; las limitaciones en las infraestructuras con las que pudieron contar las comunidades; o la dependencia del Estado en la medida que no se pudieron consolidar. Las políticas públicas en el contexto neoliberal han fracasado, considera Rodrigues, para abordar de manera efectiva las necesidades de

Sin un Estado fuerte que promueva políticas públicas consistentes, el turismo de base comunitaria enfrenta graves limitaciones.

las comunidades en las favelas. Por lo tanto, sin un Estado fuerte que promueva políticas públicas consistentes, el turismo de base comunitaria enfrenta graves limitaciones. Las iniciativas privadas y comunitarias, aunque valiosas, no pueden sostenerse sin un marco institucional sólido. La economía solidaria emerge como una alternativa viable para el turismo comunitario, siempre y cuando esté respaldada por políticas públicas que promuevan la inclusión

y la participación ciudadana. De algún modo, la tensión entre estas dos lecturas abre el campo de análisis sobre qué políticas específicas requiere el desarrollo del turismo comunitario urbano, y si es que las necesita o se consideran necesarias.

Otra de las discusiones que queda planteada en uno de los artículos es **hasta qué punto el desarrollo del turismo comunitario urbano estaría generando transformaciones de género y facilitando procesos de empoderamiento de algunas mujeres que lideran estos procesos con una perspectiva feminista.**

Aunque este es un asunto muy incipiente en los estudios sobre turismo comunitario urbano, en el ámbito rural ha sido una cuestión que ha generado una enorme literatura y debates enconados hasta el punto de llegar a cierto bloqueo por cuanto la acumulación de estudios de caso no resuelve la discusión, sino que lo mantiene en un estado de estancamiento (Cañada, 2017). Según Van Rompu (2019), en el único estudio encontrado sobre esta cuestión, el análisis del turismo comunitario en las favelas de Rocinha, Santa Marta y Cantagalo revela que efectivamente este tipo de turismo estaría generando cambios en un sentido más equitativo. El texto destaca el papel de las mujeres en el turismo comunitario en las favelas de Rio. Se resalta que las mujeres ocupan roles centrales en la estructura social de las favelas, a menudo encabezando familias y participando activamente en actividades económicas y comunitarias. Esto se refleja en las narrativas presentadas durante las visitas guiadas, donde se destaca su papel como pilares fundamentales de sus comunidades. Durante las visitas, las

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

guías locales suelen compartir perspectivas sobre los roles de género en las favelas. Las mujeres guías utilizan el turismo como una plataforma para mostrar la fortaleza y las contribuciones de las mujeres de las favelas. Además, en algunos casos, buscan educar tanto a los turistas como a los propios residentes, promoviendo cambios en las percepciones de género. Las guías también influyen en la forma en que los hombres jóvenes de las favelas interactúan con las turistas extranjeras, destacando diferencias culturales y alentando comportamientos respetuosos. Esto crea un espacio para el aprendizaje y el cuestionamiento de los roles de género tradicionales. Finalmente, en algunos casos, las guías incorporan perspectivas feministas en sus narrativas, subrayando la importancia de los derechos de las mujeres y su papel en la resistencia cotidiana frente a las desigualdades estructurales.

En la literatura académica que se ha ocupado del turismo comunitario urbano también ha habido una **especial preocupación por los desafíos que enfrenta esta actividad**. Esta discusión se ha planteado a dos niveles: por un lado, los riesgos que comporta el desarrollo del turismo en estos espacios, del que la gestión comunitaria es solo una parte, pero participa de una dinámica general, y, por otro, de los retos intrínsecos a las modalidades comunitarias. El turismo comunitario coexiste con otras formas de organizar la actividad turística y, de hecho, difícilmente es hegemónica en espacios urbanos. **Los impactos de los procesos de turistificación en algunos de estos barrios parecen estar muy presentes**: especulación inmobiliaria; aumento del costo de vida; desplazamiento de la población, reproducción de imágenes estereotipadas como “zoológicos de pobres” (Dias Mano, 2017; Fagerlande, 2020). En qué medida la gestión comunitaria contrarresta sus efectos o, por el contrario, suma capas de turistificación con un sentido social distinto, pero con efectos parecidos, no parece, de momento, ser parte de la discusión académica.



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

Por otra parte, también se han señalado diversos **desafíos intrínsecos a las dinámicas del turismo comunitario urbano**. Son cuestiones como disponer de infraestructuras inadecuadas (Mtapuri y Giampiccoli, 2020; Rodriguez da Silva et al., 2014; Silva y Araujo, 2018); resolver conflictos internos (Mtapuri y Giampiccoli, 2020); fortalecer redes de colaboración (Rodriguez da Silva et al., 2014); ampliar la participación comunitaria (Rodriguez da Silva et al., 2014); fortalecer la capacidad institucional (Mtapuri y Giampiccoli, 2020; Parker y Moreno, 2015); aumentar el apoyo gubernamental (Mtapuri y Giampiccoli, 2020); robustecer la capacidad de participar en la dinámica del mercado haciendo viables sus negocios (Silva y Araujo, 2018); hacer frente a la competencia de otros actores externos (Van Rompu, 2019) o evitar dinámicas que contribuyan a la mercantilización de la cultura (Parker y Moreno, 2015).

Para finalizar esta revisión sobre qué sabemos en torno al turismo comunitario urbano a partir de la literatura disponible, hay una cuestión que aparece en pocos textos, pero que consideramos que tiene una especial significación: **la consideración del turismo comunitario urbano como parte de una estrategia de resistencia más amplia de las poblaciones locales organizadas colectivamente**. Esta percepción del turismo comunitario como herramienta de resistencia ya ha sido planteada en otros contextos, no estrictamente urbanos, como es el caso de los quilombos en Brasil que, formados por descendientes de personas esclavizadas, representan espacios de autonomía que desafían la esclavitud y la explotación. Sus narrativas parten de este legado de resistencia y lo incorporan a las nuevas prácticas turísticas que garantizan que los beneficios económicos queden dentro de las comunidades sobre la base de los relatos que quieren compartir (Guerrón, 2018, 2024; Guerrón et al., 2021).

El turismo de resistencia coloca a los habitantes como protagonistas, permitiéndoles definir las narrativas, actividades y beneficios económicos de manera que se alineen con sus valores y necesidades.

Partiendo también de las experiencias en los quilombos, **Bruna Mendes de Fava** (2023) propone el concepto de **turismo de resistencia** como una práctica contracolonia de turismo que surge desde las comunidades tradicionales, como las quilombolas, con el objetivo de fortalecer su autonomía, identidad cultural y derechos territoriales. Este modelo se distanciaría del turismo convencional al colocar a los habitantes como protagonistas, permitiéndoles definir las narrativas, actividades y beneficios económicos de manera que se alineen con sus valores y necesidades. De este modo, el turismo

de resistencia se presenta como una extensión de las luchas históricas de la comunidad quilombola, que incluyen la búsqueda de la titulación de tierras y el reconocimiento de su identidad cultural frente a las presiones externas. Esto implica la participación activa de las comunidades en la planificación, gestión y ejecución de actividades turísticas, priorizando sus valores, necesidades y conocimientos ancestrales. **Más que un producto comercial, este turismo es un acto político que busca subvertir las estructuras de poder tradicionales al colocar a las comunidades como protagonistas de su narrativa y custodias de su patrimonio cultural y ambiental y, de este modo, construir una práctica turística ética y sostenible que respete y celebre las particularidades de las comunidades, mientras desafía las desigualdades estructurales impuestas por modelos turísticos hegemónicos.** Este modelo se enmarca en un proceso de empoderamiento colectivo, donde el turismo

2.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO

es una herramienta para reivindicar derechos históricos al tiempo que promueve el desarrollo económico local y, en definitiva, se convierte en una herramienta de justicia social y no en un medio para perpetuar desigualdades.

En el campo concreto de las iniciativas de turismo comunitario urbano, encontramos también esta asociación con la idea de resistencia. La iniciativa de la Comunidad Cultural de Quilombaque en São Paulo es leída por Allis et al. (2022) como una expresión de movimientos que proponen visibilidad y transformaciones socioeconómica de los territorios en función del compromiso social, la resistencia colectiva y la capacidad de propuesta comunitaria, más allá de las políticas públicas, débiles o ausentes. Este modelo da protagonismo a las comunidades locales y a la narración de sus historias desde una perspectiva crítica en la que resalta la memoria colectiva y los valores de la resistencia frente a dinámicas de exclusión. Supone, en palabras de sus autores, una muestra de una “tecnología social” más inclusiva. Por su parte, Van Rompu (2019), en relación con las favelas de Río, destaca que el turismo comunitario actúa como una **forma de resistencia cotidiana** contra la narrativa dominante que estigmatiza a las favelas. Al compartir historias personales y desafiar los estereotipos, los guías locales contribuyen a desmitificar las concepciones negativas y a empoderar a sus comunidades. Esta resistencia no es dramática ni confrontacional, sino que está integrada en las actividades cotidianas de los guías y los residentes.

São Paulo desde Quilombaque. Imagen de Ernest Cañada



3.

METODOLOGÍA

La presente investigación se ha realizado a partir del interés por **entender las potencialidades del turismo comunitario urbano como forma de resistencia de determinadas iniciativas colectivas en favelas y barrios populares de distintas ciudades de Brasil**, así como **explorar las tensiones concretas que generan las zonas de encuentro entre los intereses del capital global con estas expresiones de organización popular**, con el fin de ofrecer un marco de interpretación más atento a la complejidad que supone este tipo de desarrollo turístico.

Inicialmente, con base en la literatura disponible, sobre todo en las favelas de Rio, en términos de **hipótesis** inicial, interpretamos que el desarrollo del turismo comunitario urbano sería básicamente una forma de reacción local ante la explotación comercial de las favelas por parte de agentes externos con fines de lucro. Por ello, pensamos en la necesidad de diseñar una **estrategia exploratoria** que nos permitiera caracterizar las dinámicas de estas iniciativas turísticas de base endógena y, en consecuencia, apostamos por ampliar los casos de estudio y poder disponer de un **análisis comparado**, más que por tratar de profundizar en una experiencia en concreto.

Los **criterios para la selección de los casos de estudio** fueron los siguientes:

- Ser iniciativas impulsadas por miembros de la comunidad que se identifican y autodenominan su actividad como turismo comunitario.
- Estar organizadas en estructuras colectivas y/o que establecen un diálogo y compromiso con la colectividad a la cual pertenecen a través de sus estructuras de representación.
- Desarrollar su actividad en áreas urbanas o periurbanas.
- Llevar a cabo actividades turísticas de un modo comercial, aunque no necesariamente sea la única actividad a la que se dedican.

3. METODOLOGÍA

Cumpliendo estas características, buscamos iniciativas que tuvieran lugar en diferentes grandes ciudades y que en sus principales atractivos y ofertas hubiera también diversidad. Así, tomando en cuenta estos criterios, seleccionamos siete experiencias en cuatro ciudades:

- Recife: Saber Viver, de Ilha de Déus.
- Salvador: QuiAI Tubarão, Coletivo de Mulheres do Calafate, Alagados Turismo Comunitário.
- Rio: Guías de Santa Marta y Museu de Favela.
- São Paulo: Comunidade Cultural Quilombaque.

Mapa 1. Localización de los municipios con experiencias analizadas



Fuente: elaboración propia.

En el proceso de selección también se visitaron y realizaron entrevistas en otras iniciativas, sobre todo en São Paulo, Rio y Brasilia, que finalmente fueron descartadas por no ajustarse a los criterios establecidos porque, más que analizar el fenómeno del turismo en favelas o barrios populares en general, lo que nos interesaba era profundizar en la comprensión de las formas que adopta la gestión comunitaria de estas visitas y qué implicaciones conlleva.

3.
METODOLOGÍA

Las **preguntas de investigación** que nos hicimos para cada uno de estos casos fueron las siguientes:

- ¿Cuáles son las motivaciones que provocaron la puesta en marcha actividades turísticas?
- ¿Qué formas organizativas adopta la iniciativa?
- ¿Qué rol tiene el turismo en las comunidades en las que se desarrolla?

Este estudio adopta un enfoque empírico de “caso crítico” (Flyvbjerg, 2001). Siguiendo esta perspectiva, hemos seleccionado los casos más favorables posibles sobre la temática analizada, iniciativas de turismo comunitario urbano, buscando con la diversidad de ciudades, poder delimitar los contornos compartidos de una actividad que puede arraigar en distintos contextos y buscar así los principales elementos que posibilitan su caracterización como fenómeno social.

El trabajo de campo tuvo lugar durante los meses de septiembre y octubre de 2023. Previamente, se llevó a cabo la identificación, contacto y coordinación de los encuentros. Para cada iniciativa se realizaron visitas de varios días seguidos, hasta por un máximo de una semana, según los casos, en los que se incluyeron entrevistas a varias personas que la representaban y se participó en algunas de las rutas que ofrecían. En total se entrevistó a 22 personas (16 mujeres y 6 hombres). En su mayoría eran miembros de las organizaciones analizadas, pero también se consultó a dos docentes universitarios en Salvador y Rio que las han acompañado en su trabajo y a una integrante de una ONG dedicada a la promoción de viajes de turismo responsable que ha sido clave en las tres iniciativas de Salvador (tabla 1).

Tabla 1: Relación de personas entrevistadas

Nombre y apellidos	Iniciativa	Ciudad
Josenilda Pedro da Silva (alias <i>Nalvinha da Ilha</i>)	ONG Saber Viver	Ilha de Deus, Recife
Fábio Herculano (alias <i>Binho</i>)	ONG Saber Viver	Ilha de Deus, Recife
Natureza França	QUIAL - Associação Cultural Quilombo Aldeia Tubarão	Paripe, Salvador
Marco Antônio Arouca	QUIAL - Associação Cultural Quilombo Aldeia Tubarão	Paripe, Salvador
Marta Leiro	Quintal Margarida - Coletivo de Mulheres do Calafate	Calafate, Salvador
Magdalena Leiro	Quintal Margarida - Coletivo de Mulheres do Calafate	Calafate, Salvador
Azânia Leiro	Coletivo de Mulheres do Calafate	Calafate, Salvador

3.
METODOLOGÍA

Nombre y apellidos	Iniciativa	Ciudad
Jamile Sacramento	Coletivo de Mulheres do Calafate	Calafate, Salvador
Tatiane dos Anjos Mattos	Alagados Turismo Comunitario	Uruguai, Salvador
Carlos Santos da Luz	Alagados Turismo Comunitario	Uruguai, Salvador
Jéssica Ribeiro de Jesus Santos	Alagados Turismo Comunitario	Uruguai, Salvador
Diorgenes Reis Souza	Associação de Moradores Conjunto Santa Luzia	Uruguai, Salvador
Luana Cristina da Silva Mattos	Reprotai	Uruguai, Salvador
Marilene Nascimento	Associação de Moradores Conjunto Santa Luzia	Uruguai, Salvador
Julia McNaught da Silva	Comuni Culturi/ Rede BATUC	Salvador
Alberto Viana	Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) - Rede BATUC	Salvador
Antonia Soares	Museu de Favela	Favela de Pavão-Pavãozinho, Rio de Janeiro
Sheila Sousa	Guía local (Brazilidade)	Favela de Santa Marta, Rio de Janeiro
Salette Martins	Guía local	Favela de Santa Marta, Rio de Janeiro
Teresa Mendonça	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro	Rio
Cleiton Ferrera	Comunidade Cultural Quilombaque	São Paulo
Camila Cardoso	Comunidade Cultural Quilombaque	São Paulo

Fuente: elaboración propia.

Las entrevistas pusieron el acento en las siguientes cuestiones: historia de la favela o del barrio en el que se desarrolla la experiencia analizada; origen e historia de la iniciativa; estructura organizativa; motivaciones para el desarrollo del turismo; características y formas de organización de la actividad turística; impactos del turismo; relaciones con otros actores presentes en el territorio y estructuras de gobernanza comunitaria que pudieran existir; identificación con el término de turismo comunitario urbano y por qué; balance la experiencia. Todas las entrevistas fueron realizadas individualmente dentro de la comunidad, grabadas sonoramente, transcritas, categorizadas por temas y analizadas por ámbitos temáticos. Cada entrevista tuvo de una a dos horas de duración. En el caso de Alagados Turismo Comunitario y el Coletivo de Mulheres de Calafate, además

3. METODOLOGÍA

de entrevistas a dos de sus representantes, se organizó un taller discusión con varios de sus integrantes, que también fue grabado sonoramente, transcrito y añadido a los materiales de análisis. Igualmente se llevó a cabo un diario de campo de todas las visitas realizadas, que fue analizado posteriormente.

Asimismo, el 23 y 24 de agosto de 2024, a través del Centro de Pesquisa e Formação (CPF) del SESC São Paulo se organizó un curso en el que se presentaron públicamente los resultados provisionales de la investigación ante una audiencia de una treintena de personas, entre las que estaban representantes de tres de las iniciativas analizadas: Camila Cardoso de la Comunidade Cultural Quilombaque; Tatiane dos Anjos Mattos de Alagados Turismo Comunitário y Josenilda Pedro da Silva (Nalvinha da Ilha) de la ONG Saber Viver. Igualmente, participaron personas dedicadas profesionalmente a la actividad turística y la gestión cultural, así como a la docencia universitaria. Esta presentación de resultados provisionales con parte de sus protagonistas, además de constituir un acto de devolución de la investigación coordinada con el SESC Sao Paulo, sirvió para poner en discusión algunos de nuestros análisis y ajustar y corregir algunas interpretaciones y explicaciones.

Alagados Turismo Comunitario (Salvador). Imagen de Ernest Cañada



4.

RESULTADOS

4.1. SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

El barrio conocido como Ilha de Deus está situado en el distrito de Pina, en la zona sur de la ciudad de Recife, Pernambuco. Cuenta con un área de 0,1 km², rodeada por los ríos Beberibe, Tejiptió y Jordão, y conforma uno de los mayores manglares urbanos de Brasil (Oliveira, 2019). La comunidad está rodeada de canales y vegetación típica de manglares, como el mangle rojo, que desempeña un papel crucial en el equilibrio ecológico de la región (Silva y Araujo, 2018). En las primeras décadas del siglo XX, Ilha de Deus comenzó a ser ocupada de forma espontánea con casas precarias autoconstruidas en palafitas, o pilares, sobre el agua. Desde el principio, su población se ha dedicado a la pesca y la recolección de mariscos como gambas, cangrejos, almejas, siris y sururú.

Josenilda Pedro da Silva, conocida como **Nalvinha da Ilha**, presidenta de la ONG **Saber Viver**, una organización local creada en 1983 y que ha sido clave en el desarrollo de esta área, llegó a la isla cuando tenía seis años, en la década de 1960.

La situación que describe era especialmente dura: “el acceso era en barco, así que, para que tengas una idea, la gente vivía aislada, no salíamos, era muy difícil. Algunas veces, cuando queríamos comprar algo diferente, algo del mercado, porque aquí no había supermercado, íbamos en barco”. Además, los servicios e infraestructuras disponibles eran deficientes: “aquí no había energía eléctrica, –cuenta Nalvinha– no había agua, no había escuela, no había guardería, nada, solo estaba la gente...”. Asimismo, la población de la isla estaba marcada por el estigma y el prejuicio. Por ejemplo, si alguien quería encontrar empleo en la ciudad, no podía dar su dirección postal. “No conseguías el trabajo y te echaban, como a un animal. ¡Sal de aquí!, te decían”, asegura Nalvinha.

En la década de 1980 se produjo un grave accidente en una fábrica de jabón cercana que provocó la contaminación de las aguas del río que les afectó gravemente: “Esta fábrica vertió muchos venenos –explica Nalvinha–, productos que mataron a todos los peces, no solo en la isla, sino también en otras áreas ribereñas. Este producto se expandió y mató todo. Entonces los pescadores, que vivían de la pesca, sufrieron. Todas las comunidades ribereñas sufrieron, pero la comunidad más afectada fue la isla, porque el cien por ciento de la población vivía de la pesca”. La situación se agravó con el tiempo, según relata Nalvinha: “la contaminación tardó mucho en resolverse, unos

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

La agudización de la precariedad que se vivía, más las situaciones de violencia y machismo que sufrían las mujeres, hizo que ambas reivindicaciones se articularan.

tres años, más o menos. Los peces murieron. Todo lo que había de vida en el río murió. Entonces, imagínate, hubo especies que se extinguieron ahí, que no volvieron más”.

En ese contexto, la situación se volvió crítica, y para Nalvinha, dio paso a un proceso de organización y lucha para mejorar sus condiciones de vida, porque las autoridades públicas, según recuerda la presidenta de Saber Viver, no llegaban y no estaban resolviendo la situación: “Ni siquiera sé si ellos sabían de nuestra existencia, pero no llegaban”. El proceso empezó con el estímulo de una monja, la hermana Auriêda, que apareció por esa época en la Ilha de Deus. “Llegó conmovida por la situación –recuerda Nalvinha–. Sin querer beneficiarse, realmente llegó con el corazón, preocupada por ayudar a esta comunidad. ¿Y qué fue lo primero que hizo? Lo primero fue mostrarnos —bueno, no a mí, porque yo era una niña pequeña en esa época— a mi madre, y a las mujeres mayores, que necesitaban luchar, salir a las calles, mostrarle al pueblo, al poder público, que estábamos allí, que la comunidad de la isla de Deus existía, y que necesitaba una atención especial, un cuidado especial para esa comunidad. Y comenzó la lucha, las protestas, siempre lideradas por las mujeres”.

La agudización de la precariedad que se vivía, más las situaciones de violencia y machismo que sufrían las mujeres, hizo que ambas reivindicaciones se articularan. “Los hombres eran muy machistas, dominaban a las mujeres. No podían salir a menos que ellos lo permitieran. Ellos decidían si podían ir o no. Muchas veces, al llegar a casa, ya las estaban golpeando. Los hombres pescaban, iban al río, mientras las mujeres se quedaban en casa, lavando platos, arreglando la casa para que cuando ellos regresaran hubiera comida lista y la casa estuviera en orden. Aun así, las mujeres también salían a recolectar sururú. Los hombres llegaban y se dormían para descansar, porque trabajaban mucho. Pero en realidad, éramos nosotras las que trabajábamos



Ilha de Deus (Recife). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

más, las mujeres. En esa época no había televisión, porque no había energía eléctrica. Había mujeres con 20 hijos, otras con 12, 15... Mi madre tuvo 9. Y así fue creciendo la isla. Pero había mujeres que eran testarudas, como mi madre, y hoy yo soy como ella –afirma Nalvinha–. De hecho, mi madre fue una de las mujeres que realmente empoderó a las demás”.

Este proceso derivó en distintas movilizaciones para que les dotaran de infraestructuras básicas. En 1986, las mujeres de la comunidad consiguieron la construcción de una primera pasarela de madera, mejorando la conexión con la ciudad. Posteriormente, en 2009, se inauguró la “Ponte Vitória das Mulheres”, una estructura de concreto que simboliza la lucha y resistencia de las mujeres de la isla, y que está decorada con las imágenes pintadas de algunas de ellas. Desde 1995, la isla fue clasificada como Zona Especial de Interés Social (ZEIS) por la ley municipal 16.103/95, lo que reconoció formalmente el derecho de sus habitantes a permanecer en el territorio. Esto permitió la implementación de proyectos de urbanización, mejoras en la infraestructura y programas de revitalización ambiental (Oliveira, 2019).

“¿Cuál fue la idea de que pagaran esas casas? Valorar. Sabemos que todo lo que es donado, lamentablemente, las personas no lo valoran.

A partir de 2011, fruto de las reclamaciones vecinales, un proyecto de urbanización llevado a cabo por el gobierno del estado de Pernambuco transformó gran parte de la comunidad, reemplazando las palafitas por viviendas de mampostería¹, calles pavimentadas y saneamiento básico (Silva y Araujo, 2018). Pero el apoyo para las casas, gestionado por Saber Viver, no fueron regalados, sino que cada uno hizo su contribución, sobre todo con productos de la pesca que servían para alimentar al alumnado en la escuela. “¿Cuál fue la idea de que pagaran esas casas? Valorar. Sabemos que todo lo que es donado, lamentablemente, las personas no lo valoran. Todo lo que llega fácil, se va fácil. Entonces, la idea de que pagaran esas casas fue justamente para evitar que las vendieran en el futuro. Y eso fue lo que pasó. Nadie vendió sus casas”, explica Nalvinha.

Todo el proyecto de urbanización de Ilha de Deus fue discutido con la comunidad, desde el dimensionamiento de las calles hasta la estructura del puente que da acceso a la isla, estratégicamente diseñado por la población local para permitir el paso de un solo vehículo a la vez, garantizando así un mayor control del tráfico en la zona (Silva y Araújo, 2018). Esta transformación está cantada en los versos de Doña Beró, que fue una de las primeras líderes de Ilha de Deus, y que Nalvinha nos interpretó durante su entrevista:

*Quem te viu, quem te vê
Quem te vê lá
Hoje eu vejo a ilha prosperar
De barco, de remo e até ponte de pau*

1 La mampostería es un método tradicional de edificación que implica levantar paredes y revestimientos mediante la disposición manual de los componentes o materiales, los cuales pueden encontrarse tallados o en estado rudimentario.

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

*Hoje vejo uma ponte colossal
Quem não acreditava e duvidou
Hoje vê o lugar que Deus mudou².*

Actualmente, en la comunidad hay un puesto de salud, una escuela primaria (donde se puede estudiar de 1º a 5º curso), una guardería, dos iglesias evangélicas, organizaciones comunitarias, una emisora de radio comunitaria, un campo de fútbol, un juzgado y numerosos pequeños comercios informales.

Iniciativa de referencia

Entre las instituciones comunitarias que atienden a la población se encuentra el **Centro Educativo Popular Saber Viver**, una organización no gubernamental fundada en 1983 que lleva a cabo actividades centradas en la educación infantil, el deporte, la formación profesional y proyectos de educación medioambiental. La organización está formada por seis personas (presidente, vicepresidente, primer secretario, segundo secretario, tesorero y vicetesorero) y cuenta también con un equipo voluntario de unas veinte personas, algunas de ellas antiguos alumnos y madres de los jóvenes a los que ayudan, que colaboran en las actividades que desarrolla Saber Viver.

El trabajo realizado por la organización busca mejorar las condiciones de vida de la población local. **Desde 2015, la organización impulsa el desarrollo del turismo comunitario como alternativa para generar trabajo e ingresos en la zona.** La



Ilha de Deus, Recife. Imagen de Ernest Cañada

² *Quién te vio, quién te ve / Quién te ve allí / Hoy veo la isla prosperar / Por barco, por remo y hasta por puente de madera / Hoy veo un puente colossal / Quienes no creyeron y dudaron / Hoy ven el lugar que Dios ha cambiado.*

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

idea surgió como actividad de un curso de turismo de la Faculdade dos Guararapes, quienes fueron los primeros en realizar un recorrido por la comunidad. “El profesor João Paulo vino invitado por un socio de la institución para conocer, y ahí hablamos de la idea del turismo, de plantearlo como un turismo de base comunitaria en la comunidad. A él, siendo del área, le gustó de inmediato, y luego invitó a sus alumnos”, cuenta **Fábio Herculano**, coordinador y director financiero del proyecto Saber Viver. Aunque al principio, la idea les resultaba extraña y no estaban seguros de que pudiera funcionar. “Para ser sincero, yo no creía que funcionara – se justifica Fábio–. Cuando comenzamos a plantear esta idea, al principio no creía en ella”. Pero con el apoyo del docente de aquella facultad fueron preparándose: “El profesor João Paulo trajo a los alumnos, incluso estas salas aquí se convirtieron en aula de la facultad. Ellos venían a asistir a clases aquí, y desde aquí logramos estructurar paso a paso, logramos organizar el turismo, qué es lo que presentaríamos a los visitantes...”, asegura Fábio.

En los inicios contaron con la complicidad de algunos medios de comunicación, que vieron en aquella iniciativa algo novedoso e interesante. “Cuando empezamos, hicimos un paseo que fue acompañado por TV Globo y aparecimos en el Jornal Hoje. Y con eso, salió en todo el país. Luego, comenzaron a aumentar los paseos. Teníamos un paseo regular, todos los sábados venía un catamarán”.

Las motivaciones con las que fueron desarrollando el proyecto de turismo fueron múltiples. Por una parte, “como la institución no recibe ayuda gubernamental, el turismo era una forma de mantener la institución”, cuenta Fábio. Y, por otra parte, “generar ingresos para las personas de la comunidad”, puntualiza Nalvinha. Y a estos dos objetivos de carácter económico, le añaden otro: “divulgar nuestra comunidad, que Ilha de Deus sea conocida, porque –explica Fábio– antes la isla era conocida negativamente, por la violencia. Y hoy lo es por su gran potencial en turismo, gastronomía y trabajos sociales. Y eso es lo importante para nosotros: romper con esa percepción, el prejuicio contra esta comunidad. Antes, un joven de aquí, si quería conseguir empleo, no podía decir que vivía en la comunidad. Su currículum era descartado de inmediato. Pero hoy las personas tienen orgullo de decir que viven aquí. Y esto fue gracias a la institución y al turismo. Las personas que nos visitan tienen una visión completamente diferente de la comunidad, en comparación con lo que habían escuchado en el pasado. Y la gente de aquí, observamos que empezaron a sentirse más orgullosos cuando vieron que venía gente de todo el país y del mundo a visitarnos”

Características de la actividad turística

Las visitas se realizan durante el día. “Pueden ir al manglar y al vivero, –relata Fábio–, pueden pescar el camarón que se van a comer, pueden participar en actividades ambientales, plantando mudas de mangle y asistiendo al taller de medio ambiente; y también puede participar en artesanías. Si el turista quiere ver la pesca del sururú, también es posible; si quiere participar en la pesca, también puede hacerlo. Además, contamos la historia de la comunidad a través de charlas”. De hecho, según

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

Nalvinha, esta actividad ha reavivado el sueño de la comunidad de crear un museo comunitario con fotos y música. En los primeros años, instalaron un hostel en las mismas instalaciones de Saber Vive, donde alojaban a personas que se quedaban una temporada haciendo voluntariado, pero después lo dejaron de ofrecer y, de momento, no lo han recuperado.

Según Nalvinha, la actividad más común es el recorrido en catamarán, “que cuesta 15 reales por persona y es un paseo de dos horas”. Pero hay otras visitas que consumen y gastan algo más, teniendo en cuenta el recuento que hace Fábio: “en el último paseo cobramos 50 reales por el almuerzo y 40 reales por los talleres, que eran fuera de este espacio, en el área del manglar. Hubo un taller de camarón y otro de pesca. Dividimos en dos grupos: uno se quedó con el camarón y el otro en la plantación de mudas. Después se intercambiaron. Vendimos esos talleres a 40 reales por persona. Además, hubo una tarifa de 15 reales por el catamarán, por persona. Así que cada persona pagó: 50 más 40, noventa, más 15, un total de 105 reales”. Pero se pueden contratar todos los servicios u optar solo por algunos de ellos.

El público principal son las escuelas y universidades de la región, que mantienen una asociación con la comunidad. Pero también reciben visitas de turistas que llegan en viajes en catamarán por la cuenca de Pina, cuya parada obligatoria es la isla. Actualmente, el proyecto tiene alianzas con empresas receptoras locales, como Luck Receptivo y MarTur Turismo, y con empresas dedicadas al turismo educativo, cuyo público principal viene de varias ciudades del Estado e incluso de otros estados del país. “Nuestro fuerte es el turismo pedagógico, es nuestro público principal. Son escuelas que vienen de varias ciudades del estado”, explica Fábio. Además, la asociación con



Aline Bispo y Josenilda Pedro da Silva en Ilha de Deus. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

la *Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales* (AIESEC) también ha traído voluntarios de todo el mundo para pescar en Ilha de Deus.

Al principio, empezaron recibiendo muchas visitas, según Fábio: “en 2016, 2017, 2018, teníamos un flujo muy bueno, de unos diecisiete mil turistas por año”. Esta elevada afluencia se debía a las visitas regulares en catamarán, que tenían lugar todos los sábados, con un promedio de entre cincuenta y cien personas por visita. “Pero luego llegó la pandemia, y todo se detuvo, nos detuvimos por completo, y luego fuimos retomando poco a poco”, cuenta Fábio. En 2022, recibieron unos dos mil visitantes, de los cuales, “extranjeros serían unos 200 o 300”, según el mismo Fábio. La mayoría de visitantes llegan a Ilha de Deus a través de las agencias que venden el paquete, que incluye el viaje en catamarán, con Ilha de Deus como uno de los puntos del itinerario. Y para Nalvinha, sus grandes públicos los constituyen “las escuelas, gente de la ciudad y los cruceros”.

Las personas que les visitan los conocen fundamentalmente por redes sociales, pero también han hecho algunos materiales publicitarios que han distribuido en hoteles y agencias. Y otro recurso importante han sido los medios de comunicación, con reportajes que llaman la atención sobre la gastronomía y la posibilidad de participar en todas las actividades vinculadas a la protección del manglar y de la pesca. “Estamos en una comunidad pesquera y procuramos ofrecer lo mejor que tenemos, que es la pesca: el marisco, el camarón, el sururú. Nuestro fuerte es justamente eso: una gastronomía del manglar”, explica Fábio.



Ilha de Deus, Recife. Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

En algún momento, viendo el éxito que tenía el turismo en la isla, alguna agencia quiso organizar recorridos sin contar con Saber Viver. “Pero no funcionó –asegura Fábio–. No es lo mismo que venga alguien y cuente una historia que no conoce. Estás allí contando una historia que no es tuya. El impacto es diferente, la emoción que se transmite es diferente. ¿Entiendes? No funcionó porque esas personas venían en barcos grandes, atracaban aquí y hacían el recorrido. Pero no tenía el mismo impacto. No sabían contar la historia, no sabían nada de la comunidad, ni de sus luchas. Entonces, el paseo no funcionó. Intentaron, pero no funcionó”.

Para desarrollar actividades turísticas con la participación de la comunidad, como es el caso de Ilha de Deus, es necesaria una mediación constante entre los actores y el mundo exterior. “Antes se sentían un poco intimidados. A veces estábamos pasando y ellos estaban haciendo alguna actividad, y se sentían avergonzados. Pero con el tiempo empezaron a acostumbrarse. Ahora se detienen, conversan, bromean”, explica Fábio. Durante las visitas a la comunidad, Fábio cuenta que “advertimos que eviten fotografiar a la gente, porque estamos dentro de una comunidad, y no todo el mundo forma parte de nuestra ruta allí, estamos circulando por la zona de la gente. Sin embargo, en nuestras paradas, como el frevo, la artesanía, la marisquera, ahí pueden fotografiar a voluntad. Son personas ya involucradas en el turismo. Pero, en el recorrido por las calles, pedimos que pregunten antes de fotografiar. Damos esas orientaciones”.

Estas iniciativas no solo tienen como objetivo la generación de ingresos, sino también crear conciencia entre los visitantes sobre la riqueza cultural y las tradiciones de la comunidad. La educación ambiental desempeña un papel fundamental en estos proyectos, al incentivar la protección de los recursos naturales y fomentar una interacción más responsable y consciente entre los turistas y el entorno natural (Oliveira, 2019).

Desafíos

En la actualidad, la comunidad se enfrenta a dos graves amenazas: la presión inmobiliaria, por su proximidad a la zona de interés para el capital, y la presencia de organizaciones criminales que quieren operar en la isla, que ahora está pacificada. En ambos casos, la organización comunitaria es un impedimento, pero en respuesta, la comunidad y sus líderes conviven con un contexto de riesgo e inseguridad. Un ejemplo fue el incendio de la casa de Nalvinha, que tras este episodio pasó a formar parte del Programa de Protección de los Defensores de los Derechos Humanos. De esta manera, el turismo también ha servido para visibilizar a la comunidad y construir conexiones que generan un ambiente de cierta protección. “Es una amenaza constante. Si lo piensas, este lugar podría convertirse en un condominio de lujo, cerrado. El millonario llegaría con su yate. Es una amenaza constante. Pero trabajando con el turismo, mostramos que no queremos irnos, que queremos seguir aquí, trabajando en esta comunidad”, aclara Fábio.

4. RESULTADOS

4.1 SABER VIVER (ILHA DE DEUS, RECIFE)

Por otra parte, la falta de apoyo público es una queja repetida por los dos responsables de Saber Viver entrevistados. Así, Fábio Herculano cuenta que no reciben “ningún tipo de apoyo para el turismo. Lo hacemos con el rostro y la valentía, nada más. Pero no recibimos nada, bueno, hubo el profesor que nos ayudó cuando empezamos, o, por ejemplo, la instalación de esas placas, y eso fue de la secretaría del Ayuntamiento. Entonces tuvimos esos apoyos, sí. Pero financieramente, para que podamos operar, crecer, nada”.

Ilha de Deus, en definitiva, se ha caracterizado históricamente por altos niveles de exclusión social y precariedad. La organización popular logró mejorar las condiciones de vida de su población y, gracias al turismo comunitario, han podido sostener sus estructuras organizativas y generar ingresos para su población. Además, la visibilidad y valoración positiva conseguida fortalece el sentido de pertenencia y la autoestima, pero también actúa como una forma de protección ante las múltiples amenazas que viven, tanto vinculadas al desarrollo inmobiliario y la especulación, como a las actividades de grupos criminales.



Ilha de Deus. Imagen de Saver Viver

4.
RESULTADOS

4.2.
ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

Alagados es un conglomerado urbano ubicado en la Enseada dos Tainheiros de Salvador, Bahía. Se encuentra en la parte noroeste de la ciudad, en la Península de Itapagipe, situada en el interior de la Bahía de Todos los Santos, por debajo de la falla geológica, en el área conocida como Ciudad Baja. Este territorio, que en la década de 1970 fue considerado la favela más grande de Brasil, recibe su nombre por haber sido construido en un área que anteriormente era mar y manglar (Kara José, 2008). En conjunto, comprende una parte del barrio de Massaranduba, específicamente Baixa do Petróleo y Mangueira; el Jardim Cruzeiro (Vila Rui Barbosa); Itapagipe; Uruguai y la Península de Joanes en Lobato, que constituye el límite entre la Enseada dos Tainheiros y el inicio de la Avenida Suburbana.

Este asentamiento fue protagonizado por familias trabajadoras afectadas por el aumento del costo de vida y por el flujo migratorio de personas provenientes del interior.

La génesis de Alagados tuvo como hito histórico la **ocupación colectiva del área conocida como Fazenda do Coronel, en la región del actual barrio de Massaranduba en 1946 y 1949**, en un lugar próximo a la avenida Caminho de Areia. Este asentamiento fue protagonizado por familias trabajadoras afectadas por el aumento del costo de vida y por el flujo migratorio de personas provenientes del interior, en su mayoría de ciudades conectadas con Salvador a través de la línea ferroviaria, que se asentaban sin que hubiera

previsto la infraestructura necesaria. La ocupación se caracterizó por la construcción de **palafitos** (casas de madera contrachapada apoyadas sobre pilotes clavados en el suelo de la marea). Los reiterados intentos infructuosos de erradicación de los palafitos en Alagados llevaron al Estado a construir una serie de conjuntos habitacionales, a los que se trasladó a su población. La primera fase de este proceso se llevó a cabo entre 1973 y 1984 a través del **Plan Urbanístico de Alagados**, implementado por el Gobierno del



Salvador. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

Estado de Bahía, en convenio con la Municipalidad de Salvador y el Gobierno Federal, y con recursos del Banco Nacional de la Vivienda (BNH). En la historia reciente de este territorio se resalta también la visita del Papa Juan Pablo II en 1980, cuando se inauguró la Iglesia de Nuestra Señora de Alagados, lo cual hizo que el Gobierno Estatal acelerase la ejecución de las obras del Plan Urbanístico antes de su llegada (Albinati, 2010; de Carvalho, 2007).

Este proceso de urbanización y traslado de las familias de Alagados por parte del Estado se llevó a cabo de un modo hostil, lo cual provocó una fuerte conflictividad. Ante esta situación, la comunidad respondió organizándose en “**sociedades de defensa**”, grupos asociativos que tenían como principales focos de movilización la promoción del bienestar y la mejora de las condiciones de vida del barrio. Esto hizo que **la lucha por mejorar la vivienda fuera uno de los principales elementos que configuran el sentimiento de pertenencia e identidad de la comunidad de Alagados** (Albinati, 2010; Nussbaumer y Leal, 2022). **Marilene da Conceição Nascimento**, más conocida como **Leninha**, fue una de las primeras líderes locales. “Nosotros creamos una asociación de vecinos a partir de una lucha, que era la lucha por la vivienda –afirma–. La mayoría de nosotros veníamos de los palafitos. Fue la época en que el gobierno del Estado, en los años 80 y 90, intervino en Alagados y tuvimos que dejar nuestras casas, nuestros palafitos, para irnos a vivir en un conjunto habitacional. Tuvimos la idea de crear una asociación para unir a los moradores”.

La **Associação de Moradores do Conjunto Santa Luzia** fue fundada el 10 de enero de 1989. Fue impulsada por un grupo de mujeres que se hicieron conocidas como las “Mujeres de la Laje”, denominadas así porque en 1990 se organizaron para “batir la



Salvador. Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

laje”, es decir, para hacer la terraza de la casa donde instalaron la sede de la asociación y una escuela comunitaria.

La lucha en torno a la vivienda ha sido permanente a lo largo de la historia de la asociación. Incluso en la actualidad, sigue siendo uno de los temas que más les preocupan, según explica Leninha: “Hoy seguimos fortaleciendo la lucha por la regularización de la propiedad, un problema que existe desde hace muchos años en la Ciudad Baja. Sabemos que la falta de regularización dificulta que las personas tengan propiedades legales a su nombre y esto genera conflictos familiares eternos. Por eso, nuestra lucha es para que el Estado asuma la regularización de la propiedad y que cada casa tenga su documento legal. Es una lucha constante”.

Pero además de la vivienda, pronto se ocuparon de otras cuestiones que necesitaba la población, como la salud o la educación. “La mayoría de los niños y las niñas de 0 a 6 años estaban fuera de la escuela y había pocos espacios escolares para esta franja de edad en nuestro barrio”, cuenta Leninha. Por eso decidieron impulsar una escuela comunitaria. Desde su fundación en 1990, la **Escuela Comunitaria Luiza Mahin** fue más allá de la alfabetización formal y trató de potenciar una formación crítica y consciente de las distintas aristas de la realidad local. “En la escuela pública hay un cierto descuido hacia esta población negra. En esas escuelas sufrimos mucho racismo. En la escuela pública solo se aprendía a leer y escribir. Y nos dimos cuenta de que el papel de la escuela no era solo ese. Nosotros no enseñamos solamente a leer y escribir, les enseñamos que el racismo existe, cómo esta lucha contra el racismo puede ser algo colectivo. Y también la cuestión de género”, apunta Leninha.

Para la construcción del espacio donde funcionarían la asociación y la escuela comunitaria, se contó con la colaboración de los propios residentes, que dedicaron su tiempo libre para hacer realidad esas obras. “Recibimos mucha ayuda de la población local para la construcción. Tuvimos la participación de profesionales de la construcción civil. Teníamos un albañil que era nuestro colaborador las 24 horas; contábamos con él en todo momento. También nos ayudaron carpinteros y otras personas que vivían en el barrio”, cuenta Leninha. Además, obtuvieron el apoyo de activistas de fuera de la comunidad que hicieron de puente con otras instituciones. Un ejemplo de esto, resalta Leninha, fue el caso de un militante del movimiento negro, llamado Ivanir dos Santos, a quien conocieron a través de la União de Negros pela Igualdade (UNEGRO), un espacio de articulación que constituyeron en Salvador. Él fue quien les sugirió que podían buscar financiamiento para la escuela a través de la cooperación internacional. “Nos presentó a Visión Mundial, que en ese momento se estaba instalando aquí en Salvador, en el Estado de Bahía, y nos puso en contacto con una de sus coordinadoras. Logramos establecer esta colaboración y les explicamos nuestra situación. Esto realmente nos salvó, porque nos ayudaron financieramente a mejorar toda la construcción de la asociación, comprar equipamiento y mantener a algunos profesionales”.

Gracias a su labor y a su innovador proyecto pedagógico, **la Escuela Comunitaria Luiza Mahin se ha convertido en un referente entre los proyectos educativos comunitarios de la ciudad de Salvador**. En sus más de treinta años de

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

funcionamiento ha formado sucesivas generaciones que continúan con el trabajo iniciado por aquel grupo de mujeres. En la actualidad, en la escuela estudian casi trescientos niños y niñas de la comunidad. Muchos de los jóvenes beneficiados por los proyectos desarrollados por la asociación de vecinos en las últimas décadas se han convertido en arte-educadores, activistas sociales y profesionales de diversas áreas, y, hoy en día, actúan tanto dentro como fuera de las instituciones de la comunidad.

Además, con otras iniciativas semejantes pusieron en marcha un movimiento de escuelas comunitarias mucho más amplia. “A medida que avanzábamos –relata Leninha–, conocimos otros espacios en nuestro barrio que también tenían el objetivo de crear escuelas comunitarias, y nos dimos cuenta de que nuestra lucha no era una lucha aislada”. De este modo, se unieron a la **Asociación de Educadores de Escuelas Comunitarias** y de forma conjunta con otros barrios hicieron que la municipalidad aceptara convertir esas escuelas comunitarias en instituciones legales. En la actualidad, “a través del fondo del gobierno federal que financia estas escuelas [el Fondo de Manutención y Desarrollo de la Educación Básica y de Valorización de los Profesionales de la Educación (UNDEB)], hemos logrado que todos los profesionales, desde los docentes hasta el personal de limpieza, tengan contratos formales y documentos legales”.

De igual forma, la Asociación de Vecinos del Conjunto Santa Luzia, también trató de **mejorar los servicios de salud del vecindario**, aunque sostenerlos desde la intervención comunitaria no ha sido fácil, según argumenta Leninha: “Durante mucho tiempo logramos mantener un puesto de salud, aunque el municipio no pudo hacer una alianza formal con nosotros. Sin embargo, logramos alianzas internacionales con extranjeros. Tuvimos un equipo de dentistas muy bueno que atendió en nuestro puesto de salud. También hicimos una alianza con la Fundación José Silveira, una organización ligada al diputado federal Antonio Brito, cuyo padre fue alcalde. Gracias a esto, por



Red de Protagonistas em Ação de Itapagipe (REPROTAI). Imagen de REPROTAI

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

La cultura es un elemento fundamental y se inserta como un componente estructurante de la vida cotidiana de la comunidad.

un tiempo, logramos brindar atención médica, pero también nos dimos cuenta de que la salud es un problema aún más complejo que la educación. Era difícil conseguir profesionales de diversas especialidades para un puesto de salud comunitario”.

A lo largo de los años, la asociación también facilitó la creación de otras organizaciones, como el **Banco Comunitario de Desarrollo Santa Luzia**, la **Biblioteca Comunitaria Clementina de Jesús y la Red de Protagonistas en Acción de Itapagipe (REPROTAI)**. A través de estas iniciativas, las personas que participan en ellas han buscado el desarrollo humano integral de la población local, convirtiéndose en una referencia en gestión social, arte-educación, cultura y ciudadanía. La asociación también se articula con otras organizaciones del entorno, como la Cooperativa de Reciclaje, Procesamiento de Plástico y Protección Ambiental (**CAMAPET**), la Comisión de Articulación y Movilización de los Vecinos de la Península de Itapagipe (**Red CAMMPI**), la Asociación de Reposteras, Cocineras y Pasteleras de Itapagipe (**Cooperativa ADOCCI**) y el **Espacio Cultural Alagados**. De este modo, **el activismo social en Alagados se orienta hacia una cultura de colaboración y asociación, que integra el poder del Estado, las organizaciones y asociaciones que componen las redes del territorio**, así como a los miembros de la comunidad. En este contexto, la cultura es un elemento fundamental y se inserta como un componente estructurante de la vida cotidiana de la comunidad, relacionándose de manera transversal con los múltiples sectores de la vida (Nussbaumer y Leal, 2022).

Esta trayectoria de resistencia y activismo social ha hecho que la comunidad de Alagados sea reconocida internacionalmente y se haya convertido en una referencia en gestión social y defensa de los derechos de la ciudadanía. En consecuencia, habitualmente son buscados como fuente de investigaciones, intercambios y visitas por parte de un público externo a la comunidad. **Tanto visitantes locales como turistas extranjeros, estudiantes e investigadores de diversas procedencias, así como otras instituciones y actores del movimiento social, se han interesado por conocer más sobre esta historia de organización y resistencia**, así como aprender sobre las tecnologías sociales desarrolladas en Alagados durante más de tres décadas. A pesar de todo este recorrido, Alagados sigue siendo un territorio constantemente asociado a estigmas como la pobreza y la violencia en el contexto local, lo que comporta consecuencias negativas, especialmente entre la juventud de la zona. Para contrarrestar esta narrativa, en 2004 se creó la Red de Protagonistas en Acción de Itapagipe (**REPROTAI**), un espacio de articulación social creado por adolescentes y jóvenes de la Asociación de Vecinos del Conjunto Santa Luzia, la Asociación Libre de Vecinos de Mangueira y el Grupo de Unión y Conciencia Negra (GRUCON). Según Leninha, “esta iniciativa que surgió porque nos dimos cuenta de que la juventud no era nuestro foco principal en términos de asistencia, aunque vivíamos en un barrio con altos niveles de marginalización. Muchos jóvenes estaban envueltos en drogas, muchos tomaban caminos con los que no estábamos de acuerdo. Jamira, una de nuestras compañeras fundadoras, siempre tuvo una identificación fuerte con la juventud. Nos reunimos con ella, conversamos y decidimos crear la Red REPROTAI. Esta red no solo

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

busca acompañar a los jóvenes, sino también ayudarlos a identificarse con la diversidad de la lucha, porque la juventud enfrenta muchos problemas en nuestro barrio”.

Actualmente, la red está compuesta por más de cien niños y niñas, adolescentes y jóvenes, así como por quince educadores o monitores. REPROTAI desarrolla actividades dirigidas a la infancia, la adolescencia y la juventud de la región, además de sus familias, con una especial preocupación por la incidencia política (Hercog, 2023). Entre las actividades que impulsa RETROTAI se encuentra la recepción de visitantes. Es en el marco de esta iniciativa que empezó el turismo en Alagados.

Iniciativa turística

El vínculo con el turismo en Alagados comenzó en 2007, como resultado de las gestiones llevadas a cabo por **Estrela Brasil**, una ONG británica que operó en Brasil durante las décadas de 1990 y 2000 organizando intercambios y programas de voluntariado. **Júlia McNaught**, responsable de esta organización, inició los primeros contactos en 1997 mediante una conexión con comunidades de Salvador para desarrollar un proyecto orientado al turismo. Júlia relata que el objetivo era “montar un proyecto juvenil en las áreas de arte, teatro, capoeira, danza y música para presentaciones en las zonas más turísticas como una herramienta para combatir la explotación sexual en el turismo, que es un problema muy fuerte aquí en Salvador. Sin embargo, en las reuniones con el grupo de teatro de Alagados y otros grupos de teatro popular y de capoeira, el interés de la comunidad no parecía ser el turismo. Su principal demanda era la ciudadanía”. Así, según relata Júlia, el turismo comunitario surgió más tarde, con la realización de un curso de formación de guías de turismo comunitario y la elaboración de una cartilla sobre el tema en 2007. **Tatiane Anjos**, responsable del área de juventudes y coordinadora de la Red REPROTAI, relata la relación de la comunidad con esta actividad: “¡Nos enamoramos del turismo comunitario! En realidad, ya hacíamos turismo comunitario, pero no sabíamos que lo hacíamos. Entonces, cuando Estrela llegó y nos presentó esta metodología, cómo funciona en la práctica, todo encajó”.

Tras el cierre de las actividades de Estrela Brasil, Júlia continuó su colaboración con la comunidad a través de **Comuniculturi**, una empresa que ella misma fundó



Alagados Turismo Comunitario (Salvador). Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

en 2014, especializada en turismo comunitario, cultural y educativo en Salvador y sus alrededores. Desde entonces, Comuniculturi ha brindado apoyo en la formación de la comunidad en temas de turismo, además de articular asociaciones para la comercialización de itinerarios y otras actividades turísticas en Alagados.

De este modo, a lo largo de los últimos años, han logrado organizar mejor la recepción de visitantes y la estructura interna para las actividades turísticas en la comunidad, lo que dio lugar al surgimiento de la iniciativa **Alagados Turismo Comunitario** (ACTOUR). “Empezamos a darnos cuenta de que necesitábamos crear una tabla de precios, comenzar a cobrar por nuestros recorridos, que podíamos obtener sostenibilidad económica, humana y social a partir de este turismo comunitario. Todo comenzó con Estrela en esa época. Y hasta hoy seguimos impulsando el turismo comunitario urbano en nuestra comunidad”. ACTOUR fue implementada por jóvenes de la comunidad que ya participaban en REPROTAI con el apoyo técnico de la Associação Estrela Brasil. Los itinerarios turísticos son creados por los propios jóvenes, quienes también son sus guías. Alagados Turismo Comunitario es parte de la **Rede BATUC - Turismo Comunitario de Bahía**, una iniciativa que agrupa a más de una treintena de organizaciones dedicadas a esta actividad en ese Estado.

Un turismo pedagógico

Los recorridos realizados en la comunidad se desarrollan a partir de diversas demandas y, en muchas ocasiones, son diseñados en conjunto con distintas personas asociadas, considerando sus experiencias en función de las necesidades e intereses que quienes les visitan. Cada persona involucrada tiene una función específica y se establece una comunicación previa con los distintos actores de la comunidad, participen o no en el recorrido a realizar. “Cuando el turista solicita que le presentemos nuestro recorrido, primero escuchamos qué es lo que quiere conocer y luego le mostramos nuestras propuestas. Estos recorridos tienen el objetivo de rescatar la historia de nuestra comunidad, así como realzar el patrimonio sociocultural de nuestra región, además de promover la economía local”, explica Tatiane. Durante la actividad, que tiene una duración de un día, los guías locales cuentan la historia del territorio, explican cómo es la vida cotidiana, recorren la zona, abordan el problema de la vivienda, interactúan con antiguos residentes y visitan las instituciones comunitarias y el comercio local. “Hablamos sobre la cuestión habitacional, los llevamos a comer los helados de doña Madalena, mostramos la oferta gastronómica. Los llevamos a recorrer la comunidad, comenzando desde São Joaquim, donde les presentamos nuestro mercado local, y luego visitamos lugares como la ADOCCI, donde aprenden a preparar la moqueca³ mientras les contamos un poco sobre nuestra historia y realidad”, detalla Tatiane, quien también hace de guía local.

3 La moqueca es un plato tradicional de Bahía hecho con productos del mar y guisado con aceite de palma o dendê.

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

En algunos casos, los visitantes pueden **dormir en la comunidad**, quedándose en la Casa de la Juventud, lo que les permite una mayor inmersión en la dinámica local. **Carlos Luz**, exalumno de la escuela Luiza Mahin, quien actualmente trabaja como técnico de sonido en el Espacio Cultural Alagados, guía de ACTOUR y presidente de la Casa de la Juventud, valora esta experiencia realzando su dimensión educativa: “Recibimos a estos adolescentes y jóvenes, que permanecen 24 horas en la comunidad precisamente para que puedan comprender cómo es la vida aquí, que es completamente diferente de su realidad europea. Cuando llegan se dan cuenta de estas diferencias. Al final de su estancia nos reunimos con ellos en el Espacio Cultural Alagados para celebrar una noche cultural. Ellos traen sus bailes, compartimos en este escenario, en este espacio, hacemos una mezcla cultural, mostramos nuestro conocimiento en arte y cultura, y ellos también nos presentan lo suyo. Así no se sienten solo como espectadores, sino que también son protagonistas, son los artistas que aportan su cultura. Han sido experiencias maravillosas”.

Carlos considera que **esta interacción con los visitantes contribuye a promover una nueva mirada sobre la comunidad en relación con el imaginario de violencia asociado al territorio**, tanto desde una perspectiva interna como para las personas externas. “Creo que lo que ellos nos aportan es un legado muy importante. Saber que nuestra comunidad no tiene solo aspectos negativos, sino también positivos. Y cuando vienen aquí, tienen la oportunidad de vivir una experiencia que nunca habían tenido ni imaginado. Entonces, nos traen una nueva perspectiva, que es la de seguir mostrando lo mejor que tenemos, que es nuestra transformación a partir de nuestras vivencias”, relata Carlos.



Salvador. Imágenes de Ernest Cañada

4.
RESULTADOS

4.2
ALAGADOS
TURISMO
COMUNITARIO
(SALVADOR)

De hecho, **una parte fundamental de la experiencia es provocar la reflexión en los visitantes sobre las problemáticas que están presentes en el día a día de un área periférica** “No salen con la idea de que aquí hay muchos tiroteos y es peligroso, –afirma Tatiane– sino que cambian su perspectiva. Mostramos una realidad distinta a la que imaginaban cuando llegaron. Deconstruye la idea de la periferia únicamente como un lugar de violencia. Nosotros convivimos con eso, con la violencia, pero esa no es nuestra única realidad... eso no resume nuestra existencia. No negamos que exista, porque de hecho la vivimos, pero no es algo generalizado. Tenemos muchas otras cosas además de eso, Tenemos arte y cultura, tenemos nuestro día a día, la pesca, en fin, todo eso forma parte del contexto”. Y, en el mismo sentido, complementa Carlos cuando afirma: “Sabemos que el tema de la violencia, los disparos o las muertes son cuestiones puntuales, no suceden todos los días, ni a cada hora, como la gente suele pensar. Y entendimos que, así como el racismo, este problema no es nuestro, es de las personas que vienen de fuera. El prejuicio está en ellos, no en nosotros. Nosotros vivimos aquí todos los días, sabemos claramente cuáles son los puntos críticos dentro de la comunidad. Por lo tanto, los respetamos, ellos nos respetan y seguimos adelante”.

La mayoría de los visitantes que realizan el recorrido en la comunidad son extranjeros que provienen de países como Francia, Alemania, Suiza, Estados Unidos, Inglaterra y Colombia. Principalmente, se trata de estudiantes y familias que llegan en pequeños grupos a través de agencias que, a lo largo de los últimos años, han establecido un calendario de visitas y una relación de colaboración con la comunidad. “Un ejemplo es Bonjour Bahía, que siempre trae jóvenes que quieren tener la oportunidad de jugar fútbol con muchos de nuestros guías, que son de la comunidad. Por lo general, ellos vienen, se quedan a dormir, realizamos este recorrido de un día, les mostramos el fútbol, recorremos la comunidad para que puedan acceder y conocer un poco de nuestra realidad”, explica Tatiane.



Alagados Turismo Comunitario (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

Antes de la pandemia de la COVID-19, la comunidad recibía aproximadamente unos dos mil visitantes por año, pero en la actualidad esa cifra se ha duplicado. Este crecimiento reciente en la demanda de visitantes se atribuye a las alianzas que ACTOUR ha desarrollado con agencias como ComuniCulturi, Tours Bahía y Bonjour Bahía. “Hubo un mes en el que comenzamos a recibir una afluencia muy grande, con tres, cuatro, cinco recorridos en un solo mes”, relata Tatiane Anjos. También atribuye el aumento en la frecuencia de visitantes a su participación activa en la Red BATUC, así como a la visibilidad que ha ganado a través de su cuenta de Instagram.

Además de los turistas extranjeros que llegan a través de las agencias, la comunidad también mantiene una relación estrecha con **instituciones educativas**, que no solo visitan la comunidad, sino que también desarrollan proyectos en colaboración con ella. “Hemos estado dialogando directamente con las universidades porque queremos

Estos intercambios han dado lugar al desarrollo de actividades de extensión en cursos de diversas áreas que buscan en Alagados un campo de investigación.

mantener este intercambio en la práctica”. Estos intercambios han dado lugar al desarrollo de actividades de extensión en cursos de diversas áreas que buscan en Alagados un campo de investigación.

Un ejemplo de ello es la colaboración surgida a partir de la visita de una investigadora de una universidad alemana, que resultó en un intercambio cultural entre la Red Reprotai y el grupo Candilê, de Cartagena de Indias, en Colombia, en el año 2023. “Nueve jóvenes de REPROTAI viajaron a Cartagena para realizar este intercambio, y también los recibimos aquí en abril. Hicimos un recorrido de quince días allá y quince días aquí. También organizamos un recorrido turístico con ellos. El intercambio sigue ocurriendo hasta hoy y de este proceso surgió una muestra de arte visual con el grupo vinculado a las danzas folclóricas”, relata Tatiane.

De esta manera, las actividades de turismo en la comunidad, **además de promover una fuente de ingresos vinculada a la economía popular, generan un efecto**



Alagados Turismo Comunitario (Salvador). Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.2 ALAGADOS TURISMO COMUNITARIO (SALVADOR)

de valorización del barrio, contribuyendo a cambiar los estigmas y establecer conexiones estratégicas para proyectos que beneficien a la comunidad local.

“Muchos de turistas que vienen a conocer nuestro proyecto y nuestro trabajo terminan convirtiéndose en nuestros socios”, señala Tatiane.

Las actividades de turismo comunitario en Alagados involucran a un equipo activo de aproximadamente treinta a cuarenta personas en diferentes estructuras y espacios, que impactan a cientos de residentes del barrio. **Jéssica Ribeiro**, una de las educadoras de REPROTAI y guía local, enfatiza que el turismo comunitario es una herramienta clave para fortalecer las metodologías que ya se desarrollan en la comunidad, “que parten desde abajo hacia arriba, y no de arriba hacia abajo”. En este sentido, Carlos también destaca que, al planificar los recorridos, queda claro que “el turismo comunitario no es la actividad principal, sino solo una de las iniciativas que llevamos a cabo en la comunidad. Porque hay otras también muy importantes que rodean todo esto”. Y añade que “Alagados Turismo Comunitario es eso. Pero nuestras relaciones se construyen sobre la base de personas que han trabajado antes que nosotros y cuya historia continuamos, sin perder de vista nuestros valores, nuestros principios, en los que creemos, como la educación que tanto nos impulsa y el arte y la cultura, que están profundamente conectados con nuestra identidad comunitaria, porque son una parte vital de nuestra realidad”.



Salvador. Imagen de Ernest Cañada

4.
RESULTADOS

4.3.
COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

La localidad conocida como Calafate es una calle del **barrio Fazenda Grande do Retiro**, en Salvador. Recibió este nombre porque, en el pasado, fue una gran hacienda ocupada desde el siglo XIX. El barrio se encuentra en la zona norte de la ciudad, en el área conocida como el “núcleo” central. Se trata de una colina, paralela a la carretera BR-324, atravesada por una calle de aproximadamente 3 kilómetros llamada Alexandre José Mello Morais Filho. El acceso a la localidad se realiza a través de vías terrestres mediante la Avenida San Martín o la carretera BR-324. La configuración geográfica actual del barrio es resultado del crecimiento de una serie asentamientos que se expandieron por las laderas hasta alcanzar la cima del cerro, a lo largo de la BR-324. En el pasado, en la zona estaban ubicados el Dique do Calafate y el Tanque do Meio, que servían de depósitos de agua para abastecer a la población, actualmente rellenos y convertidos en un canal de aguas residuales que fluye hacia la localidad de Marotinho. La fuente situada en la cantera de Fazenda Grande do Retiro fue cubierta e inutilizada. Además de Calafate, el barrio incluye las localidades de Pitangueiras, Alto do Peru, Fonte do Capim, Vila Natal, Nó de Pau y Fonte da Bica (Santos et al., 2010).

Durante aproximadamente un siglo, la región estuvo habitada por pequeños agricultores, arrendatarios de terrenos pertenecientes a la Unión Fabril Fiais (Borges, 2016), una empresa portuguesa del sector químico. Hasta las primeras décadas del siglo XX, el área que configura el actual barrio mantenía características propias de la vida rural. Se ha registrado que en 1901 había propietarios de haciendas en la zona que trabajaban en el matadero de Retiro y adquirieron una gran extensión de tierras que abarcaba desde



Calafate (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

la calle Melo Morais Filho hasta la Avenida San Martín. Uno de los más conocidos fue Justino Farias de Souza, quien en la década de 1940 decidió arrendar su propiedad y vender pequeños lotes a personas interesadas en establecerse en la zona (Leiro, 2021). También se han registrado relatos de los actuales residentes que cuentan que, a mediados del siglo XX, la hacienda se transformó en varias chacras que fueron ocupadas por poseedores informales, quienes construyeron viviendas y lotificaron el área (Santos et al., 2010).

El barrio, que progresivamente fue acogiendo población migrante procedente del interior del Estado de Bahía, está profundamente marcado por una **historia de lucha y resistencia**. En este contexto destacan dos episodios. El primero fue la “Fiesta de la Basura”, una protesta de los habitantes de Fazenda Grande do Retiro ante la falta de recolección de residuos que tuvo lugar en 1975. Tras múltiples solicitudes a las autoridades para la retirada de los desechos que se habían acumulado durante semanas, la comunidad organizó un operativo conjunto en el que recorrieron las calles recogiendo la basura y luego la depositaron frente a las instalaciones de la Empresa Gráfica de Bahía (EGBA), una entidad estatal que opera como imprenta y ofrecía servicios de gestión documental y certificación digital. La festividad, que comenzó como una protesta, se celebró hasta la década de 1990, cuando fue disuelta por decisión política mediante ataques violentos de la policía contra la población.

El segundo acontecimiento significativo en la historia del barrio ocurrió en septiembre de 1982, durante la inauguración de una agencia del Banco del Estado de Bahía (BANEB). En ese momento, la comunidad reclamaba la construcción de un centro de salud y, en señal de protesta, se congregó en el Largo da Fazenda Grande, y abucheó a toda la comitiva presente en aquella ceremonia. Una vez más, la policía reprimió a los manifestantes que se oponían a la instalación del banco (Santos et al., 2010; Santos, 2018).

Aunque el comercio es muy activo, existen pocas opciones de ocio para los residentes.

Entre las principales instituciones del barrio se encuentran la Asociación Benéfica Educativa Recreativa Unidos de Fazenda Grande, la Escuela de Primer Grado Natália Vinhas, el Colegio Estatal Zilma Gomes Parente de Barros y la Iglesia de San Pedro y San Pablo.

Aunque el comercio es muy activo, existen pocas opciones de ocio para los residentes. La sede de la Empresa Gráfica de Bahía, instalada en la zona desde 1972, también es un punto de referencia geográfica en el barrio dada su gran dimensión e importancia como empresa estatal. Durante años, la comunidad solicitó la cesión de una parte del terreno de la EGBA para la construcción de un área de esparcimiento, ya que, de los aproximadamente cuarenta mil metros cuadrados del predio, solo ocho mil estaban edificadas. La empresa, que se mantiene aislada del entorno mediante altos muros, contaba con un campo de fútbol de dimensiones oficiales, un parque infantil, una biblioteca y una cancha deportiva, pero [el acceso a estas instalaciones estaba restringido a los empleados y a unos pocos residentes del barrio](#). A pesar de los reiterados intentos, no se logró ninguna concesión.

En la actualidad, **Fazenda Grande do Retiro se caracteriza por ser una zona popular de la ciudad de Salvador**. En el censo del Instituto Brasileño de Geografía

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

y Estadística (IBGE) de 2010, el barrio fue listado como el quinto con mayor población negra en Salvador, con un 86,38% (46.478) de sus habitantes (IBGE, 2010). Asimismo, **es el barrio de Salvador con el mayor número de residentes en favelas y donde se encuentra la cuarta favela más grande de Bahía.**

El censo poblacional de 2022 registró una leve disminución en el número total de habitantes del barrio, con una estimación actual de 41.056 residentes (IBGE, 2022). En los últimos años, **Fazenda Grande do Retiro también es identificado como uno de los barrios más violentos de la ciudad**, según datos del IBGE del mapa de la violencia de la Secretaría de Seguridad Pública del estado de Bahía y por la tasa de homicidios por cada cien mil habitantes al año (Torres y Rodrigues, 2012; Wendel, 2024). Así, desigualdad, marginalidad y violencia han estado presentes en la caracterización de esta zona, pero también la necesidad de encontrar salidas a esta situación estructural que contribuyan a mejorar el bienestar de su población. En este esfuerzo colectivo, destacan distintas organizaciones presentes en la zona.

Coletivo de Mulheres do Calafate

El Coletivo de Mujeres de Calafate (CMC), ubicado en Fazenda Grande do Retiro, con más de treinta años de existencia, surgió como una iniciativa para hacer frente a la violencia que sufrían las mujeres en su comunidad. Sus actividades se enfocan en tratar de garantizar los derechos de las mujeres, defender la salud y los derechos sexuales y reproductivos, promover el empoderamiento comunitario y articular la resistencia



Coletivo de Mulheres do Calafate. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

social. “El Coletivo fue fundado el 8 de octubre de 1992 por siete mujeres de la comunidad, básicamente en la mesa de un bar; ahí surgieron las primeras ideas de crear y estructurar una asociación de mujeres. La intención era luchar por el fin de la violencia contra las mujeres, porque sabemos que ‘acabar’, bueno, ese término ya es una utopía dentro de la sociedad patriarcal en la que vivimos; pero el objetivo era combatir la violencia de género dentro de la comunidad”, relata **Marta Leiro**, trabajadora social, máster en enfermería y salud, y una de sus fundadoras.

Su participación previa en la iglesia católica y en la asociación de vecinos de Calafate sirvió como un detonante para poner en marcha una organización específica de mujeres. El relato de Marta sobre esos años es claro sobre cómo fueron dándose cuenta de esa necesidad: “Antes de formar parte del Coletivo de Mujeres de Calafate, yo participaba en la Iglesia Católica, en una época en que la iglesia estaba mucho más involucrada en las luchas sociales. En 1991, la Campaña de la Fraternidad tenía como lema «Mujer y hombre a imagen y semejanza de Dios», así que la iglesia de Calafate realizó una serie de reflexiones sobre el tema. Pero el enfoque era cuál era el proyecto de Dios para la vida de las mujeres, y yo quería algo más autónomo, sin ese pensamiento patriarcal de Dios. Al mismo tiempo, también participaba en la asociación de vecinos de la comunidad, y me preguntaba que por qué las mujeres no participaban. Eso era en los años 80 y 90, cuando muchas asociaciones de vecinos estaban lideradas por mujeres. Pero aquí, en Calafate, no, aquí estaban dirigidas por hombres, mientras que las tareas de limpiar el salón, preparar el café para las reuniones o hacer los carteles eran exclusivamente nuestras. Me hacía muchas preguntas, pero también tenía miedo de expresarlas abiertamente, por temor a ser rechazada o perder mi espacio en la comunidad. Con el tiempo, comenzamos a notar que muchas esposas de los hombres que participaban en la asociación sufrían violencia. Y yo pensaba que ellos iban a las reuniones y hablaban de justicia social, pero ¿dónde estaba la justicia social en sus casas? Y yo pensaba que había algo que no estaba bien”.

A partir de aquí, buscó cómo propiciar encuentros entre mujeres de la comunidad. “Un día, durante la organización de la fiesta de San Juan – sigue relatando Marta–, invité a



Calafate (Salvador). Imágenes de Coletivo de Mulheres do Calafate

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

algunas mujeres, incluso a las esposas de esos hombres, porque ya éramos vecinas y nos conocíamos. A media reunión entró violentamente el marido de una de ellas y la sacó, diciendo que no aceptaba que las mujeres se reunieran. Eso nos hizo reflexionar y a compartir historias, y descubrimos que muchas de nosotras habíamos vivido violencia. Unos meses después, en el cumpleaños de una de nuestras compañeras fundadoras, el 8 de octubre de 1992, decidimos formalizar el grupo. Al principio, queríamos hablar solo de nuestras experiencias, pero pronto entendimos que otras mujeres de Calafate también vivían violencia, al igual que muchas otras en Salvador. Y nos dijimos: transformemos esto en una lucha colectiva. Y así se convirtió en nuestra lucha”.

Mediante grupos de reflexión, talleres y campañas educativas, ha fortalecido a mujeres en condiciones de vulnerabilidad.

De este modo, la orientación del CMC se apartó de las estructuras religiosas y vecinales convencionales, dando prioridad a un análisis feminista y comunitario de los desafíos que enfrentaban (Leiro, 2021). A lo largo de su trayectoria, el grupo ha contado con la participación de mujeres de la propia comunidad que han experimentado diversas formas de violencia de género y que, de manera colectiva, se han organizado para desarrollar estrategias para hacer frente a esta situación. En sus primeros años, el colectivo promovió encuentros en los hogares con las mujeres para debatir sobre las desigualdades de género y la violencia contra las mujeres como la expresión más significativa de esta desigualdad (Leiro, 2021).

El CMC ha sido clave en la consolidación de un entorno seguro para las mujeres, donde pueden compartir vivencias y recibir apoyo mutuo. Mediante grupos de reflexión, talleres y campañas educativas, ha fortalecido a mujeres en condiciones de vulnerabilidad, abordando no solo la violencia de género, sino también el racismo y la pobreza. “No fue nada fácil –recuerda Marta–. Siempre digo que comenzar un grupo de mujeres en torno al tema de la violencia no es sencillo, porque es un tema muy pesado, que nos confronta



Coletivo de Mulheres do Calafate. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

con muchos conflictos internos. Porque, al mismo tiempo que estás en una situación de violencia, no quieres separarte de tu pareja. Fue muy difícil. Por eso, cada aniversario del colectivo lo celebro con mucha fuerza, porque es un símbolo de resistencia”. A pesar de esto, su capacidad de organización y de vincularse con movimientos sociales, instituciones académicas y organismos gubernamentales le ha permitido incidir en políticas públicas y servicios especializados. Gracias a ello, ha logrado incidir en la formulación de políticas públicas y en la puesta en marcha de servicios especializados para mujeres en situación de violencia, como el Centro de Referencia Loreta Valadares.

Además, también ha construido alianzas con otros espacios de mujeres: “formamos parte de la Red de Mujeres Negras de Salvador, de la Articulación de Mujeres Brasileñas, que opera a nivel nacional y nos conecta con otros estados de Brasil, de la Red de Enfrentamiento a la Violencia Contra la Mujer y del Levantamiento Feminista. Estamos presentes en muchas áreas aquí en Salvador que garantizan los derechos de las mujeres”, explica **Azânia Leiro**, hija de Marta e integrante del Coletivo.

La asociación también ha desempeñado un rol central en la formación de nuevas generaciones de feministas, impulsando el liderazgo y la participación política de mujeres populares y negras. Este enfoque interseccional entre género, raza y clase en la violencia contra las mujeres ha sido esencial para atender integralmente sus necesidades (Leiro, 2021). En este sentido, cada vez más han ido centrando su atención en mujeres cada vez más jóvenes. “Hoy también trabajamos más con adolescentes –argumenta Marta–. Nos estamos enfocando en un público más joven, porque es ahí donde comenzamos a introducir pensamientos antirracistas, anticapitalistas y antipatriarcales”.

El impacto del CMC va más allá del contexto local, pues su experiencia se ha convertido en un referente para otras organizaciones dedicadas a combatir la violencia contra las mujeres. Su enfoque en la autogestión y el empoderamiento colectivo ha probado ser una herramienta eficaz para romper el ciclo de violencia y promover el cambio social.



Coletivo de Mulheres do Calafate. Imágenes de Coletivo de Mulheres do Calafate

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

Actualmente, el CMC está formado por una decena de mujeres, pero en sus actividades participan habitualmente entre veinte y treinta. Su trabajo se caracteriza principalmente por **promover acciones de concienciación para mujeres en situación de violencia, mediante la realización de conferencias, talleres y círculos de diálogo con el objetivo de brindar información sobre sus derechos** (de Oliveira, 2017). De este modo, como organización comunitaria feminista, prioriza actividades para fortalecer la autoestima, autonomía y empoderamiento de las mujeres de su barrio. En el marco de este trabajo de intervención social surgió la oportunidad de incursionar en el desarrollo de actividades de carácter turístico.

Una apuesta por el turismo

Como en el caso de Alagados Turismo Comunitario, también en la ciudad de Salvador, la propuesta de empezar a trabajar en turismo en el Coletivo de Mulheres de Calafate llegó de la mano de la ONG británica **Estrela Brasil**. Desde principios de 1990, esta organización había promovido programas de voluntariado y diversas formas de visitas de intercambio. Su responsable, **Júlia McNaught**, trataba de fortalecer el trabajo de distintas organizaciones locales en un sentido amplio. En el marco de estas colaboraciones, que fueron consolidándose a lo largo de los años, surgió también la posibilidad de introducir el turismo como parte de sus actividades, aunque nunca antes

La propuesta de empezar a trabajar en turismo en el Coletivo de Mulheres de Calafate llegó de la mano de la ONG británica Estrela Brasil.

hubieran recibido visitas de este tipo. En el caso del Coletivo de Mulheres de Calafate, una de las primeras acciones de apoyo estuvo vinculada al teatro. “Estrela desarrolló acciones enfocadas en la cuestión social – recuerda Marta–. Una de ellas fue el teatro, como una forma de respuesta a la violencia contra las mujeres. Y montamos una obra basada en el teatro del oprimido. Fue un proceso de talleres de teatro que no solo enseñaban técnicas, sino que también nos permitían el autoconocimiento, nos ayudaban a hablar y gritar sobre nuestros

dolores relacionados con la violencia. En el año 2000 presentamos nuestra obra durante la inauguración de la sede que teníamos allá arriba. En 2002, llevamos a cabo otra obra con las agentes multiplicadoras, enfocada en la explotación sexual la prevención de las ETS y el VIH. En esa pieza se abordó el tema de la explotación sexual de mujeres y niñas, y ahí surgió el tema del turismo, porque en ese momento había algunas jóvenes que viajaban a Europa para prostituirse. Así que ahí apareció la cuestión del tráfico de mujeres y, bueno, se mencionó la palabra turismo en esa obra”.

Paralelamente, Estrela Brasil, también fortaleció la discusión sobre cómo pensar el turismo con las mujeres del Coletivo y para qué podía serles útil. “Había un grupo que empezó a participar y a construir su propio concepto sobre lo que entendíamos por turista, por guía; también había gente de los barrios de Uruguay, de Alto do Cabrito. Aquí hicimos nuestro propio mapeo de los atractivos turísticos que teníamos. Todo fue elaborado en ese momento por este grupo”, aclara Marta. Gracias a Estrela, **en 2006 recibieron su primer grupo de visitantes extranjeros**. “Ahí estaba Júlia, que habla inglés y es extranjera, y tenía vínculos con grupos internacionales y se encargaba de articular la llegada de visitantes”, reconoce Marta.

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

De este modo, el Coletivo comenzó a recibir grupos de turistas extranjeros, principalmente estudiantes provenientes de Europa. Antes de la creación del proyecto de turismo comunitario, recibían algunas visitas de proyectos sociales interesados en conocer su trabajo, aunque de manera informal y sin una estructura organizada. A partir de la colaboración con Estrela Brasil, fue posible ampliar estas visitas a otras áreas del barrio y llegar a un público más diverso. En esos primeros años, la actividad turística empezó a crecer y a desarrollarse más allá de los vínculos con la ONG británica. Azânia Leiro, una de las jóvenes vinculadas a esta actividad, explica que “después llegamos a una etapa en la que articulamos grupos aquí en Salvador y en otras partes de Brasil que querían conocer el proyecto. Empezamos a compartir más en nuestras redes sobre el turismo comunitario y sobre el trabajo que realizábamos. Estudiantes de la UFBA se organizaban y nos buscaban al ver lo que estábamos haciendo, porque, independientemente del Grupo Estrela, el Coletivo siempre ha recibido estudiantes”.

En el recorrido que ofrecían a sus visitantes **tenían la oportunidad de recorrer las calles del barrio, conocer la historia de la comunidad e intercambiar experiencias culturales con las mujeres de Calafate**, quienes diseñaban los itinerarios según el perfil de cada grupo recibido. “Teníamos una planificación, en la que analizábamos el perfil del grupo que llegaba: si eran estudiantes, si era un grupo de mujeres, la edad... porque, por ejemplo, si eran personas mayores, no podían subir escaleras, entonces adaptábamos el recorrido. Siempre diseñábamos un itinerario específico para cada grupo, dependiendo también de los temas que quisieran abordar. Si era racismo, si era feminismo... siempre elaborábamos un itinerario ajustado a sus intereses, pero con una base común: conocer la asociación, su historia, los orígenes de Calafate y recorrer la comunidad, siempre manteniendo esos elementos fundamentales”,



Coletivo de Mulheres do Calafate. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

explica Azânia. La idea, continúa Marta, es que pudieran conocer la comunidad a través de la vida de algunas de sus mujeres: “Llevábamos a los visitantes a conocer a mujeres específicas de la comunidad, mujeres que tuvieran alguna historia relevante, que estuvieran involucradas en algún emprendimiento o en algún tipo de actividad. La idea era que los visitantes vivieran la comunidad desde adentro”.

Las visitas contribuyeron a la generación de ingresos para las mujeres vinculadas al Coletivo mediante tareas de recepción, guiado local, preparación de alimentos y venta de productos elaborados por las mujeres del barrio. “Por ejemplo, cuando venía un grupo, los invitábamos a almorzar en el bar de Dalva, que servía mocotó –relata Marta–. Entonces hablábamos con ella: «Dalva, va a venir un grupo de turistas, prepara 20 mocotós», y ella los hacía. Era algo puntual, no generaba expectativas de que el turismo cambiaría sus vidas, porque la visita era muy esporádica. También estaban las artesanas, y les decíamos: «Miren, pueden comprar aquí». Entonces ellas mostraban sus artesanías, a veces los visitantes compraban, a veces no. Mi madre, por ejemplo, tenía unos paños de cocina bordados y, en ocasiones, los turistas los adquirían”. Aunque estas visitas no representaban la principal fuente de ingresos para las mujeres de la comunidad, estos se convirtieron en algo concreto y, al mismo tiempo, se estima que contribuían a fortalecer su autoestima y la de los residentes en general (Borges, 2016). Sin embargo, estas actividades nunca no fueron planificadas como fuente de financiamiento de la asociación.

En los momentos de más intensidad, llegaron a recibir entre trescientas y cuatrocientas personas al año, y organizar recorridos todos los meses. Las visitas turísticas se desarrollaron entre 2006 y fundamentalmente hasta 2015, cuando decidieron dejar de hacer esta actividad. A partir de ahí, puntualmente, recibieron a algún grupo más, pero ya no hacían un esfuerzo para atraerlos.

Límites y contradicciones

La práctica del turismo en la comunidad también generó tensiones que llevaron al Coletivo a reflexionar sobre la forma en que se desarrollaba esta actividad y decidir que no podían continuar. El primer desafío estuvo relacionado con la violencia urbana. Con grupos grandes de turistas nos dimos cuenta de que ya no podíamos garantizar su seguridad, porque el recorrido se realizaba dentro de la comunidad y, cuando el grupo era muy numeroso, se dispersaba y no podíamos controlar la situación, sobre todo cuando no dominábamos el idioma”, explica Marta.

Así, **la inseguridad y los cambios en medidas tomadas por el Estado en la política de combate las drogas, se convirtieron en obstáculos para la continuidad de las actividades de recepción de visitantes.** Además del tamaño de los grupos, la falta de conocimiento de los turistas sobre las dinámicas locales y su comportamiento durante los recorridos generaban tensiones para las mujeres la asociación. “Lamentablemente, no sé qué pasa, pero los visitantes tienden a dispersarse y a querer recorrer el barrio por su cuenta, y eso no era viable. Cuando los grupos

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

eran pequeños, prestaban más atención. Además, cuando hacíamos las paradas en la comunidad para hablar, no teníamos micrófono, así que había que gritar, hablar en voz alta, y muchas veces los que estaban atrás no se concentraban en la experiencia del turismo. Nos dimos cuenta de que no podíamos recibir grupos grandes”, añade Azânia.

El segundo elemento de tensión que dificultó la continuidad de la actividad turística tuvo que ver con el **posicionamiento crítico de la propia organización en relación con sus valores e ideales y las contradicciones que percibían en cómo funcionaba el turismo. Por una parte, no llegaron a establecer alianzas comerciales, más allá de Estrela Brasil, que les permitieran dar una mayor continuidad a las llegadas de visitantes y ampliar su número.** “Nunca tuvimos contacto con agencias. Ninguna. Primero, porque, siendo anticapitalistas, ni siquiera nos interesaba establecer vínculos con ellas”, declara Marta.

Además, **estas relaciones de intercambio, incluso dentro del turismo comunitario, muchas veces no se desarrollaban de manera justa** y esto llevó al colectivo a reflexionar sobre la práctica del turismo en la comunidad a partir de algunas experiencias. “Vino un grupo de treinta estudiantes franceses que querían hacer todo a su manera y no nos escuchaban. Trajeron frutas en el autobús, llevaron los ingredientes para el frijol y se los dieron a una cocinera, aunque nosotras les dijimos que no trabajábamos de esa forma. Y después aún querían que nos tomáramos fotos con la ropa que trajeron de Europa. Fue una falta de respeto, nos sentimos muy humilladas, de verdad, y como Coletivo de Mulheres, que gestionamos el turismo, no queremos eso para las compañeras”, relata Marta.

Este tipo de comportamiento, que a menudo forma parte del imaginario de quienes visitan una comunidad periférica, refuerza la idea de que sus habitantes son simplemente



Calafate (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

seres carentes y necesitados de cualquier tipo de recurso (material, cultural, intelectual, etc.). Sin embargo, muchas comunidades buscan precisamente deconstruir esta imagen a través del turismo comunitario. “No queremos exponer ni comercializar la miseria de la comunidad”, enfatiza Marta.

Además, **el Coletivo se dio cuenta que la práctica del turismo, incluso desde una perspectiva comunitaria, requiere una gestión profesionalizada y que esto implicaba decidir en qué querían dedicar sus esfuerzos.** Esto representa un desafío, considerando que solo ocho mujeres, que actúan de manera voluntaria, llevan adelante la iniciativa, junto con muchas otras prioridades de la asociación. “El turismo comunitario es un emprendimiento, no es acción social. Requiere comprensión, estudio. Necesita difusión en redes sociales. Y aquí seguimos trabajando voluntariamente, desde la militancia, llevando adelante todo el trabajo del Coletivo de Mulheres de Calafate. Hoy en día, pedirnos a nosotras, mujeres pobres, que hagamos cosas de forma voluntaria es demasiado. Está la cuestión de la supervivencia... Cuando comenzamos a avanzar más en el turismo, nos dimos cuenta de que no bastaba con un grupo de militantes reflexionando sobre el tema. Era necesario contar con personas que lo asumieran como socias de un emprendimiento. Y eso ya era otra cuestión más a abordar”, declara Marta.

Debido a este conjunto de obstáculos, **en 2015 el Coletivo decidió dejar de realizar la actividad turística en el formato inicialmente propuesto y retomó la iniciativa en 2019 bajo un nuevo modelo.** Desde entonces la recepción de visitantes se realizaba de manera particular, no en grupo, en casa de Marta Leiro, aunque coordina la actividad junto con otras mujeres. “Por el deseo de Marta, una de las fundadoras e integrante del grupo gestor, se mantuvo el programa de turismo comunitario en la comunidad dentro de su proyecto Quintal Margarida, que es lo que sigue funcionando hoy en día”, relata **Jamile Sacramento**, integrante do Coletivo de Mulheres do Calafate.

En la actualidad, a través de Quintal Margarida siguen llegando visitantes a Calafate. La propuesta se articula en torno a un espacio de memoria afectiva y familiar transgeneracional, que también forma parte de la historia de Calafate, ya que se trata de la residencia más antigua de la localidad. Asimismo, es el lugar donde se reúne el Coletivo para planificar y ejecutar algunas de sus actividades desde que dejó de contar con una sede propia. “Es un turismo que pertenece a la comunidad. Puede ser una iniciativa familiar, una iniciativa personal, pero la comunidad siempre está articulada y participando”, afirma Marta.

Un turismo también para nosotras

Un aspecto destacable de las reflexiones en torno al turismo que ha desarrollado el Coletivo de Mulheres de Calafate es que **también conciben estas actividades como algo que ellas mismas deben poder disfrutar.** Así, organizan visitas a otras iniciativas de turismo comunitario, especialmente dentro de la Red BATUC, de la cual forman parte y son una de las organizaciones fundadoras. “Así que estamos llevando esta discusión al ámbito de la política turística. No se trata solo la de promover

4. RESULTADOS

4.3 COLETIVO DE MULHERES DO CALAFATE (SALVADOR)

un turismo de compromiso con la historia, con la realidad de la comunidad, con compromiso social, sostenibilidad. Debemos tener a las comunidades en el centro del desarrollo del turismo, pero también traer a la discusión toda esta cuestión del acceso a esta actividad de ocio a la que las personas podrían tener acceso, que podrían elegir libremente para sus vidas. Y esto que hacemos es también muy bueno para el enriquecimiento de las mujeres y para su propio bienestar”, dice Marta.

Desde una perspectiva de lucha por la democratización del turismo, especialmente para las mujeres trabajadoras, el Coletivo ha promovido intercambios con otras comunidades (quilombolas, pesqueras, etc.) como una estrategia para que estas mujeres no se vean únicamente como mano de obra dentro de la cadena turística. Además, estas experiencias buscan fomentar el bienestar y el intercambio cultural entre mujeres de distintos contextos, alineándose con la agenda feminista.



Calafate (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

4.
RESULTADOS

4.4.
QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

Paripe es un barrio situado en el extremo oeste de la ciudad de Salvador, Bahía, en el área conocida como Subúrbio Ferroviário. Ubicado en los límites de Salvador con Simões Filho, es el último barrio en dirección a la Región Metropolitana de Salvador dentro de la Bahía de Todos los Santos (Souza, 2005). Abarca el valle hasta la desembocadura canalizada del río Paripe y también su extensión hacia el oeste, a lo largo del litoral de Tubarão, el cual se prolonga hasta el límite con São Tomé de Paripe, en la Punta de la Sapoca. El acceso al barrio se realiza a través de vías terrestres, mediante la Estrada da Base Naval de Aratu (BA-528) o la Avenida Afrânio Peixoto (más conocida como la Suburbana), con origen en el centro de la ciudad de Salvador, y también a través de la Estrada do CIA (BA-526), desde el municipio de Simões Filho. Su territorio comprende las localidades de Tubarão, Estrada da Cocisa, Gameleira, Escola de Menor, Bate Coração, Tororó, Muribeca, Nova Canaã, Vila Naval da Barragem (controlada por la Marina de Brasil) y São Tomé de Paripe.

Paripe es una de las ocupaciones más antiguas de la ciudad de Salvador. Su nombre tiene origen en la lengua tupí, una combinación de los términos “pari” y “pe”, que significa “corral, cercado o vivero de peces” (Rossi, 2016; Maurício, 2018). Los indígenas Tupinambá fueron los primeros en habitar este territorio, el cual resultaba estratégico debido a su abundancia de peces, la presencia de numerosos ríos y la densa vegetación (García, 2006). Un vestigio histórico aún presente en el cotidiano de la población es la iglesia de São Tomé⁴, construida por los Tupinambá y fundada por



Quial Tubarão (Salvador). Imagen de Quial Tubarão

4 La iglesia de São Tomé de Paripe, ubicada en el morro del Alto da Igreja, aunque ha sufrido algunas modificaciones a lo largo de los siglos, es, según registros, una de las más antiguas de Brasil (De Jesus, 2014).

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

los jesuitas en 1552, como parte de la aldea de São Tomé, creada con el objetivo de la catequización de los Tupinambá (Vasconcelos, 2016).

Durante el período colonial, Paripe era un julgado, es decir, un poblado con administración independiente. Fue el más antiguo del Recôncavo baiano y desempeñó un papel clave en la seguridad para la instalación de emprendimientos en el interior del territorio (Rossi, 2016). Un ejemplo de ello es uno de los primeros ingenios azucareros de Bahía: el Engenho Santa Cruz das Torres, fundado en 1542 por Afonso Torres. Así mismo, también se ha documentado en la zona la existencia de la Hacienda Meireles, donde operaba una pequeña fábrica de aceite de dendê (palma) que abastecía tanto a la hacienda como a los pocos habitantes de sus alrededores (Silva y Fonseca, 1992). Durante este período, el territorio se caracterizó por la aparición de **quilombos**, como el Quilombo del Alto do Tororó⁵, ubicado en São Tomé y poblado entre finales del siglo XVII e inicios del siglo XVIII por personas esclavizadas traídas de África e indígenas.

Paripe se mantuvo como una zona rural hasta 1860, cuando, con la expansión de la línea férrea, que comportó la construcción del tramo ferroviario Calçada-Paripe, que conectaba Salvador con Juazeiro, la región fue integrada a la capital y dejó de ser un julgado (Teixeira, 1996). Así, el desarrollo urbano de Paripe se produjo en el contexto de la expansión económica de Salvador y Bahía, impulsado por la construcción de ferrocarriles en el interior del Estado. Esto tuvo un fuerte impacto en el crecimiento demográfico y en el fortalecimiento de la economía local, ya que las áreas cercanas a la estación ferroviaria de Paripe se convirtieron en puntos estratégicos para la instalación de comercios dirigidos a los habitantes del **Suburbio Ferroviario**, un fenómeno que aún es observable en la actualidad. Además, la creación del **Complejo Industrial de Aratu** también contribuyó a la expansión de Salvador hacia esta región.

El proceso de urbanización del barrio se intensificó aún más a inicios del siglo XX. En 1928, la Hacienda Meireles fue adquirida por la Empresa Amado Bahía S.A., que posteriormente vendió el terreno a la Empresa de Carnes Verdes da Bahía Ltda., ambas pertenecientes a João Martins da Silva, empresario del sector agropecuario. Tras su adquisición, durante los primeros años fue utilizada para el comercio de carne, lo que generó un aumento significativo en las ganancias de la empresa. Años más tarde, João

Desde el período colonial, la zona había sido utilizada como un lugar de veraneo por parte de familias con alto poder adquisitivo.

Martins identificó en la hacienda la oportunidad de desarrollar un **proceso de lotificación residencial** dirigido a las clases media y alta de la sociedad de Salvador. Desde el período colonial, la zona había sido utilizada como un lugar de veraneo por parte de familias con alto poder adquisitivo, que construyeron haciendas y chácaras (huertos) en las playas de Tubarão y São Tomé, atraídas por las bellezas naturales del área. En este contexto, en 1951, Martins fundó la Sociedade Construtora Residencial Ltda. (SOCREL), la cual proyectó la **Primera Etapa del Loteamiento Jardim Suburbano de Paripe** y construyó la primera Escuela Barros Barreto, que luego fue donada al gobierno del Estado.

5 La comunidad fue certificada por la Fundação Palmares en 2010.

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

En abril de 1958, se constituyó la **Inmobiliaria Martins Ltda.** para llevar a cabo la **Segunda y Tercera Etapa del Loteamiento Jardim Suburbano de Paripe**. Durante este mismo período, la empresa cedió parte de sus tierras para la construcción de un conjunto residencial destinado a servidores de la Marina, denominado Conjunto Almirante Tamandaré (Souza, 2005). Sin embargo, con la creciente valorización de los barrios cercanos al centro de Salvador, junto con la instalación del Centro Industrial de Aratu (CIA) y otras industrias como la Indústria de Mamona da Bahia S.A. (Imbasa), la Fábrica de Cemento de Salvador (COCISA) y la Fábrica de Cementos Aratu, este proyecto de urbanización no logró concretarse en su totalidad. Esto se debió a que **Paripe era una zona con tierras más baratas y contaba con un sistema de transporte que facilitaba la movilidad, lo que la convirtió en un área atractiva para sectores de menores ingresos**, que no podían costear viviendas y terrenos en barrios más próximos al centro de la ciudad.

La construcción de la **Avenida Suburbana** (Afrânio Peixoto) en la década de 1970 también tuvo un impacto significativo en el proceso de urbanización del barrio. Este desarrollo, sumado a la instalación de **nuevas industrias en las proximidades**, consolidó el poblamiento de **Paripe** por parte de trabajadores industriales y otros sectores proletarios que no tenían acceso a la propiedad de la tierra y optaron por la **autoconstrucción**. Muchos de estos ocupantes se establecieron en terrenos pertenecientes a la **prefectura y al gobierno estatal** al este del **valle de Paripe**, en los alrededores del núcleo original del Loteamiento Meirelles. Por otra parte, en esos mismos años, esta región pasó a ser conocida como **Escola de Menores**, en referencia a una institución instalada en el área que albergaba a menores infractores en un proceso de **resocialización** (Rossi, 2016).

En la década de 1980, a pesar de ser uno de los barrios más alejados del centro de Salvador, **Paripe experimentó el mayor crecimiento poblacional de la capital**, llegando a concentrar aproximadamente el 47% de toda la población del Subúrbio



Aline Bispo, Ernest Cañada y Natureza França en QUIAL Tubarão. Imagen de Alba Sud

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

Ferrovuario (Vasconcelos, 2016). Actualmente, el barrio cuenta con 52.469 habitantes, según el último censo poblacional (IBGE, 2022), lo que lo convierte en **el barrio más grande del Subúrbio Ferroviario**, tanto en **extensión territorial** como en **número de habitantes**.

Otra característica destacada del barrio es su **intenso comercio local**, predominantemente **popular**. No obstante, a pesar del rápido y acelerado crecimiento urbano en las últimas décadas, todavía es posible identificar en Paripe una dinámica cotidiana propia de una zona de transición entre lo urbano y lo rural. En este sentido, aunque en menor escala, **se mantienen prácticas tradicionales como la pesca y la mariscada**, además de la **circulación libre de animales** por las calles y playas del barrio. Al recorrer sus calles, también es posible notar que la localidad aún presenta **deficiencias en infraestructura urbana**, especialmente en lo que respecta a **saneamiento básico, ordenamiento del suelo, recolección de residuos, oferta de servicios públicos y disponibilidad de áreas destinadas al ocio y recreación**. Ante esta situación, la población local y de los alrededores utiliza con frecuencia la **playa como espacio de esparcimiento y para la práctica de deportes**, mientras que los eventos populares suelen concentrarse en torno a **las plazas del barrio**.

Al igual que otros barrios periféricos de la ciudad, **Paripe es frecuentemente estigmatizado por su asociación con la violencia y la pobreza**, una imagen que se refuerza especialmente a través de los medios de comunicación locales. En consecuencia, muchos habitantes de otras zonas de la ciudad —al considerar Paripe un lugar muy alejado y conocerlo únicamente a partir de lo que difunden los noticieros locales— evitan frecuentarlo. Esto ha hecho que empezara a plantearse la necesidad de deconstruir el imaginario de una periferia asociada a las ideas de pobreza y marginalidad. Es en este contexto que nace una experiencia de intervención cultural como QUIL Tubarão.



Paripe (Salvador). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

QUIAL Tubarão

La **Asociación Cultural Quilombo Aldeia Tubarão**, conocida como **QUIAL Tubarão**, fue creada a iniciativa de **Natureza França**, residente del barrio, productora cultural, artista y educadora en arte con el propósito de intervenir sobre este territorio con una propuesta de transformación social a partir de la promoción de la cultura y las artes. “Todo esto comienza allá por el año 2004 con actividades sin mayores pretensiones. Primero lo llamé OPA, Organización Popular de Actividades, en la que reunía a los jóvenes para que discutiéramos diversos temas. Hacíamos gincanas, recaudábamos materiales para donar a instituciones, aquí en Pérola de Cristo y en otros lugares”, relata Natureza. El grupo comenzó a gestarse años después, en 2013, con la formación del grupo **A Corda Samba de Roda** y, más tarde, en 2019, se consolidaron los primeros encuentros bajo el nombre de QUIAL. “Fundamos el Quial, el Quilombo Aldeia Tubarão, porque entendemos que no es suficiente celebrar únicamente la ancestralidad africana en este territorio, ya que aquí también hay un pueblo originario. Si no reconocemos la presencia del pueblo originario de este lugar, no podemos reconocer nada más” — explica Natureza.

En 2021, el QUIAL se consolidó a través de su formalización jurídica y estableció su sede en la casa de la fundadora del grupo, Natureza França. Ese mismo año, el colectivo pasó a integrar el proyecto Favela Revela, una productora y plataforma multimedia creada por jóvenes de barrios periféricos de Salvador y Río de Janeiro. También se incorporaron otros proyectos, como el grupo cultural Matriarcas de Tubarão y el grupo Capoeira no QUIAL, que, por medio de la cultura, las expresiones artísticas y las festividades, reivindican una profunda resistencia popular (Hercog, 2022) y trabajan con diferentes generaciones a través de una multiplicidad de formas de expresión cultural. “Matriarcas está dirigido principalmente a la tercera edad. El Samba de Roda de Tubarão atraviesa generaciones. El Capoeira no Quial está enfocado en niños y



IV Encuentro de Samba de Roda de Tubarão (Salvador). Imagen de Quial Tubarão

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

jóvenes. Favela Revela, que es la productora cultural, audiovisual, plataforma multimedia y escuela libre de producción cultural, está orientada al público joven”, detalla Natureza. Entre las diversas actividades socioculturales que promueven actualmente se encuentran talleres artísticos gratuitos para la comunidad, proyectos de fomento a la lectura, sambas de roda, rodas de capoeira, festividades populares, producciones audiovisuales y proyectos de turismo comunitario. Sus acciones están dirigidas a toda la comunidad, con especial énfasis en niños, adolescentes, jóvenes y mujeres.

Las personas que integran el colectivo son, en su mayoría, voluntarios que provienen de la universidad, del Subúrbio Ferroviário y de otros territorios cercanos.

Las personas que integran el colectivo son, en su mayoría, voluntarios que provienen de la universidad, del Subúrbio Ferroviário y de otros territorios cercanos. Natureza es la presidenta de la asociación, que también cuenta con un vicepresidente, una tesorera, un secretario y consejeros, todos ellos vecinos del barrio. “En Matriarcas tenemos unas quince o dieciséis personas. El grupo de capoeira en QUIAL cuenta con unas doce. Favela Revela, en su configuración actual con las nuevas incorporaciones, suma aproximadamente ocho personas. En turismo cultural, tenemos alrededor de cuatro personas, aunque algunas participan también en otros grupos. Hoy, en el Quial, estamos en contacto directo con unas cuarenta personas”, explica Natureza. Para financiar sus actividades, la asociación ha accedido a convocatorias de apoyo públicos, pero esta no es su única fuente de ingresos: **los productos y servicios generados por cada grupo también contribuyen a la sostenibilidad de sus iniciativas.**

Para su oficialización como asociación, QUIAL contó con el apoyo de un legislador municipal, el concejal André Fraga, del Partido Verde. Y en términos de gestiones cotidianas, actualmente cuentan con la colaboración del despacho Camarão Advogados e Associados y de Max Coimbra para los servicios de contabilidad. Asimismo, la productora Pontos Diversos brinda apoyo institucional en la administración de la



Festa das caretas 2025. Imagen de Quial Tubarão

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

asociación, al igual que la Red ao Redor, que colabora en la elaboración de proyectos. En cuanto a la revisión de los proyectos presentados para su financiamiento público, cuentan con el respaldo del profesor Carlos Bonfim, de la Universidad Federal de Bahía (UFBA). Para la realización y difusión de los proyectos de turismo comunitario, tienen una alianza con [Diáspora.Black](#), una empresa social del sector turístico y de eventos cuya misión es promover experiencias de viaje que fomenten la diversidad étnica y racial.

A través de las acciones desarrolladas por el Centro de Economía Solidaria (CESOL) del estado de Bahía, QUIAL ha establecido vínculos con otros grupos locales, como REPROTAI, de la Península de Itapagipe, y la comunidad del Alto do Tororó, en São Tomé de Paripe. Sin embargo, Natureza señala que, antes de la articulación con CESOL, ya mantenían relaciones con grupos como el Terreiro de Mãe Aurinda, la Asociación de Capoeira Paraguaçu, del Mestre Gilmar Grande, el Voa Voa Maria y la comunidad de Matarandiba.

Además, QUIAL ha extendido sus conexiones a barrios periféricos de otros estados, como la Favela da Maré, en Río de Janeiro, a través de su asociación con el Observatorio de Favelas. También mantiene relación con la Facultad de Comunicación y el grupo de investigación Red ao Redor, ambos de la UFBA. Recientemente, han iniciado conversaciones con la administración municipal de Cultura mediante la Escuela Creativa de Boca de Brasa, un proyecto gestionado en colaboración con la productora Pontos Diversos.

Características de la oferta turística

Las actividades vinculadas al turismo en QUIAL empezaron 2017 a partir del grupo de turismo cultural que tenía como propósito dar a conocer y valorar el trabajo



Festa da Boa Morte en Cachoeira. Imagen de Samba no Corpo

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

de las marisqueiras, así como las tradiciones culturales de raíces indígenas y afrodescendientes en un territorio con una rica y densa historia de resistencias. “Aquí estás en un lugar que era una aldea antes de la colonización, de la invasión. Cuando esta aldea es exterminada y la población negra llega para trabajar, los indígenas que sobreviven se internan en el bosque, y son esos indígenas quienes abren los caminos hacia los quilombos”, destaca Natureza.

El grupo tiene configuradas seis propuestas de actividad distintas:

- **Ruta Ancestral Praia de Tubarão:** es un recorrido en el Suburbio Ferroviario de Salvador, un territorio ancestral Tupinambá, que incluye una caminata por la playa y el manglar en compañía de habitantes locales. En esta ruta, se cuentan historias de la comunidad y sus tradiciones culturales, se pueden observar las ruinas de la antigua Fábrica de Cemento de Salvador y pasear por las calles de Tubarão, visitando a matriarcas de la comunidad y degustando la gastronomía local.
- **Marisqueras de Tubarão:** es una actividad que inicia con la recolección de mariscos, degustar frutos del mar aún en la concha y saborear la tradicional moqueca, un plato tradicional, en el *Boteco da Mari*, un establecimiento comercial perteneciente a una residente de la localidad. Esta vivencia está acompañada de relatos y memorias de la comunidad de Tubarão, narradas por guías y habitantes que participan en el recorrido, el cual se desarrolla a orillas de la Bahía de Todos los Santos, en el Suburbio Ferroviario de Salvador.
- **Ruta Ancestral Ilha de Maré:** propone un diálogo con las comunidades que forman parte de la Isla de Maré, ubicada aproximadamente a 7 Km. de distancia de São Tomé de Paripe. Durante este recorrido se facilita que los visitantes puedan acercarse a estas comunidades para conocer su realidad, el día a día de la población, experimentar prácticas tradicionales y acceder a materiales, productos, gastronomía y artesanías producidas por los habitantes de la isla. Como en los demás recorridos, la propuesta busca movilizar la economía creativa local y promover una inmersión en los modos de vida, memorias, prácticas y conocimientos de la comunidad.
- **Ruta en la Isla de Itaparica:** se realiza en alianza con el proyecto *Samba no Corpo*, una iniciativa que promueve vivencias en territorios tradicionales a través de la samba de roda. La actividad se lleva a cabo en la casa de madre Aurinda, tocadora de plato, maestra *sambadeira* y *yalorixá*. Su hogar es también un terreno de candomblé, un culto afrobrasileño dedicado a los orishas. Durante la visita, los participantes conversan con la matriarca y bailan samba con ella. Además, hasta llegar al lugar hay que hacer una caminata por la playa, lo que les permite el contacto con la naturaleza y la belleza de la Isla de Itaparica.
- **Itinerario en Cachoeira:** puede realizarse en eventos programados, como la *Festa da Boa Morte*, durante la cual se lleva a cabo una experiencia de samba de roda, también en colaboración con el proyecto *Samba no Corpo*. En esta

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

inmersión, el visitante participa en el cortejo de doña Dalva, una referencia de la *samba de roda* local. Esta experiencia, que se desarrolla en el contexto de una festividad callejera, se presenta cada año con una propuesta diferente, permitiendo quienes les visitan se sumerjan y aprendan *samba de roda* con las mujeres que son referentes en esta expresión artística. Asimismo, los itinerarios en Cachoeira pueden adaptarse a la demanda del visitante en cualquier época del año. De este modo, quien Bahía y desea conocer el Recôncavo puede realizar un recorrido en colaboración con guías locales y almorzar en un restaurante de la región o en la casa de algún residente.

- **Ruta Cultural del Suburbio:** comprende las actividades programadas que se desarrollan a lo largo del año por la comunidad local y por el *Quial Tubarão*. La primera de estas actividades es la *Festa das Caretas de Tubarão*, que tiene lugar en vísperas del carnaval y es un evento que preserva la tradición de las caretas y de los cortejos carnavalescos del Suburbio de Salvador. La segunda es el *Encontro de Samba de Roda de Tubarão*, celebrado en julio, que promueve la interacción entre grupos de samba de roda de Tubarão, del Recôncavo y de la Isla de Itaparica, con el objetivo de propiciar un intercambio de expresiones, saberes y, sobre todo, samba. La tercera actividad es el *Caruru do Quial*, que se lleva a cabo en septiembre. Está organizado por las matriarcas de Tubarão, tiene como propósito salvaguardar la tradición del *caruru* como un momento de encuentro comunitario para celebrar la comida, la espiritualidad y la fe. Se trata de un espacio de confluencia de las religiosidades de los pueblos afroindígenas brasileños, que ofrece al visitante una experiencia inmersiva en la historia y la cultura de la comunidad. Finalmente, en diciembre se realiza el encuentro *Capoeira no Quial*. Este grupo desarrolla actividades con niños, niñas y jóvenes de la comunidad a lo largo de todo el año de manera multidisciplinaria y transversal, integrándose en todos los eventos mencionados anteriormente. De este modo, el



Ruta Ancestral Praia de Tubarão. Imagen de Quial Tubarão

encuentro *Capoeira no Quial* representa la culminación de un proceso pedagógico multidisciplinario orientado a la educación patrimonial y al fortalecimiento de las juventudes del territorio, además de constituir otra experiencia inmersiva en la que el visitante puede participar activamente. Asimismo, la Ruta Cultural del Suburbio ofrece experiencias personalizadas de acuerdo con la fecha y el interés del visitante por lugares históricos de la región, como el *Quilombo do Urubu*, centros culturales, eventos y playas locales.

Estos recorridos abarcan zonas que van más allá del Subúrbio Ferroviário, evidenciando cómo la relación de los moradores con el territorio se da de una forma ampliada en función de la historia y la geografía del lugar. Además, estas experiencias abordan una perspectiva histórica de los pueblos que habitaron y que aún están presentes este lugar, así como las transformaciones ocurridas en su trayectoria. “En nuestros itinerarios compartimos la experiencia de ser suburbana y de ser una aldea Tupinambá – cuenta *Natureza*. Compartimos la experiencia de quienes viven y articulan aquí. En nuestros recorridos mostramos y pensamos en cómo era antes y cómo está hoy, traemos la presencia de los pueblos indígenas y africanos en este territorio, la intervención de la industria y lo que ha ocasionado, y compartimos la historia de la comunidad”. Se destaca, además, el papel del **Quial** como un espacio de arte-educación y de desarrollo de actividades culturales, formativas y sociales, lo que ha consolidado su posición como una referencia local en la producción cultural desde la perspectiva de las culturas populares afrobrasileñas e indígenas.

Estos itinerarios contribuyen a cambiar la percepción sobre la localidad en relación con los estigmas que le han sido atribuidos. Marco Antônio, conocido como Neto, un joven de 22 años residente de Tubarão, participa en el colectivo desde sus inicios con el grupo A Corda, ahora Samba de Roda de Tubarão. Además de desempeñar el papel de consejero del QUIAL y músico en el grupo de Samba de Roda, actúa como guía local en



Marisqueras de Tubarão. Imagen de Quial Tubarão

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

los itinerarios de turismo cultural. Para él, estas actividades “están mostrando que el Subúrbio no es solo un lugar de violencia. Puedes venir aquí a disfrutar, comer mariscos, tomar una cerveza, un helado, porque mostramos algo diferente a lo que la televisión transmite diariamente”. Y esto se refleja en el día a día de la comunidad, ya que, según él, “el turismo comunitario contribuye a cambiar la imagen de la localidad”.

Los itinerarios ofrecidos tienen un costo que varía entre los 100 y 250 reales por persona (entre 15 y 40 euros aproximadamente). El grupo atiende entre cinco y veinte personas, aunque en algunos casos han llegado a recibir más de treinta personas en un solo recorrido. A lo largo del año se realizan un promedio de diez itinerarios, con una participación total de entre cien y ciento veinte personas, con una mayor demanda durante los meses de verano.

Se valoran otros oficios dentro de la cadena productiva, como el trabajo de diseño, guía y producción,

La valorización de los oficios y del territorio es uno de los principales beneficios obtenidos con la realización de los itinerarios. Esto incluye el reconocimiento de las marisqueiras y del propio marisco, un producto que tiene un bajo valor de mercado, así como el de las cocineras, mujeres que trabajan con la cocina tradicional de la comunidad en Tubarão. Además, se valoran otros oficios dentro de la cadena productiva, como el trabajo de diseño, guía y producción. “Nosotros somos ese lugar de realización. De quienes cuidan lo que existe, lo que estaba a punto de perderse, porque la mayoría de los proyectos y grupos de los que te hablé tienen que ver con manifestaciones que ya existían aquí. No inventamos nada, pero estaban adormecidas”, sostiene Natureza.

El público que participa en las actividades de turismo comunitario está compuesto, en su mayoría, por personas de origen brasileño, aunque también hay visitantes del extranjero, pero en menor medida. Se estima que aproximadamente la mitad de los participantes



Ilhota. Imagen de Quial Tubarão

4. RESULTADOS

4.4 QUIAL TUBARÃO (SALVADOR)

son personas de Salvador y de Bahía, mientras que la otra parte proviene de fuera del Estado o del país. Muchos de estos visitantes llegan a través de vínculos con escuelas, universidades y las actividades culturales promovidas por el propio QUIAL, como el Samba de Roda, la Festa das Caretas y las producciones audiovisuales, entre otras.

Neto explica que el grupo se está estructurando poco a poco y tiene como meta establecer una frecuencia fija de dos veces al mes para la realización de sus itinerarios, además de contar con un equipo dedicado exclusivamente a las acciones de turismo comunitario. Actualmente, los voluntarios combinan estas actividades con otros proyectos del QUIAL, como es su caso.

La economía generada por el turismo comunitario aún no se traduce en la generación de empleo formal, pero sí en una mayor circulación de recursos, que son distribuidos entre los actores locales que participan en la actividad e, incluso, en algunos casos, también en la propia asociación. “A nosotros nos toca distribuir: el diseñador, el guía, si hay alguien encargado de la cobertura en redes sociales, el helado, el almuerzo. Solo a veces conseguimos destinar un porcentaje para QUIAL”, explica Natureza.

En un contexto de desigualdad, empobrecimiento y violencia en un área periférica, el papel de QUIAL Tubarão es clave para la revalorización de las actividades tradicionales de la zona y para generar una dinamización económica a partir fundamentalmente de un turismo de proximidad.



Ilha de Maré. Imagen de Quial Tubarão

4.
RESULTADOS

4.5.
GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

La favela Santa Marta se encuentra en la colina de Dona Marta, en una ladera empinada del barrio de Botafogo, en Río de Janeiro, dentro de una zona que pertenece al Parque Nacional de Tijuca. Está ubicada en un valle que separa la Enseada de Botafogo y la Lagoa Rodrigo de Freitas, algunas de las zonas más pudientes de la zona sur de la ciudad. Su acceso principal es desde la plaza Corumbá, a través de la Rua São Clemente, que discurre paralela a Voluntários da Pátria, las dos calles principales que atraviesan la favela. En comparación con otras favelas de la ciudad, la población de Santa Marta puede considerarse, en cierto modo, pequeña.

Sus primeras viviendas se construyeron a finales de la década de 1920, como resultado de las obras de ampliación del Colégio Santo Inácio. Inicialmente eran casas de madera. Fueron hechas por la población trabajadora, jornaleros que habían abandonado el campo en busca de oportunidades de trabajo, que se instaló ahí con el permiso de la dirección de la escuela, propietaria del terreno en aquella época. En la cima de la favela se ubicó una iglesia, comprometida con las necesidades de sus primeros pobladores. Los nuevos residentes llegaron de otras comunidades debido a las políticas de expulsión implementadas por el entonces gobernador del Estado de Guanabara, Carlos Lacerda, en la década de 1960. Acompañando el intenso crecimiento inmobiliario de la zona sur de la ciudad, la población de Santa Marta experimentó un gran aumento en las décadas siguientes (Ferreira-Barbosa, 2015).

Ante la falta de presencia del Estado, así como de infraestructuras y servicios públicos, la población de la favela durante décadas ha tenido que organizarse para mejorar sus condiciones de vida. La figura del “**mutirão**”, algo así como un sistema de ayuda mutua en el que una serie de personas se reúnen para realizar una acción, como limpiar,



Río desde la favela de Santa Marta. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

plantar, construir, etc., sin remuneración, ha sido clave tanto para la construcción de viviendas como para mejorar las condiciones de vida básicas en la favela: hacer tareas de limpieza, introducir servicios de agua o electricidad o acondicionar las calles para facilitar la accesibilidad. Gracias al “mutirão” se construyó también la **Asociación de Moradores**, una institución de gobernanza comunitaria clave en la vida de la favela. Esta organización tiene la capacidad tanto de representar a la comunidad en sus demandas prioritarias al Estado o de autorregular aspectos centrales de la vida en común dentro de la favela. Pero, a su vez, está sujeta también a las presiones de otros actores, como los grupos narcotraficantes, que durante años han mantenido un fuerte control territorial sobre la favela.

De hecho, en la historia reciente, algunos episodios vinculados a esta presencia criminal hicieron que la favela de Santa Marta ganara protagonismo en los medios de comunicación. Uno de los más reconocidos fue el conflicto conocido como «**batalla del Morro Dona Marta**», en la década de 1980, y que estuvo originado por el enfrentamiento armado entre grupos criminales rivales. Estos hechos tuvieron una gran cobertura mediática, ocupando las portadas de los principales periódicos impresos del país, así como de medios de comunicación internacionales.

Situaciones como esta, muestran como el narcotráfico en las favelas de Río no es un fenómeno reciente. En realidad, desde la década de 1970 la presencia de distintos grupos armados ha sido constante y ha influido fuertemente en la vida cotidiana, el comercio, las normas de convivencia e incluso la geografía local. Para la población residente en la favela, su presencia se ha vuelto algo cotidiano y, de algún modo, es visto como una representación similar a la del Estado, aunque con formas más complejas de ejercicio del poder y fuera de las estructuras legales. Esto resalta la complejidad de este escenario, de modo que, como dice **Sheila Sousa**, una de las guías locales entrevistadas, “tenemos un poder oficial y otro paralelo y, a veces, lo



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

que no se puede conseguir del Estado, sólo se logra a través del poder paralelo”. Esta situación ha hecho que ser miembro de la directiva de la Asamblea de Moradores se convirtiera en algo arriesgado. “Tuvimos años muy difíciles –asegura Sheila–, con presidentes de la Asamblea asesinados. Es difícil ser presidente de la asociación, porque están recibiendo presiones de todos lados, y especialmente del narcotráfico. Por eso muchas personas no quieren esa responsabilidad, porque sabes que puedes pagar con tu vida por tratar de administrar la favela”.

Despegue del turismo

Como otras favelas emblemáticas de Río, en los últimos años, Santa Marta se ha convertido en un destino turístico reconocido. Aunque no hay un acuerdo claro sobre qué empresa empezó a comercializarlas turísticamente, existe cierto consenso de que su inicio se produjo durante la **Cumbre de la Tierra de 1992** en Río, la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente, cuando este tipo de áreas atrajo el interés de algunas personas que asistieron a ese evento (de Souza, 2016). Sin embargo, al estar ubicada en una parte de la ciudad menos turística que Copacabana o Ipanema, su proceso de transformación ha sido menos intenso que en otras favelas.

En cualquier caso, la penetración del turismo en Santa Marta se vio favorecida por algunos hechos que le confirieron cierta notoriedad, como, por ejemplo, la grabación de un vídeo musical de la canción *They don't care about us* del cantante estadounidense **Michael Jackson**, dirigido por el cineasta **Spike Lee** en 1996. Esto generó una



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

gran movilización dentro de la favela, así como en los medios de comunicación a nivel mundial (Dias Mano et al., 2017). Pero, además, en el caso de Santa Marta, por su geografía y localización, tienen el “morro”, que es uno de los mayores miradores de la ciudad y de ahí su potencialidad como un lugar con vistas privilegiadas desde donde observar y fotografiar la ciudad (Angelini, 2019).

Desde 2010, el turismo ha servido como justificación para poner en marcha proyectos de seguridad, mejora de infraestructura y desarrollo de capacidades en muchas de las favelas de Rio (Angelini, 2019; Fagerlande, 2020). Entre 2007 y 2016 la ciudad fue sede de diversos megaeventos deportivos: Juegos Panamericanos (2007), Juegos Mundiales Militares (2011), Copa del Mundo de Fútbol (2014) y Juegos Olímpicos de Verano (2016). Esto hizo que iniciara un proceso transformación para facilitar su realización y, al mismo tiempo, potenciar las visitas turísticas. Uno de sus elementos centrales fue **la pacificación del Morro Dona Marta** entre 2008 y 2016. Su objetivo era recuperar el control territorial en áreas dominadas por el narcotráfico y mejorar las condiciones de seguridad (Dias Mano et al., 2017). El proyecto incluyó la instalación de la primera **Unidad de Policía Pacificadora (UPP)** de Río de Janeiro en Santa Marta en diciembre de 2008. La intervención se extendió progresivamente a otras favelas de la ciudad durante los años siguientes. Esto supuso una presencia permanente de policías armados que asumieron el control del orden público y del espacio y, sobre todo, redujeron la visibilidad de la violencia armada, lo cual facilitó la entrada de programas públicos y privados de carácter económico, social y cultural (Freire-Medeiros et al., 2013; Vieira da Cunha y Sisternas Tussell, 2018).

En sus primeros años, las UPPs lograron disminuir significativamente los índices de violencia en las áreas donde se instalaron, proporcionando un entorno más seguro tanto para los residentes como para los visitantes. En consecuencia, mejoró temporalmente la percepción de seguridad en las favelas, permitiendo el desarrollo del turismo y la



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

instalación de distintos tipos de emprendimientos (Fagerlande, 2020). Aunque, al mismo tiempo, generó nuevas dinámicas de control sobre la población (Vieira da Cunha y Sisternas Tussell, 2018).

A su vez, se construyó un funicular, conocido como el **plano inclinado de Santa Marta**, inaugurado en 2008. Este facilitó la accesibilidad y movilidad dentro de la favela, conectando distintas áreas y atrayendo numerosos visitantes, lo que lo convirtió en un elemento clave para el turismo, además de ser un reclamo en sí mismo (Fagerlande, 2020). También se pavimentaron calles dentro de la favela, se construyeron algunos espacios públicos como miradores y plazas y se mejoró la señalización y, con obra civil, el acceso en algunos puntos clave. Estas inversiones mejoraron la conectividad y la calidad de vida de la población residente, pero sirvieron también para mejorar el acceso de visitantes externos y posicionar turísticamente la zona, con todo lo que ello supondría. De forma paralela, se regularizaron algunos servicios informales, como la electricidad y la televisión por cable, que estaban controlados por narcotraficantes y milicias. A mediados de 2009, también se formalizó el suministro de agua y algunas obras de urbanización del Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC), que ya se estaban llevando a cabo antes de la instalación de la UPP, se sumaron al proceso de reforma urbana en curso en la favela (Fagerlande, 2020).

Por otra parte, en 2010 se puso en marcha el proyecto **Rio Top Tour** con la promesa de generar inclusión social a través del turismo (Freire-Medeiros et al., 2013). La iniciativa fue el resultado de la colaboración entre el Ministerio de Turismo y el gobierno del Estado de Río de Janeiro. Según el entonces ministro de Turismo, Luiz Barretto, durante el primer gobierno del presidente Luiz Inácio Lula da Silva, [esta iniciativa buscaba la integración económica y social a través del turismo](#). Su pretensión era promover el desarrollo del turismo local gestionado directamente por la comunidad, que debía adquirir mayor protagonismo. Entre las acciones llevadas a cabo, se instalaron



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

señalizaciones y se destacaron puntos de interés en la favela, elevando estos lugares al estatus de “atracciones turísticas”. Así, por ejemplo, se instaló un mosaico del artista brasileño Romero Britto y una estatua de bronce Michael Jackson de tamaño original, realizada por el dibujante Ique, ubicada en el mismo lugar donde se grabaron las escenas del videoclip en 1996. También se realizó una campaña publicitaria para dar a conocer treinta puntos de interés turístico. Igualmente, se ofrecieron talleres y cursos a los habitantes para formarlos como guías turísticos. En este marco, cincuenta personas residentes en la favela fueron capacitadas para guiar a los turistas en la favela de Santa Marta. Además, se hicieron formaciones específicas en artesanías y otros productos que pudieran ser comercializados como recuerdos. Por otra parte, se establecieron alianzas con instituciones como el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) y otras entidades de fomento para apoyar el desarrollo de la economía solidaria en la favela. También se fomentó el comercio local con la facilitación de líneas de crédito destinadas a pequeños empresarios, permitiéndoles desarrollar negocios que beneficiaran directamente a la comunidad (Ferreira Barbosa, 2015; Rodrigues, 2018).

Saete Martins, guía turística en Santa Marta y una de los participantes en el curso de monitores locales, cuenta que, tras esta formación inicial, Rio Top Tour envió a los que estaban interesados en continuar su formación a la escuela Antônio Prado Júnior para realizar cursos de guía regional, nacional y sudamericano. “Los que no continuaron su formación como guías y técnicos de turismo obtuvieron una licencia para actuar como monitores locales sólo dentro de la favela”, concluye. La regulación turística brasileña permite diferenciar una acreditación como guías turísticos y monitores locales, que solamente puede llevar visitantes en lugares donde residen. De este modo, el proyecto fomentó que las actividades turísticas fueran organizadas y conducidas por los propios habitantes de Santa Marta, eliminando la dependencia de operadores externos (Dias Mano et al., 2017).

Todas estas iniciativas, sumadas al reciente clima de «seguridad» en la favela, ampliamente difundidos por los medios de comunicación internacionales, hicieron que celebridades del mundo artístico, como el actor Hugh Jackman o las cantantes Beyoncé, Madonna y Alicia Keys, visitaran la favela, lo que acentuó aún más su proyección internacional. El perfil de los visitantes, según un estudio de Freire-Medeiros et al. en 2013, era su mayoría extranjero, casi la mitad europeos, seguidos de quienes procedían de América del Norte, de clase medi-alta, con estudios superiores en más de un 60%, y con una edad promedio de 40 años.

Sin embargo, después de estos eventos, **la crisis financiera del Estado de Río de Janeiro en 2016 y la consecuente falta de recursos para mantener las UPPs condujeron a un progresivo desmantelamiento de la política de pacificación.** El proceso culminó en 2018 con la retirada total de las unidades policiales. Esto provocó un aumento en la sensación de inseguridad y el retorno visible del crimen organizado en muchas favelas y, en particular, en la de Santa Marta. En consecuencia, el turismo se vio afectado por estos cambios, reduciendo la cantidad de visitantes y ocasionando el cierre de muchos emprendimientos turísticos.

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

Por otra parte, a pesar de sus contribuciones, **el proyecto Rio Top Tour también ha sido objeto de críticas debido a varios factores que limitaron su éxito a largo plazo.** Uno de los principales problemas fue la disminución del apoyo gubernamental una vez finalizadas las etapas iniciales, lo que privó a los residentes de los recursos necesarios para sostener las actividades turísticas y fortalecer el proyecto. Además, la favela contaba con una infraestructura deficiente, ya que, aunque se realizaron algunas mejoras, estas no fueron suficientes para garantizar un flujo constante de visitantes y permitir la expansión del turismo. Otro desafío fue la excesiva dependencia del Estado, pues la iniciativa no logró establecer una base autosuficiente dentro de la comunidad, recurriendo en gran medida al respaldo estatal y a alianzas institucionales. Finalmente, aunque el proyecto intentó fomentar una imagen positiva de la favela, se observó que algunos turistas seguían reproduciendo estereotipos sobre la pobreza y la violencia, lo que incidió en la percepción externa de la comunidad (Rodrigues, 2018). A su vez, guías locales como Sheila Sousa consideran que el problema era más de fondo, de cómo desde el Estado se veía a la comunidad y cómo llegaron a la favela: “no funcionó muy bien porque el Gobierno tenía una manera de pensar y ver espacios como las favelas con muchos prejuicios. Vino con el proyecto y quería resolverlo pronto y no quería perder mucho tiempo con procesos de construcción social. Querían un proceso muy rápido, querían un producto turístico ya, y yo quería discutir cómo iba a afectar el incremento del turismo. Y eso me molestaba, porque yo creía que teníamos que tener una discusión mucho más profunda que solo cómo crear atractivos turísticos”.

La falta de una política de seguridad efectiva tras la salida de las UPPs y el deterioro de la infraestructura dejó a las comunidades en un estado de vulnerabilidad y dificultó la continuidad de proyectos turísticos. Su retirada evidenció la fragilidad del modelo, dependiente del financiamiento estatal y de una integración limitada de las comunidades en la gestión de estas políticas. Según **Teresa Mendonça, investigadora y docente de la Universidad Federal de Rio de Janeiro, la seguridad se ha convertido en**



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

un factor crítico para la consolidación del turismo en las favelas de Rio: “El Estado no garantiza la seguridad. Entonces, empiezan a operar, pero tienen que parar. No hay seguridad para que puedan seguir trabajando con turismo. En consecuencia, las visitas a las favelas han disminuido mucho”.

A pesar de estos retrocesos, algunas iniciativas comunitarias lograron mantenerse, demostrando la resiliencia de los habitantes y su capacidad para generar ingresos mediante el turismo, incluso en condiciones adversas. Esta virtud ha sido explicada por su enraizamiento comunitario; por desarrollar una economía basada en redes locales, con diversificación de actividades; tener mayor flexibilidad operativa; adaptarse mejor al deterioro de infraestructuras. En cambio, los emprendimientos externos, más dependientes de condiciones favorables de seguridad, mantenimiento de infraestructuras públicas y de la continuidad en los flujos turísticos tuvieron más dificultades para adaptarse al contexto de crisis (Fagerlande, 2020).

Algunas iniciativas comunitarias lograron mantenerse, demostrando la resiliencia de los habitantes y su capacidad para generar ingresos mediante el turismo, incluso en condiciones adversas.

A pesar de los beneficios que ha comportado el desarrollo turístico de Santa Marta, también se han identificado problemas que se han acentuado con él, como el aumento del valor inmobiliario en las zonas circundantes, atrayendo el interés de actores internacionales y personalidades públicas, el incremento de la especulación inmobiliaria o el alza del costo de vida (Dias Mano et al., 2017). Esto provocó un proceso incipiente de gentrificación y desplazamiento de residentes de menos recursos, en una dinámica descrita en diversas favelas de la ciudad (Miranda, 2015; Vieira da Cunha y Sisternas Tussell, 2018).

Santa Marta se convirtió en un símbolo de esta estrategia, destacando el vínculo entre seguridad pública, urbanización y mercantilización del espacio urbano (Ferreira Barbosa, 2015). Aunque las dinámicas comunitarias trataban de corregir la desigualdad y los impactos negativos del desarrollo turístico en la favela, también han formado parte de este proceso.

Guiado turístico

El desarrollo turístico en las favelas de Rio, y en particular en Santa Marta, ha estado concentrado fundamentalmente en las visitas, más que en el alojamiento, que ha tenido menos presencia que en otras favelas (Fagerlande, 2020). El guiado ha adquirido un rol fundamental para el funcionamiento del turismo en este tipo de espacios, por su capacidad para mostrar la favela y ofrecer una experiencia que los visitantes por su cuenta no pueden tener (Dias Mano et al., 2017). A partir del Programa Rio Top Tour y las formaciones recibidas, los guías locales facilitaron la posibilidad de conocer la favela con recorridos basados en sus propias narrativas en los que se resaltaban explicaciones históricas y culturales, tratando así de salir de las vinculaciones con la pobreza y la violencia (Ferreira Barbosa, 2015). Las personas que hacen de guías son reconocidas como mediadores culturales, que ayudan a su interpretación y representación (Angelini, 2019).

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

En el caso de Santa Marta coexisten diversas formas de organizar el guiado. Por una parte, están los guías vinculados a empresas externas que puntualmente pueden entrar en la favela para hacer algún recorrido, aunque su presencia se ha reducido drásticamente en los últimos años. Por otra parte, además, **en Santa Marta hay tres tipos de guías locales**, residentes en ella: guías acreditados miembros de la Asociación de Guías de Santa Marta reconocidos; guías acreditados independientes no asociados; y, finalmente, guías informales, que trabajan de forma irregular sin comprometerse con ninguna estructura colectiva.

Entre estos distintos grupos de guías, pero también dentro de ellos, han surgido diversas tensiones. Por ejemplo, entre guías externos y locales de la favela que ponen en cuestión quién tiene la legitimidad necesaria para representar este tipo de espacio y beneficiarse del turismo (Angelini, 2019).

El primer gran conflicto que enfrentaron fue el malestar que provocaban los tours organizados por la empresa **Jeep Tour**, el principal operador turístico en las favelas de Río, sobre todo en Rocinha y en Vidigal, donde hay calles que permiten el desplazamiento interno con grandes vehículos. Estos se caracterizaban por la presencia de grandes grupos, de cincuenta a cien personas, acompañados por guías externos a la favela. Además, durante los recorridos era habitual que se perdieran turistas por la favela o que tomaran fotos de los niños y niñas y, en general, de la población residente, sin su permiso, lo cual vulneraba su intimidad y privacidad de la población, generando un fuerte malestar. “Jeep Tour venía dos o tres veces al día, con muchos turistas, que no respetaban el espacio, y ellos ganaban mucho dinero, pero a nosotros nos decían que no estábamos cualificados. Pero, para mí, lo peor es que decían cosas que no tenían



Santa Marta y Salete Martins (Río). Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

El «turismo de safari»
trataba a la favela como
un producto, como algo
exótico, un lugar de peligro.

que ver nada con nuestra historia, nuestra cultura, y ponían un énfasis muy fuerte en la pobreza. Entonces se creó una cosa muy romantizada de la favela y a la vez muy fea, mostrándola como un espacio de vulnerabilidad extrema y de cosas muy negativas”, se queja Sheila al recordar esa dinámica.

Este «turismo de safari», como fue catalogado en ese momento, ya estaba presente en otras favelas, sobre todo en Rocinha, primera ubicación de Jeep Tour. En estas visitas, que también realizaban otras agencias, trataban a la favela como un producto, como algo exótico, un lugar de peligro, que recordaba los safaris en África en los que los turistas visitan animales salvajes (Machado, 2007). Por otra parte, este tipo de visitas dejaban escasos ingresos a la población, porque su consumo en el lugar era muy limitado (Ferreira Barbosa, 2015). “Lo que pasó es que los que más dinero ganaron con el turismo en Santa Marta fueron las personas de fuera”, asegura Sheila.

Todo esto hizo que los guías locales de Santa Marta acusaran a *Jeep Tour* de tergiversar la historia de la favela y estigmatizar a sus habitantes, además de dejar escasos recursos en la zona. A partir de ahí, lograron negociar con ella y otras agencias y acordaron que si querían entrar en la favela tenía que contratar a guías locales y aceptar las normas dictadas por la Asamblea de Moradores, asumidas también por el Colectivo. Desde entonces, salvo alguna excepción puntual, las empresas externas que quieren trabajar en Santa Marta tienen que coordinarse con el Colectivo de Guías. Sin embargo, tras el fin del proceso de planificación, los tours por parte de agencias externas han disminuido significativamente.

Pero también ha habido conflictos entre guías acreditados y no acreditados por la forma en la que trabajan y qué potencian en sus visitas, como encuentros con personas vinculadas al narco o incluso facilitarles la compra de droga. En este caso, aunque sean personas que viven en la comunidad, no les hemos considerado dentro de nuestro análisis sobre el turismo comunitario, debido a su falta de integración en estructuras de gobernanza colectiva y acatamiento de sus normas.

Colectivo de Guías de Santa Marta

El **Colectivo de Guías de Santa Marta** se creó en 2016 a partir de la intervención del programa **Rio Top Tour**. Fue constituido con el objetivo de organizar la oferta local, tener más fuerza de negociación con otros actores y promover unas dinámicas turísticas que favorecieran a la población residente en la favela, además de comprometerse con unos discursos más ajustados a la realidad y respetuosos con su población. Empezaron a trabajar en la favela de forma coordinada con la Asamblea de Moradores, que autorizaron su actividad bajo ciertas condiciones, como la limitación de grupos, el pago de una cierta cantidad por turista destinado al funcionamiento ordinario de la Asamblea o el cumplimiento de ciertas normas de comportamiento, como no tomar fotografías a la población local. “Le pedimos permiso a nuestro presidente, respetando a todas las partes”, asegura **Salete Martins**, una de las guías integrante del Colectivo.

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

A pesar de estos espacios de articulación y colaboración, las relaciones entre guías reflejan la constante negociación entre intereses comunitarios y dinámicas competitivas, influenciadas por la intervención estatal y el turismo como herramienta de inclusión social.

Aunque cada guía tiene su propia empresa y actúa de forma independiente, el grupo se organiza para cobrar a los visitantes la misma cantidad, 90 reales (unos 15 euros) por persona por un recorrido de dos horas. El punto de encuentro entre los turistas y el guía es la Praça Corumbá, en la entrada de la favela. En este punto, el guía y el grupo tienen una charla en la que se aclaran algunas informaciones, como no hacer fotos de personas, sólo de casas o atracciones turísticas.

Inicialmente se unieron doce guías que vivían en la favela, acreditados por el Ministerio de Turismo, y que habían participado en la formación ofrecida por el proyecto *Rio Top Tour*. “En sus primeros años, –explica Salete Martins– el grupo celebraba reuniones de forma regular y tenía un calendario de actividades. Pero después de la pandemia del COVID-19, esas reuniones dejaron de ser tan frecuentes y dos miembros del grupo se dedicaron a otras profesiones, de modo que hoy el grupo está formado solamente por diez guías. El grupo no tiene una constitución legal, pero como colectivo se reúnen en el mismo espacio, que es el stand de información turística”.

Una motivación de los visitantes es “tener la experiencia de entrar en una favela, ver cómo vivimos, cómo es nuestra historia, cómo es vivir en una favela”.

La mayoría de visitantes de Santa Marta quieren ver el espacio de Michael Jackson y el lugar donde varios artistas famosos han visitado. Aun así, según Salete, otra motivación de los visitantes es “tener la experiencia de entrar en una favela, ver cómo vivimos, cómo es nuestra historia, muchos también vienen por eso, cierto, cómo es vivir en una favela”. Para Salete **el turismo de Santa Marta está orientado fundamentalmente a un público extranjero**. Tras el



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

retorno de las actividades turísticas después de la pandemia, el colectivo ha recibido a mucha gente de Francia, España y países de la región. Según ella, los turistas nacionales y locales apenas “quieren subir a ver una favela, a conocer nuestra historia, y piensan que aquí sólo hay drogas, miseria”. Teresa Mendonça refuerza el análisis de la constatación de esta diferencia en la nacionalidad de quienes hacen turismo en las favelas de Rio: “el perfil del visitante de la favela es estrictamente extranjero, con educación superior y alto poder adquisitivo. Quienes visitan la favela son personas que ya han recorrido el mundo y quieren ver una realidad social diferente. Si observas el número de brasileños y cariocas que las visitan, es muy bajo. ¿Por qué? Porque la pobreza y la favela forman parte de su realidad, entonces nadie quiere ver la favela. Prefieren ir a la playa o a cualquier otro lugar”.

Para Salette, el propósito de estas actividades es que se desarrolle de forma que no sólo gane el guía, sino la favela en su conjunto. Por eso, durante los recorridos, llevan a los turistas a tiendas de recuerdos, ofrecen artesanía local y visitan bares. Según ella, “esta dinámica permite que el dinero que traen los turistas circule más en la comunidad”.

Guías independientes: **Brazilidade**

Sin embargo, no todos los guías locales acreditados decidieron sumarse a la iniciativa del Colectivo. Por ejemplo, **Sheila Souza**, licenciada en Turismo y MBA en Turismo y Negocios, participante en el programa de formación inicial de monitores turísticos de Rio Top Tour, y que en 2010 había creado el proyecto **Brazilidade**, decidió seguir trabajando de forma independiente. Su enfoque estaba más centrado en el uso de



Santa Marta y Sheila Souza (Rio). Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

itinerarios con una voluntad educativa, sobre todo para población estudiantil. “Yo hago una intervención completamente educacional, antirracista, ese es mi abordaje. Entonces, es muy diferente de lo que hacen ellos, que trabajan con turistas, mientras que yo trabajo con instituciones de educación”. Pero, además, se le sumaron otros factores, como una lectura crítica de la dinámica turística y la necesidad de profundizar en una perspectiva más amplia, no meramente comercial.

Su propuesta incluye recorridos por la favela con un fuerte contenido educativo en un sentido feminista y antirracista. A través de esta actividad se promueve la valorización de la historia, la cultura, la identidad y todo lo que se hace en la favela. “Brazilidade es una empresa de impacto social. Queremos provocar una discusión antirracista y de valorización de la historia de la cultura y de la identidad”, asegura Sheila.

Brazilidade ofrece cuatro tipos de actividades:

- **La Experiencia Guiada**, que, al igual que el colectivo de guías, tiene una duración de dos horas y puede realizarse a pie por la favela o utilizando el funicular.
- **La Charla Favela Santa Marta**, que dura una hora y está dirigida a estudiantes, profesores e investigadores. Entre los temas tratados están los procesos de urbanización de la favela, su pacificación y el impacto que el turismo tiene en la localidad.
- **Educatur**, un servicio ofrecido a estudiantes, profesores e investigadores, con el objetivo de proporcionar una experiencia más allá del turismo. Toma la forma de una conferencia o experiencia guiada donde las materias se dividen por temas: turismo, sociología - antropología, geografía, arquitectura - ingeniería y trabajo social.
- **Desfile con la escuela de samba de la comunidad: Mocidade Unida do Santa Marta**. Esta propuesta permite participar en un desfile de una escuela de samba junto con miembros de la comunidad. Los miembros de la comunidad organizan desfiles de escuelas de samba durante todo el año para actuar durante el carnaval. La escuela está dividida en secciones, llamadas alas, donde cada participante tiene un rol específico según una trama. El desempeño de las escuelas de samba es evaluado por un panel de jueces que los califican y definen la escuela ganadora del concurso.

Además de su compromiso social con la comunidad, Brazilidade dona parte de los ingresos de las visitas que organiza a la asociación de residentes y al grupo ECO, una organización educativa y cultural sin ánimo de lucro que promueve y apoya la favela de Santa Marta desde 1976.

Para entrar en contacto con Brazilidade, los turistas pueden comunicarse por correo electrónico, teléfono o usar las redes sociales. En el caso de Brazilidade, el porcentaje

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

de residentes extranjeros se reduce a aproximadamente a un 40% y el resto son turistas nacionales. Esta demanda procede sobre todo del ámbito universitario. “En realidad, son los profesores, –explica Sheila–, porque no es la universidad la que me contrata. Son los profesores”. También aclara que, aunque sea experta en turismo, el público que acude a ella no busca un enfoque turístico, sino una discusión crítica sobre el espacio de la favela. Y también para que los que estudian turismo también tengan alguna responsabilidad en la educación de sus visitantes en los espacios que visitan.

Desde esta perspectiva, el turismo que se organiza desde Brazilidade se convierte en una forma de **pedagogía social**, en palabras de Sheila Souza. Estar en la favela hace que los visitantes salgan de su zona de confort y esto permite abordar un proceso educativo que, según Sheila, se articula sobre cuatro grandes ejes: “1) humanizar, es decir, establecer un vínculo con las personas; 2) hablar y ayudar a entender los problemas sociales; 3) valorizar lo que existe, lo que hace la gente; y 4) dar normas de comportamiento de cómo interactuar con esa realidad que es distinta a la suya”.

Desde la perspectiva de Sheila, la práctica del turismo en la favela permite humanizar, es decir, establecer un vínculo con las personas; hablar con ellas y ayudarlas a comprender los problemas sociales; valorar lo que existe y lo que las personas hacen; y establecer normas de comportamiento, de cómo interactuar con esta realidad, que es diferente. El turismo también puede verse como pedagogía social y como herramienta para desarrollar intervenciones para preservar la historia. “La idea es trabajar con los legados. ¿Qué estás dejando atrás? No se trata sólo de impactar a los de fuera. Hay que permitir que los legados se creen internamente”, concluye Sheila. El propósito de fondo es ver cómo a través de estos itinerarios hay una revalorización de las potencialidades de las favelas como espacios de desarrollo social. “Podemos mirar a la favela como una potencia para desarrollar muchas cosas, cultura, historia, identidad, podemos; hay una potencia grande acá”. De este modo, el turismo se convierte en un instrumento didáctico que, por ejemplo, permite mostrar e integrar un territorio segregado y estigmatizado de un modo más vivencial y humanizador.

Lógicas del turismo comunitario urbano en Santa Marta

A diferencia de otros barrios populares, en Santa Marta no hay una asociación que directamente organice la actividad turística. El Colectivo de Guías establece mecanismos de colaboración y regulación entre agentes particulares, y otras iniciativas que prestan servicios similares, como es el caso de Brazilidade, no necesariamente son parte de ella. Sin embargo, todas estas iniciativas se reivindican como comunitarias. Más allá de la simple acepción, ser residentes en la favela, **el compromiso activo con su comunidad hace que puedan ser consideradas como parte del turismo comunitario urbano**. Este compromiso se expresa, por un lado, en la aceptación de la normativa establecida por la Asamblea de Moradores, una estructura de gobernanza del conjunto de la favela, y, además, por contribuir con ella. Por otra parte, esta identificación comunitaria a través del turismo se ha forjado en el conflicto con agentes externos y por medio del interés que su actividad realmente beneficie a su comunidad.

4. RESULTADOS

4.5 GUÍAS DE SANTA MARTA (RIO)

Esto se expresa facilitando que los visitantes consuman en negocios locales (comida, bebida, souvenirs o visitas en algunas casas) a lo largo del recorrido y que las formas de representación de la favela se atengan a lo que sus pobladores desean, con respeto y reconocimiento frente a perspectivas externas que les han estigmatizado. El mismo hecho, de ir a pie, acompañado por alguien local, en pequeños grupos facilita la interacción con la población residente.



Rio desde Santa Marta. Imagen de Ernest Cañada

4.
RESULTADOS

4.6.
MUSEO DE FAVELA (RIO)

Las **favelas de Cantagalo, Pavão y Pavãozinho** están situadas entre los barrios de Ipanema, Copacabana y Lagoa, al sur de la ciudad de Río de Janeiro. Su nacimiento se remonta a principios del siglo XX, pero a pesar de formar parte de un mismo territorio, cada una tiene sus propios orígenes y características, fruto de las distintas trayectorias que tuvieron a lo largo de los años. En el caso de **Cantagalo** se considera que es una de las primeras favelas de Río de Janeiro, y su ocupación se remonta a inicios del siglo XX, cuando llegaron esclavos liberados de Minas Gerais y Espírito Santo (do Nascimento, 2023). Posteriormente, a partir de la década de 1920 se instalaron obreros que trabajaban en la construcción de los barrios de Copacabana e Ipanema que hicieron ahí sus barracas porque no tenían donde alojarse. Progresivamente el área fue llenándose de familias que vivían en casas de madera, sin ninguna infraestructura, como luz eléctrica o suministro de agua potable.

Por su parte, las favelas **Pavão y Pavãozinho** ocupan la parte del cerro que va hacia el barrio de Copacabana. Las dos favelas tienen el mismo origen, que difiere del de Cantagalo, hecho que ha provocado rivalidades entre sus habitantes desde el inicio de la ocupación del macizo. Estas tensiones se intensificaron por la presencia de diferentes facciones de grupos vinculados al narcotráfico en cada una de las favelas. La ocupación comenzó a finales de la década de 1930, pero a partir de los años cincuenta el área empezó a perder población debido a las dificultades para desplazarse por lo escarpado de la colina. En una segunda fase de ocupación, desde finales de la década de 1950, y con una mayor afluencia entre las décadas de 1980 y 1990, llegaron a la colina inmigrantes procedentes del nordeste, que se convirtieron en la



Museo de Favela (Rio). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

mayoría de los residentes actuales de Pavão y Pavãozinho. Estos territorios también han albergado a personas procedentes del desmantelamiento de favelas vecinas, que se produjeron como resultado de diversas políticas de reubicación de principios del siglo XX, como la favela Pinto, que se encontraba a orillas de la Laguna Rodrigo de Freitas (do Nascimento, 2023).

Todo este proceso de urbanización se hizo de forma informal, sin planificación ni servicios. Desde la década de 1960, a medida que se densificaban las favelas, se sucedieron las inundaciones y deslizamientos de tierra, con lo cual se experimentaron sucesivos derrumbes y muchas personas perdieron sus casas. Ante esta situación, en la década de 1980 se comenzaron a urbanizar las tres favelas con distintos proyectos gubernamentales. El retraso en este tipo de intervención se produjo solo después de constatarse la imposibilidad de trasladar a una población tan extensa y, en particular, después de los efectos de las lluvias de 1976. Sin embargo, la situación de riesgo continuó y en la Nochebuena de 1983 un tanque de agua se volcó en Pavãozinho llevándose consigo una gran cantidad de casas y varias personas fallecieron y se perdieron muchas casas (Pinto; Silva; Loureiro, 2012). El agravamiento del problema hizo que finalmente el gobierno federal interviniera y pusiera en marcha un programa para dotar de vivienda a quienes las perdieron e instalar la red de agua, alcantarillado y luz eléctrica.

En 2008, en el marco del **Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC)**, una colaboración entre los gobiernos federal y estatal, se pusieron en marcha una serie de obras de infraestructura y proyectos de desarrollo económico y social en todas las regiones del país. Estas iniciativas de desarrollo económico y social se denominaban «obras sociales del PAC» o «PAC social» y correspondían a entre el 3% y el 10% de los recursos del programa. En Río de Janeiro, el PAC se centró fundamentalmente en las favelas (Moraes, 2011).



Río desde Cantagalo. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

Como en otras favelas de Rio, y tal como se ha descrito para el caso de Santa Marta, entre 2010 y 2016, la presencia turística aumentó significativamente al calor de los megaeventos deportivos que la ciudad acogió en esos años y de las distintas iniciativas públicas que trataron de consolidar una oferta complementaria. En el caso de Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, además de la presencia de las **Unidades de Policía Pacificadora (UPPs), anteriormente explicada, se invirtió en infraestructura que mejorara su accesibilidad y generara nuevos atractivos**. Con la presencia policial, durante un tiempo se redujo el control del narcotráfico sobre el territorio. La construcción de un elevador-mirador facilitó el acceso en las partes más altas de la favela, a la vez que permitía tener vistas panorámicas de la ciudad, que también atrajo a visitantes y terminó convirtiéndose en un elemento que favoreció el impulso del turismo en la zona. Como en Santa Marta, también se pavimentaron algunas calles que mejoraron el tránsito, e igualmente se dotó de señalización a algunos puntos clave por su atractivo turístico (Fagerlande, 2020).

El desarrollo del turismo en Cantagalo-Pavão-Pavãozinho se vio favorecido por la proximidad con barrios más turísticos e icónicos de Rio, como los mencionados Ipanema y Copacabana, y esto atrajo más inversiones y visitantes. De este modo, el turismo creció de un modo significativo, alcanzando su cima en 2016, cuando se contabilizó la mayor cantidad de hospedajes dentro de la comunidad y en sus alrededores. Esto comportó también problemas de incremento de precios y el desplazamiento de algunas personas con menor capacidad económica. Sin embargo, el cierre del elevador-mirador en 2018, a causa de su deterioro, afectó negativamente la continuidad de la actividad turística (Fagerlande, 2020). De igual forma, con el fin de las políticas de pacificación, la presencia del narcotráfico regresó y se hizo de nuevo con el control del territorio. De este modo, la policía volvería a quedar en las afueras, sin llegar a incursionar dentro de la favela. Pero en este contexto, como se ha descrito también en otros casos, las apuestas de carácter comunitario, como es el Museo de Favela en Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, una de las iniciativas creadas en el marco de lo impulsado por el PAC, han mostrado mayor resiliencia y capacidad de adaptación.

Museo de Favela

El Museo de la Favela fue fundado en 2008, pero la comunidad comenzó a planificar el proyecto en 2007. Su existencia es el resultado de la movilización de algunos de los residentes de Pavão-Pavãozinho y Cantagalo en torno a las acciones del PAC. Una

La existencia del Museo de la Favela es el resultado de la movilización de algunos residentes de Pavão-Pavãozinho y Cantagalo.

de las acciones sociales de este programa consistía en ofrecer cursos de formación profesional con el objetivo de que, al finalizar, se pudiera crear una cooperativa para que la comunidad tuviera una forma alternativa de generar ingresos económicos. “Cuando el gobierno viene con un proyecto para la comunidad, ya lo traen listo. No consultan a la comunidad qué se necesita, qué les gustaría... no, ellos ya vienen con la idea de que es una comunidad carente. Y como está entre Copacabana e Ipanema, donde hace falta mano de obra de los restaurantes y hoteles, deciden que hay que hacer cursos de camarera, de cocinero, de costurera,...

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

Y trajeron un paquete así. Entonces, nosotros, como moradores y personas activas, líderes comunitarios, formamos un consejo para trabajar junto con el PAC”, cuenta Antônia Soares, pobladora de la favela y una de las personas que participó en ese proceso inicial. Los liderazgos comunitarios implicados discutieron cuál era el enfoque que deseaban dar a aquella iniciativa, hasta llegar al consenso de que quería crear algún tipo de institución que sirviera de escaparate a la comunidad y a los diversos proyectos culturales que ya existían en ella. “Entonces, empezamos a discutir y dijimos que no queríamos eso, queríamos una institución que mostrara la comunidad”, sigue contando Antônia. Y ahí es cómo surgió la idea de desarrollar algún tipo de actividad relacionada con el turismo en la comunidad.

Para diseñar una propuesta así, que tuviera capacidad de sostenerse cuando terminara la intervención gubernamental, el colectivo contó con el apoyo del profesor **Mário Chagas**, de la Universidad Federal del Estado de Rio de Janeiro (UniRio), quien planteó la posibilidad de llevar a cabo un proceso de formación en turismo en la comunidad. De este modo, la población residente pudo aprender más sobre el enfoque del turismo comunitario. Gracias al curso impartido, que permitió los espacios diálogo y deliberación, el grupo llegó a la conclusión de que el proyecto más adecuado debería tener un formato de **museo comunitario** que sirviera para valorizar el patrimonio local (Spampinato, 2009).

La propuesta que formularon debía permitir mostrar el territorio en su conjunto, ya que, en opinión de las personas residentes que participaron en esta discusión, había muchos lugares en la comunidad que podían ser mostrados, como miradores y puntos con una vista privilegiada de las playas de la Zona Sur que los turistas visitaban. Así



Antônia Soares, Museo de Favela. Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

empezó una intensa labor de búsqueda y diálogo para identificar qué recursos debían formar parte de esta propuesta, hasta que **vieron que, en realidad, toda la favela era el objeto de este museo que querían crear**. “La idea era que el museo fuera la favela. Y como el museo sería esta favela, todo en la favela sería una colección. Podría ser un residente, podrían ser cosas, una carretera, un libro, todo es una colección. Una colección viva”, explica **Antônia Soares**. “El espacio museístico del MUF se extiende más allá de su sede física. Ya que todo el territorio de las favelas de Cantagalo, Pavão y Pavãozinho constituye el propio museo”, aclara Soares, que además de participar en su fundación es su actual presidente.

Así nació el **Museo de la Favela (MUF)**, con el objetivo de recuperar la memoria de la comunidad, a través de sus habitantes, y darla a conocer. “Nos habíamos dado cuenta –recuerda Antônia– que esas personas que tenían ese conocimiento de cómo empezó todo aquí, su historia no estaba registrado en ningún lugar. La gente se estaba muriendo y la historia perdía”. La primera exposición que hicieron se llamó «**Viejos ilustres**», en la que se entrevistó a doce de los residentes más ancianos de la época para que contaran cómo se formó la favela. En reconocimiento a este proceso, el MUF es categorizado como un museo territorial por el Instituto Brasileño de Museos (IBRAM) y es, de hecho, el primer museo territorial de favelas de Brasil.

Sin embargo, su puesta en marcha no estuvo ajena de polémica. “Cuando se creó el Museo, había gente estaba en contra –asegura Antônia–. Muchas madres preferían que fuera una guardería y no un museo, por ejemplo. Otros pensaban que debía ser otro tipo de institución. Y a día de hoy, mucha gente sigue sin entender la idea de vivir y formar parte de la colección de un museo”.

El protagonismo de las mujeres refleja tanto un proceso de empoderamiento como la construcción de una narrativa claramente feminista.

En el momento de su fundación, participaron dieciséis personas. Sin embargo, en la actualidad solamente quedan en activo cinco de esos miembros fundadores, y forman la junta directiva de la asociación. Otras cuatro personas, junto con la misma junta directiva, forman un órgano colegiado que se encarga de sostener las actividades en el día a día. También hay un administrador y un conserje. Esto hace un equipo total de once personas activas, en su mayoría mujeres.

Este protagonismo de las mujeres, que refleja tanto un proceso de empoderamiento como la construcción de una narrativa claramente feminista, en la puesta en marcha y consolidación de la oferta turística comunitaria en Cantagalo, Pavão y Pavãozinho, ha sido destacado como parte de una experiencia compartida con otras favelas de Río (van Rompu, 2019).

Características de la oferta turística

Cuando el museo empezó a funcionar, una de las primeras cosas que decidieron fue que no querían que fuera un programa de turismo de safari, “como ya existía en otras favelas, como Rocinha”, según Antônia. Al contrario, su idea era que los visitantes pudieran sentirse cómodos paseando por el territorio e interactuar con la población

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

local. Otra de sus preocupaciones era evitar que la cultura de violencia en torno al narcotráfico copara el interés de las visitas e interfiriera en sus actividades. Antônia cuenta que, al empezar, la dinámica del narcotráfico era intensa e incluso había tiroteos en las calles. Por eso, antes de organizar las visitas, los líderes de la comunidad trataban de mediar con los líderes del narcotráfico. De este modo, la negociación con distintos tipos de estructuras presentes en el territorio, se ha convertido en parte de su cotidianidad.

Con su propuesta, **el MUF trata de resaltar la historia, creatividad e identidad de las favelas, convirtiendo sus calles en una galería de su riqueza cultural y social**. Su eje central es la transformación de fachadas y espacios públicos en murales que relatan la vida comunitaria (Spampinato, 2009). Así, a través de distintos itinerarios guiados por calles organizadas en “salas” temáticas se destaca la historia, cultura popular, arte urbano e iniciativas sociales y se intenta reconfigurar la narrativa sobre las favelas, mostrándolas como espacios con cultura y potencial, más allá de su estigma de exclusión (Fagerlande, 2020). Actualmente, la principal ruta que se ofrece es el **Circuito Casas Tela**, que recorre las calles de la favela, con viviendas decoradas con graffitis pintados en las paredes de algunas casas situadas en puntos importantes de la comunidad. Las obras cuentan la historia de la favela y su modo de vida. También existe el **Circuito de Baixo**, que recorre toda la longitud de Cantagalo, Pavão y Pavãozinho, atravesando horizontalmente el macizo de Cantagalo. Además, tienen otras dos propuestas: el **Circuito Medio**, formado por esculturas situadas en puntos estratégicos, y el **Circuito Ecotrail o Circuito Superior**, que permite hacer un recorrido por el bosque, que va de Cantagalo a Pavão-Pavãozinho (do Nascimento, 2023).



Favela de Pavão, Rio. Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

Por otra parte, cuando los visitantes lo solicitan, el Museo ofrece atracciones culturales como danza y capoeira como parte de la experiencia. En este caso, el artista cobra alrededor de 200 reales (unos 32 euros) por su actuación. También existe la posibilidad, al final del recorrido, de asistir a círculos de samba o comer feijoadas preparadas por familias de la comunidad.

Para visitar el MUF, el precio es de 100 reales (unos 16 euros) para turistas nacionales y 180 reales (unos 29 euros) para turistas extranjeros. Antônia explica que la diferencia de precio se debe a la necesidad de un traductor para los turistas extranjeros: “De esos 180 reales, 80 ya son para el traductor. Los 100 restantes son en realidad para el mantenimiento del museo, porque, aunque sea un museo del territorio, aquí tenemos un espacio que hay que mantener”. Durante la visita, un guía local presenta los distintos recursos y, si es necesario, va acompañado de un traductor, y, dependiendo del tamaño del grupo, dos o tres personas más prestan apoyo.

Las visitas guiadas independientes permiten que los turistas saquen fotos y hagan publicaciones inapropiadas en las redes sociales, lo que genera repercusiones negativas para la favela.

Algunos habitantes de la favela también realizan visitas guiadas independientes como medio de ganarse la vida. El problema, según Antônia, es que al no estar vinculados ni a la asociación de residentes ni al Museo, acaban actuando sin el cuidado que ella considera necesario. Por ejemplo, permiten que los turistas saquen fotos y hagan publicaciones inapropiadas en las redes sociales, lo que genera repercusiones negativas para la favela. O, en casos más extremos, llevándolos a puntos de venta de droga. En consecuencia, el MUF coordinó con la Asociación de Moradores para que se pusiera control estas actividades. Así, de forma reciente, las personas que hacen de guías llevan un distintivo proporcionado por la asociación y tienen que decir cuándo lo van a hacer y con cuántas personas, de tal forma que se está poniendo orden en las formas de organizar las visitas en este conjunto de favelas.



Río desde Pavãozinho. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

Desde su momento de creación, el MUF buscó y contó con el aval de la Asociación de Moradores de la favela. Esta, en palabras de Antônia, es una estructura central en el funcionamiento del territorio: “Es como si fuera el gobierno. Si necesitas un documento para comprobar que vives en la comunidad, es en la asociación donde lo sacas. Si tienes un problema cerca de tu casa, es en la asociación donde vas a reclamar.

Tiene una directiva, con presidente, vicepresidente, tesorero... Durante la semana hay una secretaria que está allí atendiendo, y todo trámite que tenga que hacerse ante el gobierno se hace a través de la Asociación de Moradores. Inclusive, ellos son los responsables de traer proyectos y mejoras del gobierno para la comunidad”. Por eso, ante esta situación de tensión por las actividades de ciertos guías informales de la misma comunidad, el MUF trató de poner orden a través de la Asociación de Moradores.

Tipología de la demanda turística

El museo se publicita a través de las redes sociales y en su [página Web](#) hay una pestaña «Visite el MUF» que dirige a la dirección de correo electrónico de la institución desde donde se puede hacer la reserva. De este modo, la mayoría de visitas establecen contacto directo, en su mayoría extranjeros. Pero también han establecido una relación estable con la agencia [Encounter Latinamerica](#), que les puede mandar unos dos grupos por mes. Uno de los perfiles más comunes es el de estudiantes universitarios extranjeros. En consecuencia, se han hecho muchos trabajos académicos sobre el museo. “El último congreso de tesis que celebramos en estos 14 años de existencia, creo que fueron 72 tesis, entre maestrías y doctorados. La mayoría de ellas son de



Pavão y Pavãozinho. Imágenes de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

extranjeros”, asegura Antônia. Normalmente, cuando un investigador necesita quedarse un periodo largo de tiempo, se establece una contrapartida, que puede ser en forma de trabajo en el propio Museo, prestando un servicio paralelo a la investigación que se está llevando a cabo, o en forma de bienes o dinero. Dado que el Museo carece de recursos financieros y necesita este trabajo voluntario, ambas formas son bienvenidas.

El Museo también colabora con varias escuelas locales, como la Escuela Marília de Dirceu, situada en Ipanema, y el CIEP, que se encuentra en el mismo edificio que la sede del museo. Estas escuelas organizan el proyecto Jornadas Estudiantis, en el que grupos de niños y niñas y sus docentes visitan la zona y después la sede del Museo, donde se les hace una presentación. También colaboran con la ludoteca. Todas estas actividades son gratuitas. “No les pagamos nada, ni ellos a nosotros. Es sólo el Museo trabajando con la escuela”, aclara Antônia.

Impactos del turismo

El turismo es la principal fuente de ingresos para el mantenimiento del MUF y los proyectos específicos se financian mediante convocatorias públicas. Todos los ingresos generados por las visitas se redistribuyen a las necesidades cotidianas de la institución. También hay una pequeña tienda en la sede donde se venden artesanías producidas por personas de la comunidad. A medida que se vende el producto, el artesano aporta el 15% del valor al MUF. También se venden algunos productos del Museo, como camisetas, el «Livro das Casas Delas», realizado en colaboración con el IBRAM, y tazas. Esto contribuye al mantenimiento de la sede, un espacio que es base de trabajo para reuniones, acogida de personas, planificación y desarrollo de proyectos. Pero, “los fondos que llegan al Museo de la Favela no se destinan a sus empleados, ya que todos los que trabajan aquí son voluntarios y no tienen sueldo”, asegura Antônia.



Copacabana (Rio). Imagen de Teresa Mendonça

4. RESULTADOS

4.6 MUSEO DE FAVELA (RIO)

Pero sostener una institución como el MUF a base de trabajo voluntario tampoco es sencillo y la participación muchas veces es limitada. “Hay que comprender que en una comunidad donde la gente necesita trabajar para sobrevivir, la madre que lleva y trae a su hijo del colegio no tiene tiempo para dedicarse a un servicio gratuito. Los que necesitan ganarse la vida tienen que trabajar y ganar un sueldo para sobrevivir y cuidar de sus familias. Por lo tanto, el trabajo voluntario es difícil de realizar para muchos lugareños, ya que no todos tienen los medios para dedicarse a ello”, se lamenta Antônia.

Con los ingresos que se generan, además del mantenimiento de la institución, el MUF puede desarrollar toda una serie de actividades que benefician a la comunidad, como proyecciones de películas, presentaciones culturales, una biblioteca itinerante, entre otras. Por otra parte, las actividades del MUF impactan en la economía local, ya sea mediante los ingresos derivados del turismo, la medicación para actividades como cocinar para algún evento, la generación de oportunidades para artistas y emprendedores de la zona o a través de iniciativas sociales que cambian las condiciones de vida de la comunidad.

El Museo ha contribuido a cambiar la percepción de las favelas, destacándolas como espacios de creatividad y resistencia en lugar de asociarlas exclusivamente con la pobreza o la violencia.

Todo el trabajo realizado está pensado para promover la inclusión y mostrar que los residentes de la favela no son sólo una comunidad de personas marginadas, que hay cosas buenas que mostrar. “Los residentes queremos ser reconocidos e integrados en la sociedad. Se trata de trabajar en esta cuestión de que, por mucho que queramos decir que no existe, hay que saber que el habitante de la favela está excluido». Así que, como institución, el MUF trabaja para la comunidad de tal forma que se pueda afirmar que “aquí hay personas que



Favela de Pavão, Rio. Imagen de Teresa Mendonça

4.
RESULTADOS

4.6
MUSEO DE FAVELA
(RIO)

trabajan, personas que tienen algo bueno que mostrar. Gente que baila, muchos artistas, personas que saben cocinar, que saben coser... Queríamos mostrar que la comunidad también tiene cosas buenas, no solo lo malo. Esta comunidad existe, esta gente existe. Esta gente necesita ser vista, no son simples objetos en escaparates u objetos que no sirven para nada”, concluye Antônia.

Es sobre estas bases, que la presidenta del MUF defiende su identificación como turismo comunitario: “Nos definimos como turismo comunitario porque es un turismo que se hace en la comunidad, con la comunidad y para la comunidad. Somos nosotros mismos quienes hacemos el turismo. Nosotros hablamos del territorio. Y lo que decimos no es inventado, es la historia real de la comunidad. El turismo que queremos mostrar es el que destaca nuestros atractivos para quienes vienen a visitarnos. Por eso lo consideramos un turismo comunitario, porque lo hacemos nosotros, los propios moradores organizados, que tenemos el conocimiento del lugar”.



Rio desde Pavãozinho. Imagen de Ernest Cañada

4.
RESULTADOS

4.7.
COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

El barrio de **Perus**, donde se encuentra la Comunidade Cultural Quilombaque, está ubicado en la región noroeste de la ciudad de São Paulo. Colinda al norte y al este con el municipio de Caieiras, al sur con el distrito de Jaraguá y al oeste con el distrito de Anhanguera. El barrio está atravesado por dos carreteras estatales: la Rodovia dos Bandeirantes, que rodea Jardim do Russo y Vila Inácio, y la Rodoanel Mário Covas, que empieza a menos de un kilómetro de la entrada al distrito. La carretera Anhanguera también pasa junto al área, y es una de las principales vías de acceso a Perus. Este distrito es uno de los 96 que conforman el municipio de São Paulo. A causa de su localización en la periferia de la ciudad, y también por la separación de los distritos vecinos por una extensa zona verde, es ocasionalmente confundido con otro municipio de la región del Gran São Paulo. Internamente, el barrio está dividido en varias aldeas.

Las aldeas más antiguas del barrio se formaron alrededor de la fábrica de cemento y de la estación de ferrocarril.

Las más antiguas se formaron alrededor de la antigua fábrica de cemento y de la estación de ferrocarril, lugares que han desempeñado un papel central en la historia del barrio.

La ocupación del barrio de Perus se desarrolló en diferentes fases. Aunque hay pocos registros documentales, las evidencias arqueológicas indican la presencia de los pueblos guaraníes durante el período precolonial. Actualmente, aún existe un territorio indígena en Jaraguá (junto a Perus), de la etnia Guaraní Mbya, que resiste en medio de una fuerte presión inmobiliaria (Crochik, 2018). En el período colonial, entre los siglos XVI y XVII, se produjeron movimientos de población hacia este territorio motivados por la búsqueda de oro en el Pico do Jaraguá y Morro Doce. Sin embargo, la escasez del mineral frenó el establecimiento de un asentamiento de población significativo. La formación del barrio está vinculada en los primeros siglos de la colonización con este movimiento



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

bandeirista⁶, cuando la población se encontraba dispersa por la zona, en su mayoría mestiza, conocida como “caboclo”⁷, que dependía casi exclusivamente de una economía de subsistencia.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, la construcción de la **estación de ferrocarril** transformó la ciudad en un pequeño centro regional. De este modo, gracias a la facilidad para transportar la producción, varias empresas se establecieron en la zona. Una de ellas fue la **Companhia Brasileira de Cimento Perus Portland S.A.** (CBCPP), la mayor fábrica de cemento de Brasil durante buena parte del siglo XX. Situada junto a la estación de tren, comenzó sus operaciones en 1926 y cerró en 1987. Durante la década de 1920, numerosos inmigrantes llegaron a Perus para trabajar en ella, y se instalaron en aldeas construidas dentro de las propiedades de la CBCPP y en sus alrededores, como Vila Inácio, Operária y Hungareza. Además, otros residentes no vinculados directamente a la industria cementera se mudaron a Perus atraídos por la disponibilidad de terrenos más económicos y la cercanía al ferrocarril, que les permitía desplazarse para ir a trabajar a otras fábricas de la ciudad (Crochik, 2018).

Un hecho clave en la historia de los trabajadores de la fábrica de cemento y, en general, para el barrio de Perus, fue la **huelga de las Queixadas durante la década de 1960**. El nombre con el que fue conocida esta huelga hacía referencia a los jabalíes (*queixadas*), con los que se identificaron por el hecho de que estos animales atacaban en grupo. Comenzó en 1962 y se prolongó inicialmente por algo más de tres meses. En ese momento, todos los trabajadores fueron despedidos y llevaron su caso a los tribunales. Durante el proceso judicial, no retomaron sus labores y continuaron en huelga hasta 1969, cuando lograron ser readmitidos y recibir el pago de todos los días no trabajados desde 1962 (Peria, 2024a). La huelga, que duró siete años, es considerada un símbolo de resistencia para la comunidad local.

Con el declive de la actividad industrial, muchas fábricas en la región cerraron, lo que llevó a la población a buscar empleo fuera del área. Paralelamente, Perus alojó durante varias décadas el basurero municipal, conocido como Bandeirantes. Por eso, durante años, el área fue conocida como el “barrio de la basura”. A partir de la década de 1980, Perus vivió un intenso proceso de crecimiento poblacional, convirtiéndose en un “barrio dormitorio” al dar acogida a un volumen creciente de población obrera que debía trasladarse diariamente para trabajar en otras partes de la ciudad. A partir de la inauguración en 2002 del Anillo Metropolitano de São Paulo o Rodoanel, una autopista de 177 kilómetros que rodea el centro de la región metropolitana, Perus reforzó esta centralidad, atrayendo proyectos inmobiliarios relacionados con centros logísticos y

6 El movimiento bandeirista, iniciado durante los tiempos de la Colonia, hace referencia a los movimientos de los colonizadores que desde el siglo XVI, en su búsqueda de riquezas minerales, sobre todo oro y plata, cuando los colonizadores ingresaron en el interior de América del Sur en busca de riquezas minerales -principalmente oro y plata-, capturar población indígena para hacerla trabajar en la minería o eliminar quilombos. Esta práctica fue decisiva para la expansión territorial de Brasil más allá de la costa y de los dos límites establecidos por el Tratado de Tordesillas en 1494.

7 Históricamente, se llamaba caboclo a la mezcla de personas blancas e indígenas, pero el término también se suele utilizar para referirse a la mezcla de personas negras e indígenas.

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

condominios residenciales. Esta reestructuración urbana se realizó, por un lado, a través de la expansión hacia terrenos rurales aún no ocupados, y, por otro, por medio de la renovación de áreas existentes mediante la demolición de construcciones antiguas y el desplazamiento de las comunidades locales (Crochik, 2018).

El barrio es parte de una región históricamente caracterizada por la alta vulnerabilidad social y económica, donde prevalece la carencia de infraestructuras básicas y la falta de garantías en los derechos de sus habitantes. Sin embargo, en los últimos años se han realizado una serie de proyectos urbanísticos, como el **Parque Linear do Ribeirão Perus**, que busca recuperar el ecosistema fluvial, controlar inundaciones y ofrecer espacios de recreación, o el **Plano de Bairro de Perus**, que incluye la creación de áreas verdes, infraestructura logística y la revitalización del centro del distrito. Estas iniciativas, catalogadas como sostenibles, fueron financiadas a través de créditos de carbono vinculados al Aterro Sanitário Bandeirantes, un sistema municipal de generación de energía a partir de residuos sólidos urbanos. Pero estas iniciativas, que pretendían “revitalizar” el área, han tenido un efecto de “gentrificación verde”, con dinámicas especulativas que han provocado el desplazamiento de comunidades trabajadoras hacia zonas más alejadas y vulnerables. Al mismo tiempo, los nuevos desarrollos urbanísticos atraen a residentes de mayores ingresos, lo cual incrementa el costo de la vida y profundiza los procesos de exclusión socioespacial (Crochik, 2018). Esto ha hecho que su población haya asumido de forma permanente la necesidad de luchar por la regularización de sus viviendas y el acceso a servicios públicos básicos (Peria, 2024a).

En este contexto, los sectores populares de Perus han encontrado en una densa red de organizaciones populares –asambleas vecinales, cooperativas de vivienda, redes de apoyo mutuo y organizaciones como la Comunidade Cultural Quilombaque–, un espacio de intervención para mejorar sus condiciones de vida, construir una identidad, reclamar el derecho al territorio y hacer visibles luchas históricas que se vinculan con las demandas actuales.



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

Comunidade Cultural Quilombaque

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

La idea de “aquilombamiento cultural” supone la creación de espacios físicos y simbólicos que refuerzan la identidad negra y desafían las jerarquías raciales.

En 2005, un grupo de percusión conocido como Caranguejeira realizaba sus ensayos en el Parque Ibirapuera, en el centro de São Paulo. Como estas sesiones al aire libre atraían a mucha gente, su administración decidió restringir el acceso, impidiendo que continuaran tocando en ese lugar. Luego lo intentaron en el Parque da Luz, y tampoco les dejaron. Ante estos obstáculos, el grupo se disolvió, pero tres jóvenes, amigos y vecinos del barrio de Perus, comenzaron a reunirse en el garaje de una de sus casas para mantener los ensayos. Fue así como surgió la **Comunidade Cultural Quilombaque**, formalizada legalmente años después, en 2012. El nombre Quilombaque viene de “quilombo” y de “baque” o ritmo de tambores. Con el primer término se quería evocar los históricos quilombos que hicieron frente a la esclavitud, por lo que al adoptar este nombre para su asociación querían simbolizar su afinidad con las ideas de resistencia y

colectividad. Esta identificación como “un quilombo cultural urbano”, en palabras de **Cleiton Ferreira**, uno de sus fundadores, es parte de las estrategias contemporáneas de resistencia cultural y social desarrolladas por comunidades negras en el contexto urbano de São Paulo. La herencia histórica del quilombismo se reconfigura como una filosofía de resistencia centrada en la valorización de las culturas afrodescendientes. En la actualidad, la idea de “aquilombamiento cultural” supone la creación de espacios físicos y simbólicos que refuerzan la identidad negra y desafían las jerarquías raciales. A

través de actividades artísticas, educativas y políticas transforman el espacio urbano en un escenario de afirmación y fortalecimiento identitario. Así, los grupos marginados continúan desafiando las estructuras de opresión, creando nuevas posibilidades de pertenencia y resistencia cultural en espacios urbanos (Sena y Risso, 2023).

En los años posteriores, respondiendo a las demandas locales, Quilombaque empezó a organizar actividades culturales y formativas para el vecindario. Así, se consolidó como un centro donde tenían lugar múltiples actividades educativas y culturales. Además, asumió un rol clave en la preservación y celebración de la historia del barrio, con especial énfasis en las luchas obreras. “Quilombaque surge por la necesidad de disponer de espacios culturales en nuestra región –asegura Cleiton–. Aquí, en la zona noroeste de la ciudad de São Paulo, que incluye Perus, Jaraguá, Anhanguera y Pirituba, hay muchas carencias básicas en términos de garantía de derechos, y una de ellas es la falta de espacios culturales disponibles para la juventud”.

Una de las iniciativas más reconocidas ha sido su funcionamiento como un **espacio educativo no formal con prácticas pedagógicas flexibles y adaptadas a las particularidades de los jóvenes de la periferia**. Este tipo de iniciativas son esenciales para la aplicación de la Ley 10.639/03, aprobada en 2003, y la Ley 11.645/08 de 2008, que exige la incorporación de la historia y la cultura afrobrasileña en el currículo oficial. No obstante, el sistema educativo formal ha tenido dificultades para implementar esta legislación de manera efectiva, en parte debido a los enfoques tradicionales de los currículos, que tienden a ignorar las contribuciones afrobrasileñas e indígenas, lo cual, además, contribuye a perpetuar desigualdades raciales. En la

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

actualidad, Quilombaque organiza talleres de música, teatro, marquertería y bailes tradicionales, como el jongo, una danza popular brasileña de origen africano que mezcla baile y canto en grupo, con el propósito de fortalecer la autoestima y el empoderamiento de la juventud negra. Esfuerzos como el de Quilombaque, que se inscriben en una larga trayectoria de activismo afrobrasileño, desempeñan un papel fundamental al concretar los objetivos de esta legislación, abordando las lagunas del sistema educativo y contribuyendo a la transformación de las relaciones étnico-raciales (Araújo y Muniz, 2016).

Todo este proceso adquirió una nueva dimensión cuando, en 2007, el colectivo obtuvo la subvención municipal para un proyecto de **Valorización de Iniciativas Culturales (VAI)**. Como resultado, las actividades se trasladaron a un espacio más amplio en Travessa Cambaratiba, la dirección actual de Quilombaque en Perus. A través del trabajo colectivo y de asociaciones con personas interesadas en el trabajo musical, se puso en marcha un taller de percusión en la Escuela Jairo de Almeida, en la ocupación Recanto dos Humildes (Araújo y Muniz, 2016). En 2009, Quilombaque fue también reconocido como **Punto de Cultura**, una certificación que otorga el Ministerio de Cultura con el objetivo de distinguir las entidades y colectivos que desarrollan acciones con impacto sociocultural en las comunidades.

Posteriormente, en 2011, el proyecto de construcción de un **Parque Linear do Ribeirão Perus** amenazó a una parte del barrio, incluido el terreno donde se asienta Quilombaque. “Al revisar el proyecto, vimos que requería la expropiación de 5 metros a cada lado del río. Era completamente equivocado. No habían consultado con la comunidad, lo habían diseñado desde un helicóptero”, recuerda Cleiton. Según Camila Cardoso, otra de las integrantes de Quilombaque, nunca estuvieron en contra del desarrollo de un parque lineal dentro del barrio, “el problema era que se iban a producir muchas expropiaciones, incluida la de Quilombaque, y no había ningún tipo de plan sobre qué hacer, ni diálogo”. En consecuencia, el colectivo asumió el papel de organizador



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

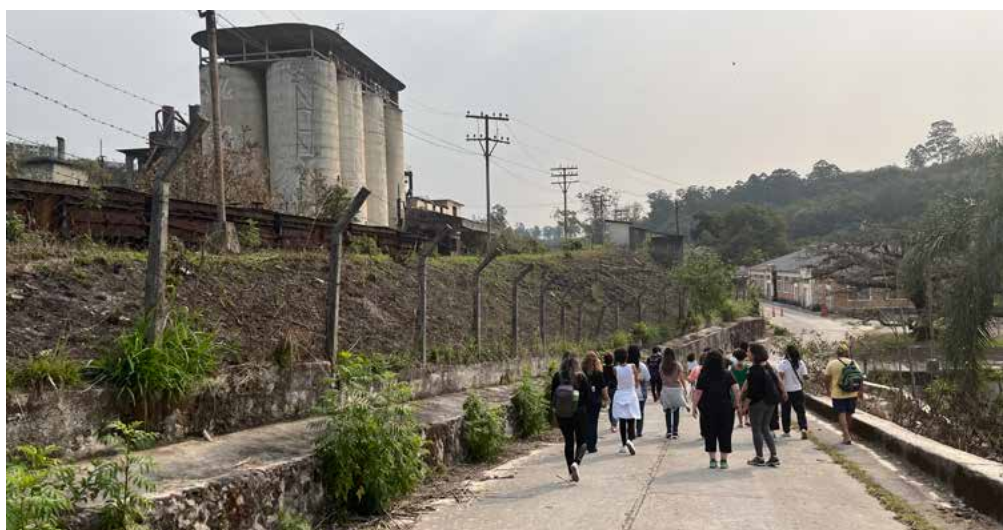
4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

local y buscó una alianza con docentes y estudiantes de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de São Paulo. “Entonces comenzamos este gran estudio para entender qué territorio era este, qué había aquí, por qué era importante preservarlo. Y empezamos a identificar espacios de memoria, espacios de afecto dentro de nuestro territorio”, cuenta Camila.

El objetivo de la iniciativa era comprender la naturaleza de la intervención municipal y crear una contrapropuesta. Tras un mapeo inicial de las potencialidades del territorio, en 2014 se elaboró una propuesta que se presentó en el Plan Director Estratégico de la ciudad de São Paulo. “Nos organizamos, analizamos el proyecto, y junto con la comunidad propusimos una alternativa”, explica Cleiton. Finalmente, el Parque Linear no se llevó a cabo, y el proyecto se enfocó solamente en la contención de las inundaciones.

Este conflicto les hizo cuestionarse las dinámicas de planificación impuestas desde una lógica centralizada y jerárquica, y vieron la necesidad de promover una participación activa de la comunidad en la construcción de propuestas que respondieran a sus propias necesidades y aspiraciones. En este contexto, la experiencia con el Parque Linear se convirtió en un punto de inflexión que abrió nuevas posibilidades de acción colectiva. La colaboración con la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (FAO), y otros apoyos, permitió la creación de la Universidad Libre Colaborativa, una respuesta concreta a la dificultad de acceso a la educación superior en la región (Peria, 2024a). Esta iniciativa incorporó la disciplina de estudios de paisaje de la FAO, promoviendo un espacio de aprendizaje inclusivo donde participaron residentes, docentes y estudiantes. En ese marco de análisis del territorio, reconocieron que el Parque Anhanguera, el Parque Estatal Jaraguá y la Franja de la Serra da Cantareira constituían un cinturón verde de especial relevancia para la sostenibilidad de la región. Además, identificaron patrimonios materiales e inmateriales relacionados con la cultura, la educación, la memoria y los afectos, integrándolos en una propuesta de desarrollo sostenible. “Hicimos todo este levantamiento y comenzamos a entender que era posible contar muchas historias de



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

momentos importantes de Brasil, sin salir de nuestro territorio –señala Camila–. Desde el período de la colonización y las aldeas guaraníes, pasando por el ferrocarril y la fábrica de cemento Perus y su huelga. Y en el barrio también tuvimos la dictadura, con la fosa común del Cementerio de Don Bosco, donde se encontraron 1.049 bolsas con restos óseos de personas enterradas ahí”.

A partir de ahí, pusieron en marcha un instrumento urbanístico conocido como **Territorio de Interés Cultural y Paisajístico** (TICP), que quedó reglamentado en el Plan Director de São Paulo y aprobado por la Cámara de Concejales de la Municipalidad. Este reconoce y protege los territorios con valores culturales y paisajísticos, destacando la colaboración entre comunidades, académicos y el gobierno (Allis et al, 2022). “La idea inicial del TICP –aclara Camila– era frenar esta especulación inmobiliaria en nuestro territorio. Sin embargo, como artistas y hacedores de cultura, nos dimos cuenta de que vivíamos en un gran museo, un aula abierta donde podíamos hablar de colonización, dictadura, ocupación, etc. Todo esto era parte de nuestro acervo museológico, aunque no fue concebido como tal, sino como parte de una política pública”. Así, para fomentar la apropiación comunitaria de la propuesta, se implementó una estrategia de sensibilización basada en la museología social que traduce el Plan Director de São Paulo en un formato accesible. “Después de aprobar este plan, sensibilizamos a la comunidad mediante la museología social, representada en un mapa. Es una versión más lúdica del Plan, para hacerlo comprensible”, sigue contando Cleiton.

De este modo, dieron forma al **Museo Territorial Tekoa Jopo’i**, en honor a la herencia indígena de la región, que valora la generosidad y la contribución al bien común

“Tekoa Jopo’i significa reciprocidad indígena: cuanto más ofreces, más prestigio tienes”.

frente a los valores predominantes de acumulación de la sociedad contemporánea. “Tekoa Jopo’i significa reciprocidad indígena: cuanto más ofreces, más prestigio tienes –aclara Cleiton–. Esto contrasta con nuestra sociedad, donde el prestigio se basa en acumular”. La iniciativa también buscaba denunciar la falta de espacios culturales en la periferia de São Paulo, por lo que se conceptualizó la región

como un museo viviente donde la comunidad se reconoce como parte activa de su patrimonio. Según Cleiton, “aquí no hay costumbre de visitar museos, ni siquiera hay Casas de Cultura, y por eso declaramos nuestra región como un museo y ofrecemos nuestro territorio como un espacio de aprendizaje”. Con esta iniciativa se reinterpreta la idea tradicional de museo al fusionarlo con el territorio y la comunidad, promoviendo así el sentido de pertenencia, identidad colectiva y la valorización del patrimonio cultural y natural (Allis et al., 2022).

Iniciativa turística

En 2018, como resultado de este trabajo de identificación de los múltiples potenciales locales y de creación del Museo Territorial Tekoa Jopo’i, Quilombaqué puso en marcha la **Agencia de Turismo Comunitario Queixadas**. Tenía el objetivo de integrar el territorio como un espacio de memoria y acción social y, a su vez, potenciarlo como atractivo turístico. “Queixadas fue el desdoblamiento natural de la necesidad que

4.
RESULTADOS

4.7
COMUNIDADE
CULTURAL
QUILOMBAQUE
(SÃO PAULO)

Quilombaque empezó a tener –explica Cleiton–, porque comenzaron a llegar personas, pero no tenían donde quedarse o donde comer. Entonces, si necesitas un recorrido, vas a contactar a la agencia Queixadas, no a Quilombaque”.

En 2018 se celebró el [15° Congreso Mundial de Ocio](#), organizado por el Sesc São Paulo ([SESC-SP](#)) y la Organización Mundial del Ocio ([WLO](#)), en colaboración con la Escuela de Artes, Ciencias y Humanidades de la Universidad de São Paulo ([EACH/USP](#)). El programa del Congreso incluía una actividad denominada Field School, algo así como una salida de campo sobre turismo e itinerarios para estudiantes de todo el mundo. Fue en este contexto que se iniciaron las actividades de la **Agencia Queixadas**, en agosto de ese mismo año.

Pero para empezar a operar fue necesario formarse. Quilombaque ya tenía un acuerdo de colaboración con el Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial ([SENAC Aclimação](#)). Por primera vez, SENAC se trasladó fuera de sus instalaciones y se ubicó en otro espacio para ayudar a la agencia a formar a guías locales con personas que vivían en Perus. Actualmente, la alianza con el SESC SP continúa a través de actividades de formación con el Centro de Pesquisa e Formação que tiene el SESC SP. Aunque tradicionalmente el rol de la mediación cultural entre turista y lugar visitado ha sido reservado a personas expertas, Quilombaque ha promovido un enfoque más inclusivo, otorgando a los propios habitantes del territorio la posibilidad de ser mediadores de su historia y cultura. Esta iniciativa no pretende eliminar la mediación, sino redirigirla para dar mayor protagonismo a las voces de los grupos subalternos (Peria, 2024b).

Según Camila, la agencia Queixadas busca divulgar el acervo del **Museo de Interés Cultural y Paisajístico Tekoa Jopo’i** a través de [siete senderos temáticos](#). Estas rutas educativas conectan lugares emblemáticos del barrio con narrativas históricas de resistencia, promovidas por los propios habitantes:

- El sendero denominado «**Jaraguá es Guaraní**» incluye una visita de un día a los tekoas, un término de origen guaraní que significa aldea, y ofrece una oportunidad para comprender la presencia centenaria de los pueblos guaraníes en esta región. Después de esta visita, el recorrido continúa con una caminata hasta la cima del Pico Jaraguá, el punto más alto de la ciudad.
- El sendero «**Trem Maria Fumaça**» está enfocado en la historia del ferrocarril en la zona e incluye un trayecto en tren de 3 km, desde Perus hasta el Instituto Ferroviario Perus-Pirapora, situado en el Parque Anhanguera, donde se encuentra un museo dedicado a este medio de transporte.
- En el sendero «**Memoria de Queixadas**» se cuenta la historia de los trabajadores de la primera fábrica de cemento de Brasil, que es visitada, y también se relata la historia de la huelga que se extendió durante siete años en la década de 1960.
- El sendero «**Dictadura Nunca Más**», también conocido como «Sendero de la Zanja», tiene como finalidad apoyar en los trabajos de identificación de los restos

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

óseos descubiertos en la zanja clandestina del cementerio de Don Bosco. En este recorrido, los visitantes pueden conocer mejor el régimen militar que se desarrolló en Brasil entre 1964 y 1984.

- El sendero «**Reapropiación y resignificación de los espacios públicos**» aborda los procesos de ocupación cultural y revitalización de los espacios públicos en el territorio de Perus.
- El sendero «**Peruseria Graffiti**» explora la historia del Hip Hop y el Graffiti como formas de arte y símbolos de resistencia a través de diversas galerías callejeras diseminadas por el barrio, que han buscado cómo revitalizar los espacios públicos.
- El sendero «**Trilha Comuna da Terra (MST)**» permite conocer el primer asentamiento del MST en la ciudad de São Paulo, así como las prácticas agroecológicas y de educación ambiental que desarrolla esta comunidad.

También ofrecen formación a universidades y escuelas, movimientos culturales y sociales y, en general, con personas interesadas en las historias de la militancia y que acude a la agencia porque está estudiando la dictadura militar en Brasil o porque quiere saber más sobre la fábrica o de cualquier otro recurso. En términos pedagógicos, resaltan el hecho de estar explicando las cosas sobre el territorio: “Lo que hacemos es romper con la sala de aula: vamos a hacer clase donde ocurrieron los hechos. Por eso le llamamos territorio educador, porque contamos las historias donde realmente sucedieron”, cuenta Cleiton.

Además de estas actividades, también ofrecen alojamiento en el barrio a través de una **red de pensiones familiares** con capacidad para unas cuarenta personas. Igual que la formación de guías locales, este proceso empezó en 2018, cuando se preparaban para recibir la Field School. Después de identificar las casas que podían recibir turistas, a



Cementerio de Don Bosco. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

través del SENAC organizaron una formación específica. “Pensamos en este proceso de desarrollo para que los recursos no salieran del territorio. Así, se genera una economía para ese residente que hospeda, que prepara el desayuno y recibe a estas personas; y desde la comida hasta el transporte, todo es local”, explica Camila. Entre los próximos pasos que tienen previstos, planean convertir su sede en un albergue. En él se pretende que puedan realizarse residencias artísticas, donde se podrán desarrollar intercambios con trabajadores culturales.

La forma principal que tienen para dar a conocer su oferta es a través de las redes sociales, aunque ya existe una creciente demanda espontánea fruto de las relaciones construidas a lo largo de los años. Antes de la pandemia de la COVID-19 estaban recibiendo un promedio de unas quinientas visitas mensuales, pero en la actualidad aún no han recuperado esas cifras. Las tarifas que cobran no son fijas para cada actividad, sino que varían en función de quiénes sean las personas que les visitan. “El precio depende; quien tiene dinero, paga; quien no tiene, negociamos. Y también lo hacemos gratis”, ríe Cleiton. “Cobramos por las visitas, claro, –puntualiza Camila–, pero promovemos la equidad en los precios y ofrecemos actividades gratuitas o accesibles para escuelas y organizaciones. Depende mucho del público. Cuando preparo un presupuesto, siempre hago muchas preguntas: ¿Quiénes son? ¿De dónde vienen? ¿Qué tipo de escuela es? Incluso hago búsquedas en Google para entender mejor quienes son”.

La agencia está formalizando su personalidad jurídica, por lo que, como todavía no dispone Cadastro Nacional de Persona Jurídica (CNPJ) propio, algunas demandas, como la emisión de facturas, se realizan a través de la figura jurídica que tiene como microempresario individual a la Comunidade Cultural Quilombaque. Su equipo está formado por seis personas que trabajan en la organización de itinerarios y realizan tareas de comunicación, investigación, redacción de artículos y la oferta de cursos en la sede de la agencia. Según Camila, aunque algunos se dedican a funciones específicas, “el trabajo es compartido por todo el equipo”.



Memorial del cementerio de Don Bosco. Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

El trabajo realizado ya está consolidado en el barrio y ha conseguido el respeto de estas otras organizaciones también presentes en el mismo territorio. Según Cleiton, “ya reconocen el proceso que hacemos, caminamos con la gente por los territorios, ¿no? Incluso pasamos por en medio de ellos y saben que estamos haciendo un trabajo de desarrollo local, lo entienden”. Además, esta dinámica empieza a ser replicada en otras comunidades periféricas cercanas a Perus. “Otros colectivos ya están desarrollando otros senderos –cuenta Camila–. Está el sendero del nacimiento de las aguas en Jaraguá, el sendero de las cuevas de oro en Anhanguera,... Entonces, el turismo está haciendo que las comunidades periféricas se organicen en este proceso de preservación”.

Turismo de resistencia

La experiencia de Quilombaque ha sido destacada como un ejemplo de cómo iniciativas populares, construidas desde la resistencia colectiva en clave comunitaria y que movilizan las capacidades de la población local como agentes emancipadores, pueden dar lugar a formas de inteligencia social mucho más inclusivas, participativas y democráticas que las promesas tecnológicas activadas bajo fórmulas como las “smart cities” o “smart destinations” (Allis et al., 2022). Quilombaque integra la cultura, la memoria y el arte como instrumentos para abordar problemas estructurales en las periferias urbanas, fomentando transformaciones sostenibles y fortaleciendo el empoderamiento de su población, y en especial de su juventud. De este modo, se ha configurado como parte de un movimiento social que resalta el papel de las periferias urbanas como epicentros de resistencia cultural (Sena y Risso, 2023).

En Quilombaque se reconocen en la idea de un **turismo de resistencia**. “En nuestro territorio, todo es una historia de lucha y resistencia. Esto queda muy claro a medida que desarrollamos nuestros itinerarios. Estamos hablando de un territorio periférico, de personas negras que van a guiar grupos, personas negras que van a cocinar, que van a encargarse del transporte, que van a hacer todo esto... personas que militan en esto que llamamos turismo de resistencia”, reflexiona Camila. De este modo, el colectivo defiende que **el turismo es una herramienta al servicio de la organización de las comunidades periféricas**. “El turismo que proponemos es un turismo de resistencia

“El turismo que proponemos es un turismo de resistencia – explica Cleiton–, porque pensando en esto también fortalecemos nuestro territorio”.

–explica Cleiton–, porque pensando en esto también fortalecemos nuestro territorio. Lo que queremos es generar economía local a través de la historia y del turismo, porque aquí no hay de dónde poder generar ingresos, y las personas tienen que salir”.

Este enfoque turístico pone en el centro a las comunidades locales, permitiéndoles **narrar sus propias historias desde una perspectiva crítica que destaca la memoria colectiva y la resistencia ante dinámicas de exclusión**. “Contamos todas estas cosas desde la perspectiva de quienes a lo largo de la historia las vivieron del lado de los oprimidos”, argumenta Camila. Uno de los impactos más destacados que han logrado a través del turismo es **incrementar el sentido de pertenencia y**

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

autoestima de la población de Perus, como sujetos periféricos... “Ya no somos el barrio de la basura, donde nadie quiere vivir ahí –enfatisa Camila–, vivimos en un museo vivo, lleno de historia y de significado”. Y añade, como ejemplo, el cambio de percepción de la fábrica de cemento que han experimentado los niños y las niñas del barrio: “solían pensar que era un lugar embrujado, que ocurrían cosas raras allí. Pero cuando vamos a las escuelas y explicamos cómo se hacía el cemento y cómo este lugar fue tan importante – del barrio salió el cemento para construir Brasilia, el centro de São Paulo, la biblioteca Mário de Andrade o el viaducto Nove de Julho, empiezan a verlo de otra manera”.

En este proceso de desarrollo de un turismo comunitario desde la periferia de una gran ciudad como São Paulo, **las comunidades locales construyen contranarrativas que desafían las representaciones hegemónicas del territorio, reinterpretándolo como un espacio de lucha, memoria y derechos.** Quilombaque propone una nueva manera de entender las periferias urbanas, valorándolas como espacios de resistencia, creatividad y potencia cultural, más allá de las visiones de abandono y precariedad (Peria, 2024b). Según Cleiton, “para muchos esto es solo un barrio periférico, abandonado, un lugar para que las personas duerman. Por eso lo llaman un barrio dormitorio. Solo vienen a dormir y se van, y no ven la hora de salir de aquí. Mucha gente habla de eso, porque aquí no hay nada. Por eso estamos trayendo todo este contexto histórico de valorización de nuestra región. Por eso el turismo es muy importante para nosotros. Queremos romper con esa rutina, generando una economía local donde las personas puedan vivir y trabajar en la misma área”. Estas contranarrativas cuestionan las representaciones dominantes que asocian el barrio con marginalidad, peligro y desorden y, en su lugar, promueven una imagen de comunidad solidaria, trabajadora y resiliente. A través de estrategias como el arte urbano, los eventos culturales y el uso de redes sociales, los habitantes visibilizan su historia, derechos y demandas, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la identidad colectiva y una esperanza renovada frente a la adversidad. Estas prácticas no solo reconfiguran el discurso público, abriendo espacios de diálogo con otros actores, sino que también se posicionan como herramientas



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

4. RESULTADOS

4.7 COMUNIDADE CULTURAL QUILOMBAQUE (SÃO PAULO)

clave para resistir procesos de exclusión y gentrificación. Así, no solo legitiman las luchas locales, sino que también generan un espíritu de resistencia que redefine las percepciones externas y reafirma el territorio como un espacio dinámico, reivindicativo y cargado de expectativas de cambio (Peria, 2014a).

Esta forma de entender el turismo se opone de forma consciente a las prácticas asociadas al slum tourism, que explota la pobreza y el sufrimiento de la comunidad como atractivo en sí mismo. Además, la práctica turística es dotada de un sentido pedagógico, asegura Camila: “Con las personas de fuera creo que logramos cambiar su percepción. Muchos llegan con ideas negativas sobre nuestro territorio porque en los medios solo hablan de cosas malas. Pero cuando vienen, descubren cosas buenas que ni siquiera sabían. En el turismo, las periferias suelen ser vistas como lugares grotescos, casi animalescos, como si fueran un safari donde la gente no tiene dignidad. Nosotros mostramos lo contrario, decimos: «mira toda esta gente inteligente, mira todo lo que están haciendo». Es algo increíble para quienes vienen de fuera, y ayuda a desmitificar la visión de las periferias”. Este planteamiento entronca, en definitiva, con una perspectiva de transformación social que explora a través del uso del turismo las potencialidades existentes en el territorio y entre su población. “Queremos mostrar la potencialidad de estos territorios –defiende Cleiton–, porque para conocer la parte vulnerable solo necesitas encender la televisión, y ellos ya la cuentan por nosotros. Si quieres ver la pobreza de la periferia, enciendes el televisor y ya está, todo el tiempo nos condenan. Pero nosotros no queremos mostrar eso, porque la gente ya sabe de la periferia desde el lado del miedo, del tráfico... Creemos que nos podemos organizar para pensar un proceso de desarrollo, otra salida, mostrar la potencialidad. Nosotros estamos hablando de potencialidad”. En la búsqueda de este horizonte, Quilombaque ha encontrado en el turismo una herramienta que ha podido utilizar al servicio de su comunidad.

Quilombaque. Imagen de Teresa Mendonça



5.

CONCLUSIONES

En este informe, la caracterización del turismo comunitario urbano se ha abordado a partir del análisis de siete experiencias en cuatro ciudades de Brasil: Saber Viver en Recife; Coletivo de Mulheres do Calafate, Alagados Turismo Comunitário y QuiAl Tubarão en Salvador; Guías de Santa Marta y Museu da Favela en Rio y Comunidade Cultural Quilombaqué en São Paulo. Con esta pluralidad de casos y lugares buscábamos captar la mayor diversidad posible en nuestro acercamiento a este fenómeno, y huir así de los sesgos que podían provocar las particularidades de un determinado contexto. En este sentido, hasta el momento la percepción del turismo comunitario urbano ha estado muy mediatizada por el protagonismo de las experiencias de las favelas de Rio, que han concentrado mayor atención que las de otros lugares en los análisis académicos. Por otra parte, a diferencia de una perspectiva centrada en la dimensión comercial u operativa del turismo, o en la figura del turista, en este estudio **se ha puesto mayor atención en quienes generan la oferta turística a través de estructuras de organización y gestión colectivas.**

Los resultados de este análisis se han contrastado con una serie de cuestiones derivadas de la revisión de la literatura académica en las que se enmarca su discusión. Asimismo, volvemos sobre los tres grandes interrogantes que orientaron nuestra investigación en relación con las motivaciones de quienes impulsaron la puesta en marcha de actividades turísticas, sus formas de organización y el rol del turismo en estas comunidades.

Las **transformaciones en los modos de producción y consumo turístico bajo lógicas postfordistas**, motivadas por los límites que enfrenta el capital para continuar reproduciéndose, han provocado una ampliación de los territorios y ámbitos que pasan a formar parte del escenario turístico. Sobre estas bases, la potencialidad turística de cualquier aspecto de la realidad social se expande infinitamente, empujando así las fronteras de la mercantilización. Esta dinámica de fragmentación de la oferta turística hace que las comunidades, tanto rurales como urbanas, puedan ser vistas como una oportunidad para brindar experiencias singulares o consideradas más auténticas, incluso exóticas. En este contexto, se generan los nuevos espacios turísticos, pero, al mismo tiempo, se establecen las bases para las siguientes disputas en torno a las formas en las que tiene lugar esta actividad y la contraposición de intereses que entran en juego.

Los **cambios derivados del postfordismo abrieron la posibilidad para que favelas o barrios periféricos en diversas ciudades del Sur Global pudieran comercializarse turísticamente**, a través de la conversión de la pobreza en atractivo,

5. CONCLUSIONES

lo que se ha conocido como “slum tourism” (Freire-Medeiros, 2009, 2014; Frenzel et al., 2015). Esto se ha producido en términos reales, con el despliegue de actividad turística efectiva, pero también en términos imaginarios, al permitir que estos territorios fueran concebidos como posibles destinos de interés para visitantes externos. La literatura académica ha documentado ampliamente los impactos de modelos de explotación turística no controlados por las propias comunidades, tanto sobre estas como sobre sus visitantes (Booyens y Rogerson, 2018; Chili y Mabaso, 2016; Dürr et al., 2020; Freire-Medeiros, 2014). Pero en el debate sobre el slum tourism los principales protagonistas los han tenido los dilemas éticos que comporta esta práctica (Henry, 2020; Törnberg y Uitermark, 2022; Frenzel, 2017; Giddy y Hoogendoorn, 2018). Asimismo, se han identificado las distintas formas en las que se ha podido organizar esta actividad, y ha destacado que, si bien las iniciativas comunitarias no han sido hegemónicas, sí existen y son parte de este entramado de propuestas que permiten visitar ciertas zonas de las grandes ciudades y áreas metropolitanas (Broudehoux, 2017).

Las prácticas de un turismo comunitario urbano comienzan a abrirse camino en distintas ciudades de América Latina..

En este contexto, las prácticas de un turismo comunitario urbano comienzan a abrirse camino en distintas grandes ciudades de América Latina, y en particular de Brasil. **El análisis de los casos identificados en este informe confirma y enriquece las evidencias con respecto a algunos de los principales consensos establecidos en la literatura sobre este tipo de**

fenómeno en América Latina. En términos generales, es ampliamente compartida la perspectiva de que, a diferencia de otros modelos de gestión, principalmente de carácter privado con ánimo de lucro, **el turismo comunitario urbano genera un impacto más favorable en la población local** (Broudehoux, 2017; De Oliveira, 2014; Dias Mano et al., 2017; Rodríguez da Silva et al., 2014). Además de generar ingresos económicos – tanto de forma directa, a quienes organizan los recorridos y a negocios locales, como indirectamente, con aportes a proyectos sociales–, contribuye a una resignificación positiva de áreas consideradas marginales y fuertemente estigmatizadas. Este tipo de visitas promueven el orgullo de los residentes por sus comunidades. En lugar de enfocarse en la violencia y la pobreza, destacan su riqueza cultural y social, resaltando sus aspectos más positivos de su comunidad y sus procesos de transformación. Esto tendría una función pedagógica en la medida que estaría contribuyendo a cambiar la percepción de las favelas y barrios populares por parte de sus visitantes. De este modo, el turismo comunitario promueve narrativas contrahegemónicas, que rompen con los estigmas y evidencian la potencialidad de sus poblaciones (Fagerlande, 2020; Rodríguez da Silva et al., 2014).

Los casos estudiados en el informe validan claramente esta interpretación, ya que en casi todos ellos la introducción del turismo con formas de gestión colectiva genera múltiples beneficios, tanto para quienes lo impulsan como para el conjunto de la comunidad. Estos resultados tienden a ser superiores cuando los territorios no están previamente turistificados, y es la propuesta comunitaria la que abre el camino al turismo en aquel lugar. Las experiencias de las favelas de Santa Marta, por una parte, y de Cantagalo, Pavão y Pavãozinho, por otra, muestran que, aunque las estructuras de gestión colectiva resultan más ventajosas que aquellas lideradas por actores

5. CONCLUSIONES

externos, la dinámica de turistificación dificulta su funcionamiento y, en cierta medida, puede favorecer procesos como la gentrificación. A su vez, el caso de Calafate pone en evidencia las dificultades para sostener propuestas turísticas en territorios donde no existen otras iniciativas más allá de las comunitarias. El análisis de estos fracasos también aporta aprendizajes valiosos para comprender no solo las potencialidades, sino también los obstáculos que enfrentan este tipo de propuestas.

Por otra parte, en la literatura también **se reconoce que la presencia del turismo en las favelas puede representar tanto una amenaza como una oportunidad**. Sin embargo, ante esta disyuntiva, las formas de gestión comunitaria reducen los riesgos asociados a modelos externos –como el aumento de precios o los procesos de gentrificación–, y demuestran una mayor resiliencia frente a la retirada del financiamiento público o a situaciones críticas imprevistas (Fagerlande, 2020). Esta dimensión es clara en los casos estudiados de Rio, que han logrado mantenerse cuando otras iniciativas turísticas externas a estas favelas han reducido su presencia en los últimos años. En cambio, las demás experiencias abordadas en esta investigación, al desarrollarse en territorios sin presencia previa de turismo, permiten apreciar en menor medida esta mayor capacidad de resiliencia. Aunque, nuevamente, el ejemplo de Calafate advierte que los obstáculos asociados a un contexto hostil y violento no siempre pueden superarse, y que la apuesta por el turismo puede, en ciertos casos, convertirse en un factor que agrave las tensiones existentes.

Del mismo modo, hay algunos aspectos en su organización técnica que coinciden con lo señalado en la literatura disponible, como el hecho de que **más que en el alojamiento son propuestas de desarrollo turístico que se basan en el guiado y en actividades paralelas mientras se realizan los recorridos**, las cuales ponen en valor los recursos culturales y artísticos del territorio y su gente. Igualmente, se destaca el papel central de las personas que ejercen como guías, cuya participación resulta clave para el éxito de la iniciativa (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel et al., 2015;



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

5. CONCLUSIONES

Rompu, 2019). Esta misma dinámica se observa en los casos analizados en Brasil en los mismos términos en todas las experiencias. Asimismo, al igual que lo que se ha descrito en la literatura (Broudehoux, 2017; Ferrari, 2021; González Bracco, 2023; Parker y Moreno, 2015), en los casos examinados, **la cultura adquiere un rol central en las actividades turísticas a través de diversas manifestaciones artísticas**, como la música, la danza, el muralismo o la artesanía. La cultura se convierte en una herramienta de expresión y reivindicación, al mismo tiempo que fortalece la identidad y el sentido y orgullo de pertenencia. El turismo sirve para dar a conocer estas múltiples expresiones y contribuye a retroalimentar estos procesos sociales.

Motivaciones

Inicialmente, cuando nos acercamos al análisis del turismo comunitario urbano en Brasil, nos planteamos la hipótesis, basada en la interpretación de algunas investigaciones en favelas de Rio, como las de Rocinha y Santa Marta (Freire-Medeiros, 2009; 2014), de sí las motivaciones para la puesta en marcha de iniciativas de turismo bajo formas de organización colectiva o comunitaria podían estar relacionadas con una reacción de malestar de las poblaciones locales ante la explotación comercial por parte de empresas turísticas externas a sus territorios. **La incomodidad por la utilización de la pobreza, la violencia, la criminalidad y el riesgo como atractivos turísticos, sumado a la no participación en los beneficios de la actividad turística generada, parecería provocar un intento local de apropiación de estas actividades, con el propósito de controlar qué se oferta, bajo qué condiciones, qué mecanismos redistributivos, así como la imagen que se desea proyectar del territorio y su población.** Esta aspiración de decidir cómo representarse públicamente conectaría con uno de los principios de referencia del turismo inclusivo definidos por Regina Scheyvens y Robin Biddulph (2018).

En nuestro estudio, solo en uno de los casos analizados, el de las **guías de Santa Marta en Rio**, pareciera que este tipo de motivo pudiera estar especialmente presente. El origen de este colectivo no es propiamente una reacción a la presencia de agencias externas, sino que forma parte de un proceso de posicionamiento turístico de la favela, del que ellas participan a partir de los programas de formación impulsados por el Estado. Sin embargo, el malestar que generan estos actores externos, por no respetar las normas de la Asamblea de Moradores o por no incluir suficientemente con guías locales, dio lugar a un proceso de organización colectiva que fortaleció su cohesión y capacidad de negociación de los términos en que se podía mostrar turísticamente la favela. Las causas que llevaron a poner en marcha las actividades turísticas bajo lógicas comunitarias no resultan tan simples como habíamos supuesto, pero en este caso sí podemos afirmar que, entre las motivaciones presentes, se encuentra cierta reacción de incomodidad provocado por determinadas formas de gestionar la actividad turística en Santa Marta.

Sin embargo, en los otros casos, las motivaciones no parecen responder a la hipótesis inicial. Más bien, lo que se observa es una mayor pluralidad de intereses, que se entrelazan, sin que esta idea de una reacción contraria a ciertas formas de *slum tourism*

5. CONCLUSIONES

pueda considerarse la principal. En muchos casos, el turismo comunitario empieza sin que en esos territorios exista un desarrollo turístico previo. Contrariamente, destacan otros intereses, como la **búsqueda de autofinanciamiento para las organizaciones comunitarias** (Saber Viver en Ilha de Deus, Alagados Turismo Comunitario en Salvador, Museo de Favela en Rio); **el fortalecimiento de la economía popular** (Saber Viver, Alagados Turismo Comunitario, Coletivo de Mulheres de Calafate en Salvador, QUIAL Tubarão, Guías de Santa Marta, Comunidade Cultural Quilombaque en São Paulo); **la valorización de sus territorios frente a las visiones estigmatizantes** (Saber Viver, Alagados Turismo Comunitario, QUIAL Tubarão, Comunidade Cultural Quilombaque); **el uso del turismo como un mecanismo de protección frente a amenazas externas** como la presión inmobiliaria o la presencia de grupos criminales, mediante la visibilización pública y la construcción de alianzas con actores externos y con capacidad de influencia (Saber Viver); o su vinculación con **actividades de denuncia contra el racismo y la violencia policial** (Comunidade Cultural Quilombaque y Museo de Favela o algunas de las guías de Santa Marta) y de **recuperación de la memoria popular y de la historia de las luchas sociales** (especialmente destacada en la Comunidade Cultural Quilombaque y Museo de Favela, pero en general está presente en todas las iniciativas con mayor o menor intensidad).

Se ha puesto en evidencia una mayor pluralidad y riqueza en las motivaciones por las cuales organizaciones sociales diversas decidieron impulsar el turismo..

La estrategia metodológica de abrir el campo de análisis a experiencias en distintas ciudades, incluso donde la presencia turística es menos intensa, ha permitido poner en evidencia una mayor pluralidad y riqueza en las motivaciones por las cuales organizaciones sociales diversas decidieron impulsar el turismo. La reacción ante la presencia de actores turísticos externos al territorio es parte de las razones que pueden promover el intento de apropiación colectiva de esta actividad, pero sus objetivos no se agotan ahí. Al ampliar el

reconocimiento de propósitos que entran en juego, puede apreciarse que el turismo puede jugar un papel más importante para estas comunidades urbanas.

Estructuras organizativas

El tipo de organizaciones a través de las cuales se ha impulsado el turismo en estos barrios o favelas es fundamentalmente de **naturaleza jurídica asociativa**. En las siete experiencias consideradas hay una organización colectiva estructurada en forma de asociación, con un compromiso explícito con el bienestar de la población de ese territorio, más allá de los intereses particulares de sus asociados. El **anclaje territorial** es central en la lógica de actuación de estas asociaciones. Sin embargo, en su mayoría, **no se trata de entidades creadas explícitamente para gestionar la oferta turística, sino que previamente desarrollaban otras actividades y tenían múltiples objetivos vinculados a la mejora de las condiciones de vida de sus comunidades en un sentido amplio**. Es en el marco de su intervención comunitaria donde entran en contacto con el turismo y lo utilizan como herramienta para alcanzar sus objetivos previos.

5. CONCLUSIONES

De nuevo, el caso de las favelas de Rio es el que presenta mayor complejidad. A diferencia del resto de experiencias, su origen sí aparece vinculado a la gestión del turismo. En la experiencia de las **guías de la favela de Santa Marta**, la prestación del servicio turístico es de carácter individual, pero, a su vez, cada uno de estos guías está vinculado y supeditado a estructuras organizativas de carácter colectivo, que es lo que le confiere un carácter comunitario a la experiencia. Por un lado, en su mayoría, están organizados en una Asociación de Guías, que les permite pactar precios, brindar información conjuntamente, complementar su oferta, colaborar en momentos de alta demanda y negociar en conjunto con agencias externas a la favela. Por otro, responden a los lineamientos de la Asamblea de Moradores de la favela, que dicta una serie de normas, como la prohibición de tomar fotos a la población, el establecimiento de un número máximo de personas por grupo y guía, y la exigencia de una contribución económica a esta Asamblea por actividad. Por su parte, en el caso del **Museo de Favela**, en un contexto de posicionamiento turístico de las favelas de Cantagalo, Pavão y Pavãozinho y, en general, de Rio, hay la voluntad de organización colectiva para incidir en su funcionamiento, promover beneficios entre la población del lugar y conseguir recursos para desarrollar acciones en favor de la comunidad. Pero sí, como organización, también nace para impulsar un determinado modelo de desarrollo turístico.

En la práctica totalidad de las iniciativas analizadas, se ha identificado una **fuerte presencia y rol de liderazgo por parte de mujeres, muchas de ellas negras, con una clara conciencia feminista**. En experiencias como Alagados Turismo Comunitario o el Coletivo de Mulheres de Calafate en Salvador o Saber Viver en Ilha de Deus es especialmente claro este protagonismo. Esta apreciación es coincidente con el análisis de van Rompu (2019) para el caso de varias favelas del sur de Río: Rocinha, Santa Marta y Cantagalo. Este papel destacado no resulta sorprendente, considerando las características de sus asociaciones. Gran parte de estas organizaciones están vinculadas a una preocupación por cuestiones básicas para garantizar la reproducción social de sus comunidades, como vivienda, educación, salud, cultura, ocio o identidad,



Museo de Favela (Rio). Imagen de Ernest Cañada

5. CONCLUSIONES

además de la generación de ingresos tanto para las familias como para las propias organizaciones populares. La propia historia de estos barrios y favelas, con carencias de infraestructuras que solamente han sido atendidas por el Estado a partir de los procesos de reivindicación, ha construido un poso de experiencia cotidiana del que luego se nutrirán muchas otras preocupaciones. De este modo, el turismo se integra en estos procesos organizativos y de generación de una cultura popular nacidos de la preocupación por cómo garantizar la reproducción social en la cual las mujeres tendrán una gran relevancia.

Las organizaciones desde las que se gestiona la actividad turística tienen que coexistir con otras estructuras colectivas.

Por otra parte, las organizaciones desde las que se gestiona la actividad turística tienen que **coexistir en sus territorios con otras estructuras colectivas de distinta naturaleza**, más allá del Estado, cuya presencia varía según el lugar, e incluso en algunos es prácticamente inexistente. En algunos casos, se trata de otras asociaciones con fines o preocupaciones semejantes, con las cuales pueden construir alianzas, como

les ocurre Alagados Turismo Comunitario en Salvador o Comunidade Cultural Quilombaque en São Paulo, o en la propia articulación de iniciativas que acaba siendo QUIAL Turabão Sin embargo, también hay otras estructuras colectivas que pueden operar por encima de ellas, como ocurre en las favelas de Rio con las Asambleas de Moradores.

De hecho, en la mayoría de los territorios analizados cualquier dinámica de organización social debe interactuar y mediar con este tipo de estructuras delincuenciales que ejercen cierto nivel de control territorial. Sin embargo, no se trata de cuerpos extraños en ese medio social, sino que su presencia está imbricada en redes familiares o de vecindad que hace que estas relaciones sean cercanas, aunque no por ello menos complejas. Estas distintas dimensiones organizativas crean múltiples dinámicas sociales dentro de las cuales debe operar la actividad turística de carácter comunitario.

Finalmente, es necesario destacar que **el desarrollo del turismo en estos territorios no sería posible sin el rol activo y comprometido de estructuras de mediación que facilitan el contacto y la llegada de visitantes**. En algunos casos, se trata de instituciones como el SESC de São Paulo, la Rede Batuc en Bahia, colegios y universidades tanto de Brasil como de otros países y múltiples agencias que se han especializado en este tipo de oferta comunitaria. Este tipo de iniciativas organizan la demanda para que la actividad turística pueda producirse. Pero su rol no es meramente comercial, sino que también contribuye a brindar confianza y seguridad, y median en términos educativos, tanto antes como durante y después de la visita. Sin su participación, el desarrollo del turismo comunitario urbano difícilmente podría producirse.

En contraposición, **el papel de las políticas públicas en el desarrollo del turismo comunitario urbano no parece haber sido especialmente relevante**. En los casos de las favelas de Santa Marta y Cantagalo, Pavão y Pavãozinho su puesta en marcha sí estuvo inicialmente vinculada a proyectos estatales en el marco de las iniciativas de pacificación y control territorial de aquellos territorios. Pero después de debilitamiento y desaparición, estas iniciativas han seguido funcionando. Y en los otros casos, su origen

5. CONCLUSIONES

no estuvo asociado a programas públicos. Más bien, lo que destaca en todos estos casos es el protagonismo comunitario, que en determinados momentos logra apoyos puntuales de carácter público, pero que no condicionan en ningún caso su desarrollo. A diferencia de los riesgos de dependencia planteados por Mercedes González Bracco et al. (2023) en los barrios Mugica-Villa 31 y Rodrigo Bueno de Buenos Aires, en estos casos la autonomía de las iniciativas no parece estar en juego, más bien contribuye a fortalecer espacios de articulación comunitarios más amplios, como las asambleas de morados u otras instancias de coordinación territorial de las organizaciones sociales.

Rol del turismo en la comunidad

En ciertas áreas, como las favelas de Rio, la práctica del turismo desde un enfoque comunitario convive con otras formas de gestión. Esta dinámica de turistificación puede provocar cierto riesgo de que el turismo comunitario urbano contribuya también a la generación de un atractivo comercial que facilite la presencia de otros actores que tiendan a desplazar a la población local y, por ende, a sus organizaciones. En cambio, en zonas donde la oferta turística es limitada, como en los otros casos estudiados, esta problemática no se ha manifestado.

Sin embargo, en la mayoría de las iniciativas analizadas, **el turismo no se desarrolla como actividad principal a partir de la cual se dan procesos de organización colectiva**. Su incorporación no genera nuevas entidades dedicadas exclusivamente a esta práctica, sino que se integra junto a otras acciones ya existentes. Salvo la asociación de Guías de Santa Marta y el Museo de Favela, el resto de iniciativas lo incluyen como una actividad más dentro de sus estrategias de intervención comunitaria.

En el marco de los procesos de organización, reivindicación y lucha popular contra la desigualdad, el estigma y la exclusión, el turismo aparece en algún momento como una oportunidad para potenciar esos objetivos. Por ello, **en estas comunidades su papel**



Santa Marta (Rio). Imagen de Ernest Cañada

5. CONCLUSIONES

suele ser secundario o estar subordinado a dinámicas más amplias. Asimismo, sus resultados no pueden evaluarse únicamente desde una perspectiva comercial, ya que entran en juego otros factores e intereses. Por ejemplo, la experiencia del Coletivo de Mulheres de Calafate, que, ante las dificultades crecientes para seguir haciendo actividades turísticas por las medidas tomadas por el Estado en la política de combate contra las drogas en su territorio, decide dejarlas, pone en evidencia que el turismo no es en sí mismo su objeto de ser. Más bien es un instrumento supeditado a otros objetivos, en este caso específico la lucha contra la violencia de género, y, por tanto, si es necesario pueden renunciar a él.

En la literatura existente **se ha resaltado el uso que hacen del turismo algunas organizaciones en comunidades urbanas como un mecanismo de resistencia** (Allis et al., 2022). El turismo comunitario, además de una estrategia para incrementar ingresos económicos, funcionaría como una forma de resistencia cotidiana que permite la supervivencia en términos económicos y ayuda a construir una narrativa que se contrapone a la dominante que estigmatiza estos barrios y favelas. Al subvertir las estructuras tradicionales sobre las que se organiza la actividad turística, se considera que emerge con fuerza su dimensión de resistencia, como ya se había destacado en el caso del turismo en los quilombos (Mendes de Fava, 2023)). Este ha sido un aspecto central de nuestra investigación, y resulta aún más evidente en aquellas organizaciones —la mayoría de los casos analizados en contextos sin presencia previa del turismo— que no fueron creadas con fines turísticos, sino que nacieron como espacios de organización y resistencia popular, y que en un momento determinado encontraron en el turismo una vía más de intervención. Desde esta perspectiva, la dimensión de resistencia asociada al turismo resulta mucho más potente que en aquellas experiencias dedicadas exclusivamente o principalmente a esta actividad.

Por otra parte, a partir de estos proyectos turísticos, **estas iniciativas transformaron sus comunidades en espacios no convencionales para el aprendizaje, o mejor**



Comunidade Cultural Quilombaque (São Paulo). Imagen de Ernest Cañada

aún, para la construcción de conocimiento desde una perspectiva popular y enfocada en el ejercicio de la ciudadanía. En muchos casos, este constituye uno de los grandes atractivos que moviliza a estudiantes, docentes e investigadores a visitarlos con interés pedagógico, ya que estos espacios ofrecen un campo de práctica en disciplinas como la historia, la geografía, la sociología o la arquitectura, entre otros. Esto es especialmente evidente en los casos de Alagados, Quilombaue, Ilha de Deus, Brazilidade y Museo de Favela.

Reflexiones finales

Se pone en evidencia la pluralidad de formas que puede adoptar el turismo, y las posibilidades de su transformación bajo el liderazgo comunitario y popular..

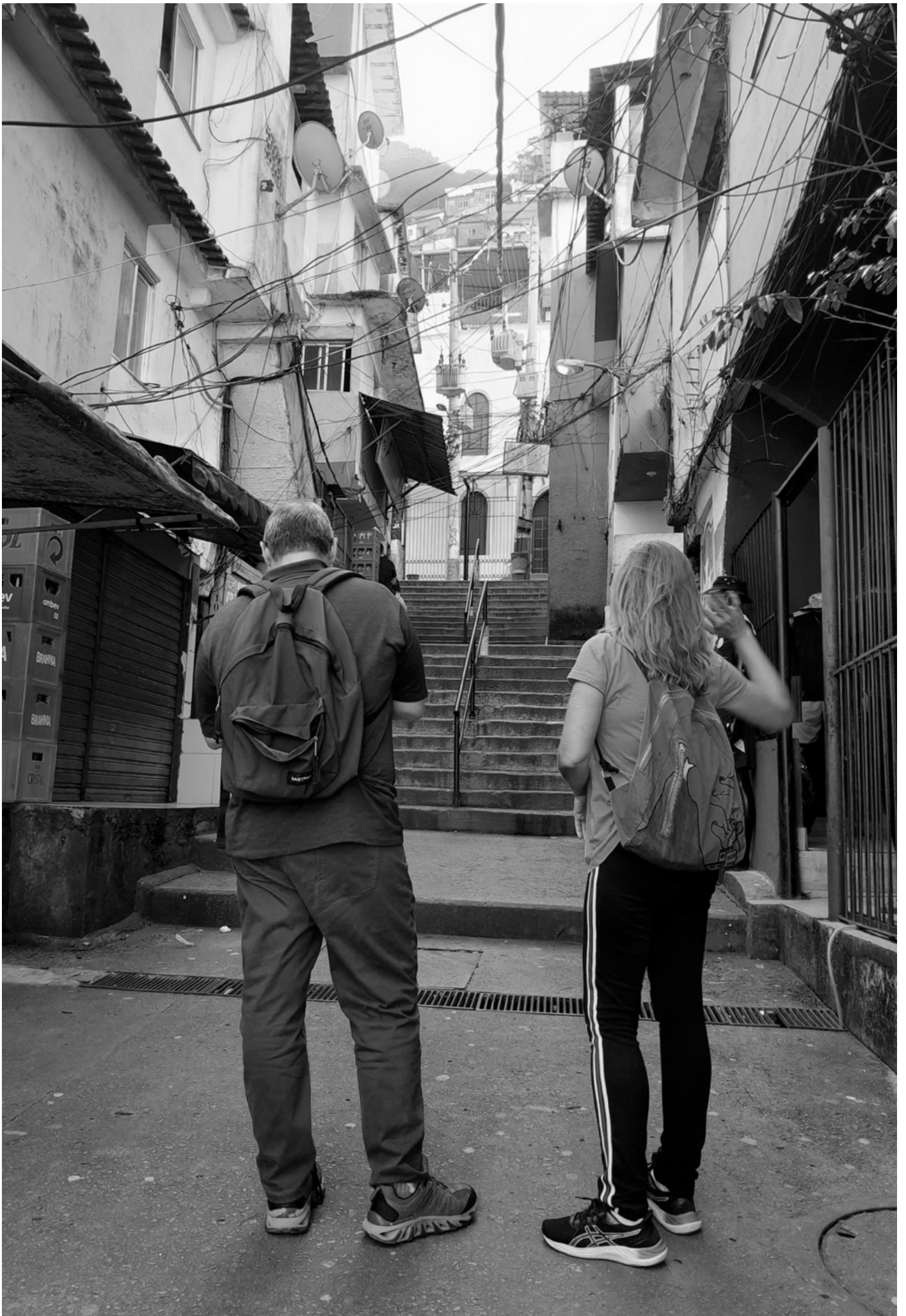
Las distintas experiencias tomadas en cuenta en esta investigación muestran que, como mínimo en el caso de Brasil, **el turismo comunitario urbano emerge como una realidad que va más allá de los espacios rurales.** Se pone así en evidencia la pluralidad de formas que puede adoptar el turismo, y las posibilidades de su transformación bajo liderazgo comunitario y popular. En este sentido, el turismo puede responder a múltiples objetivos y lógicas, y no únicamente debe estar sujeto a una inserción subordinada de los sectores populares en la economía capitalista. Este conjunto de iniciativas permite reclamar cómo **el turismo puede formar parte de la economía popular y ser incorporado al repertorio de estrategias de resistencia e incluso formularse bajo lógicas postcapitalistas.** Esto supone reconocer la capacidad de agencia de estos colectivos y dejar de lado perspectivas que, supuestamente identificándose con estos sectores, al solo resaltar las intenciones de los intereses y las estrategias del capital, no comprenden realidades que son dinámicas. Además, este tipo de posicionamientos invisibilizan la capacidad de incidencia y transformación de mayorías subalternas.

A pesar de estos avances, al mismo tiempo, **el turismo comunitario, tanto rural como urbano, se encuentra actualmente sobre una ola de cambio, con un mercado que potencialmente demanda lo que ellas son o pueden ofrecer.** Además, es capaz de conectar con distintos nichos del mercado interesados en una diversidad de aspectos –naturaleza, cultura local o posibles conexiones con una determinada idea de ancestralidad–. De modo creciente, **hay mayor interés desde los grandes capitales por las posibilidades que puede ofrecer la gestión comunitaria sobre espacios urbanos, en especial áreas marginalizadas.** Pero aún más, la suma de factores críticos que planea sobre estos territorios, como la inseguridad, la incertidumbre de los apoyos públicos o la precarización y pobreza, hace que las organizaciones comunitarias puedan tener también un papel clave como mediadoras de intereses de naturaleza capitalista. Las apuestas del capital y sus representantes por desarrollar mecanismos de reconocimiento y visibilidad de estas iniciativas no son más que instrumentos a su servicio, tanto para explorar nuevos mercados como para dotarse de aliados con legitimidad sobre esos territorios. **Esta suma de contradicciones, por la coexistencia de intereses de distinta naturaleza, hace que las tensiones sobre las organizaciones comunitarias sean aún mayores, así como la complejidad de las decisiones que deben tomar.**

En términos metodológicos, la estrategia escogida, basada en el análisis comparado de casos, ha aportado nuevas perspectivas y ha enriquecido el conocimiento que podemos tener sobre el turismo comunitario urbano. Sin embargo, está basado en un trabajo de campo limitado en el tiempo y centrado en los liderazgos de las iniciativas analizadas, lo cual puede reducir la capacidad para capturar la complejidad específica de cada iniciativa. Serán necesarios nuevos estudios con mayor profundidad, de estas y otras experiencias, tanto en Brasil como en el resto de América Latina, que nos permitan hacer nuevos esfuerzos de síntesis sobre un fenómeno de cada vez mayor relevancia. La apuesta por el turismo de los sectores populares urbanos organizados bajo lógicas comunitarias es ya una realidad, compleja y contradictoria, pero los casos presentados permiten pensar de forma esperanzada su capacidad de resistencia y transformación e imaginar un turismo al servicio de las necesidades populares.

Alagados. Imagen de Ernest Cañada





Favela de Santa Marta. Imagen de Teresa Mendonça

REFERENCIAS

- Agus, P. y Indra, K. (2018). The Indonesian slum tourism: Selling the other side of Jakarta to the world using destination marketing activity in the case of "Jakarta Hidden Tour." *Web of Conferences*, 73, 1-10.
- Albinati, M. L. (2013). *Assistir, entrar em cena ou roubar a cena? Políticas culturais no território de Alagados (Salvador-BA)*. Editora Universitária da UFBA.
- Allis, T., Freitas, J. A. de, Jesus, I. T. de, Goes, K. S. y Silva, L. A. da. (2022). Cultura, turismo e desenvolvimento socioterritorial: Criatividade e inteligência nas bordas da metrópole. *Brazilian Creative Industries Journal*, 2(2), 105–130.
- Allis, T., Moraes, C. M. S. y Sheller, M. (2020). Revisitando as mobilidades turísticas. *Revista Turismo em Análise*, 31(2), 271-295.
- Angelini, A. (2019). A favela that yields fruit: Community-based tour guides as brokers in the political economy of cultural difference. *Space and Culture*, 23(1) 15-33.
- Araújo, M. D. F. D. S. (2009). São Sebastião-DF: do sonho à cidade real (Dissertação). Programa de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.
- Araújo, N. P. y Muniz, K. S. (2016). Quilombaque: Espaço não formal de educação como estratégia e ação para a implementação da Lei 10.639/03. En *I Congresso Internacional e III Congresso Nacional Africanidades e Brasilidades: Literaturas e Linguística* (pp. 1-12). Universidade Federal do Espírito Santo.
- Auala, L. S. N., van Zyl, S. R. y Ferreira, I. W. (2019). Township tourism as an agent for the socioeconomic well-being of residents. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1-12.
- Booyens, I. y Rogerson, C. M. (2018). Creative tourism: South African township explorations. *Tourism Review*, 73(2), 256-267.
- Booyens, I. y Rogerson, C.M., (2019), Re-creating slum tourism: Perspectives from South Africa. *Urbaniziv*, 30, 52-63.
- Borges, T. (2016, 6 de octubre). [Passeios dentro de comunidades viram opção para turistas em Salvador: Tradicionais pontos turísticos dão lugar a um cenário diferente: ladeiras, escadarias, casas com laje, creches e moradores que estão em cada bairro](#). *Correio 24 horas*.
- Broudehoux, A.-M. (2017). Favela tourism: Negotiating visitors, socio-economic benefits, image, and representation in pre-Olympics Rio de Janeiro. En C. Colomb & J. Novy (Eds.), *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 191-209). Routledge.
- Cañada, E. (2014). *Turismo comunitario en Centroamérica. Experiencias y aprendizajes*. Managua: Editorial Enlace, Colección Mejores Prácticas.
- Cañada, E. (2019). *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 7.
- Chili, N. S. y Mabaso, S. L. (2016). The challenges of developing small tourism enterprises in townships: case of Umlazi, South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 14(1-1), 201-205.
- Crochik, M. M. (2018). *Gentrificação verde: O urbanismo sustentável como instrumento da reestruturação imobiliária de Perus – São Paulo* (Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo). Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Recuperado de <http://www.teses.usp.br>
- Davis, M. (2006). *Planet of slums*. New York: Verso.
- de Carvalho, E. T. (2007). Os Alagados da Bahia: intervenções públicas e apropriação informal do espaço urbano. *Cadernos PPG-AU/UFBA*, 1(1), <https://doi.org/10.9771/ppgauftba.v1i0.1543>.
- de Araujo, A. F., Vieira, A. L. y Costa, C., (2018), Developing a Model of Film-Induced Slum Tourism Motivation: An Explorative, Qualitative Approach. *13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, 1-10.
- de Carvalho, E. T. (2002). Os Alagados da Bahia: intervenções públicas e apropriação informal do espaço urbano. *Cadernos PPG-AU/UFBA*, 1(1).
- de Jesus, D. B. (2014). *Conflitos Socioambientais em comunidades tradicionais: Marinha do Brasil e o quilombo do Alto do Tororó em Salvador/Ba*. 128 f. 2014. Dissertação (Mestrado) – Programa de Desenvolvimento e Gestão Social, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- de Oliveira, R. (2014). Turismo comunitário e favela-tour como expressões das novas dinâmicas do consumo turístico. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 25(2), 354-372.
- de Oliveira Pinto Junior, W. (2017). *Gestão social e governança em rede de políticas públicas: Coproduzindo uma tecnologia em gestão social com o coletivo de mulheres do Calafate* [Tesis de maestría, Universidade Federal da Bahia]. Escola de Administração - Universidade Federal da Bahia.
- De Souza, B. (2016). *Turismo de base comunitária: o caso da agência Brasilidade na favela Santa Marta, Rio de Janeiro*. Niterói: Universidade Federal Fluminense Faculdade de Turismo e Hotelaria, Departamento de Turismo, Curso de Graduação em Turismo.

- Dias Mano, A., Feder Mayer, V., y Fratucci, A. C. (2017). Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 413-435.
- do Nascimento, C. B. C. (2023). *O Museu de Favela (MUF-RJ) e o seu território - O Cantagalo, Pavão e Pavãozinho: Um trajeto de educação da Atenção*. [Tese de Doutorado]. Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Educação, do Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).
- Dürr, E.; Jaffe, R. y Jones, G. (2020). Brokers and Tours: Selling Urban Poverty and Violence in Latin America and the Caribbean. *Space and Culture*, 23(1), 4-14.
- Fagerlande, S.M.R. (2020). *Turismo em favelas no Rio de Janeiro em tempos de crise: ainda uma atividade possível? Seminário Internacional de Investigación en Urbanismo. São Paulo-Lisboa, 2020*. São Paulo: Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.
- Fernandes, J., Mason, K. y Chakrabarti, R., (2019), Managing to make market agencements: The temporally bound elements of stigma in favelas. *Journal of Business Research*, 95, 128-142.
- Ferrari, S. (2021). El turismo comunitario urbano como forma de re-existencia cultural y laboral. El modelo de Barrio Egipto (Bogotá). *Cuestiones de Sociología*, 24, e115.
- Ferreira-Barbosa, G. (2015). A favela Santa Marta e seus guias de turismo: identidade, mobilização e conflito. *Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, 5(Número Especial), 169-179.
- Fisher, M. (2022). *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* Buenos Aires: Caja Negra.
- Flyvbjerg, B. (2011). Case Study. En K. Norman, K. Denzin, y Yvonna S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (pp. 301-316). Thousand Oaks: Sage.
- Freire-Medeiros, B. (2009). Gringo na laje. Produção, circulação e consum da favela turística. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Freire-Medeiros, B., Vilarouca, M. G., y Menezes, P. (2013). International tourists in a 'pacified' favela: Profiles and attitudes. The case of Santa Marta, Rio de Janeiro. *DIE ERDE – Journal of the Geographical Society of Berlin*, 144(2), 147-159.
- Freire-Medeiros, B. (2014). *Touring poverty*. Oxfordshire: Routledge.
- Frenzel, F. (2017). Slum tourism and its controversies from a management perspective. En M. Gudi ; A. Rosenbloom y C. Parkes (ed.). *Socially Responsible Organizations and the Challenge of Poverty* (pp. 126-133). New York: Routledge.
- Frenzel, F. y Blakeman, S. (2015). Making slums into attractions: the role of tour guiding in the slum tourism development in Khibera and Dharavi. *Tourism Review International*, 19(1-2), 87-100.
- Frenzel, F., Koens, K., Steinbrink, M. y Rogerson, M. (2015). Slum tourism: state of the art. *Tourism Review International*, 18(4), 237-252.
- Friedl, P. (10 de diciembre de 2024). [Barrio Padre Carlos Mugica, ex villa 31: las políticas públicas abren camino al turismo](#). *Alba Sud*.
- Garcia, A. S. (2006). *Antigas capitais: Salvador, Cidade d'Oxum e Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
- Giddy, J. K. y Hoogendoorn, G. (2018). Ethical concerns around inner city walking tours. *Urban Geography*, 39(9), 1293-1299.
- Godinho Peria, P. V. (2024a). "Nos como um bairro de lutas": Ação pública e contra-narrativas sobre o território. *Athenea Digital*, 24(2): e3418.
- Godinho Peria, P. V. (2024b). Mediação Cultural à Contrapelo: a ação da Comunidade Cultural Quilombaque no campo do Patrimônio Cultural. *Passos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(2), 357-369.
- González Bracco, M. (2023). Hacia un nuevo radar. Arte urbano e identidades barriales en la ciudad de Buenos Aires. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 137(1), 67-84.
- González Bracco, M., Sánchez Attanasio, T. y Abraham, Y. (2023). Turismo urbano ¿comunitario? Experiencias en barrios populares de la Ciudad de Buenos Aires. *Antropología Americana*, 8(16), 33-61.
- Gorelik, A. (2022). *La ciudad latinoamericana. Una figura de la imaginación social del siglo XX*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Griffin, T. y Muldoon, M. (2020). Exploring virtual reality experiences of slum tourism. *Tourism Geographies*, 24(6-7), 934-953.
- Guerrón Montero, C. (2018). Women sustaining community: The politics of agro-ecology in quilombo tourism in southern Brazil. *Bulletin of Latin American Research*. *Bulletin of Latin American Research*, 39(2), 191-207.
- Guerrón Montero, C. (2024). [Dissonance and disobedience in Brazilian quilombola heritages](#). *International Journal of Heritage Studies*.
- Guerrón Montero, C., Santos, L., y Santos, D. (2021). Ethno-ecological community-based tourism from within: Quilombo tourism and the quest for sustainability in Brazil. *Revista Turismo: Estudos & Práticas (RTEP)*, 10(2), 1-12.
- Harvey, D. (2007). Capitalismo: la fábrica de la fragmentación. En D. Harvey. *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica* (pp.137-143). Madrid: Akal.
- Harvey, D. (2012). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

- Henry, J. (2020). Morality in aversión?: Meditations on slum tourism and the politics of sight. *Hospitality & Society*, 10(2), 157-172.
- Hercog, B. P. (2022). Rumo às epistemologias das quebradas: iniciativas juvenis em arte e comunicação em Salvador (Bahia, Brasil) e Cali (Valle Del Cauca, Colômbia). Tese doctoral, Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador.
- Herrero Amo, M. D., Jayawardena, C. y Laloum Gaultier, S., (2019). What is the host community perception of slum tourism in Colombia? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(2), 140-146.
- Hoogendoorn, G. et al., (2019), Tourist and resident perspectives on 'slum tourism': the case of the Vilazaki precinct, Soweto, *GeoJournal*, 85(4), 1133-1149.
- Hoogendoorn, G. y Giddy, J.K., (2017), "Does this look like a slum?" Walking tours in the Johannesburg inner city. *Urban Forum*, 28, 315-328.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Censo 2010 Salvador*. 2010. Salvador. IBGE. Disponible [aquí](#).
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022). *Censo Demográfico 2022*. Rio de Janeiro: IBGE. Disponible [aquí](#).
- Ioannides, D., & Debbage, K. (1997). Post-Fordism and flexibility: The travel industry polyglot. *Tourism Management*, 18(4), 229–241.
- Ivars, J. (2001). *La planificación turística de los espacios regionales en España*. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Análisis Geográfico Regional del Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante.
- Kara Jose, M. (2008). *A vez dos Alagados: a construção de um programa integrado de urbanizacao de favela em Salvador*. Washington: The World Bank, No. 47027.
- Koens, K. y Thomas, R. (2016). "You know that's a rip-off": policies and practices surrounding micro-enterprises and poverty alleviation in South African township tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(12), 1641-1654.
- Korstanje, M. E. y Cisneros, L. (2017). Banalizing the Alterity: When Suffering Turns Attractive. En Korstanje M y George B. (ed.). *Virtual Traumascesapes and Exploring the Roots of Dark Tourism* (pp. 190-208). Hersey: Business Science Reference.
- Leiro, J. M. T. (2021). *Coletivo de Mulheres do Calafate no enfrentamento à violência contra as mulheres* [Disertación de maestría, Universidade Federal da Bahia]. Repositorio de la Universidade Federal da Bahia.
- Lo, Y.-C. y Janta, P. (2020). Resident's perspective on developing community-based tourism: A qualitative study of Muen Ngoen Kong community, Chiang Mai, Thailand. *Frontiers in Psychology*, 11, 1493.
- López, A. e Izcara, C. (2023). *Slum tourism. Controversias en torno al turismo y la pobreza*. Barcelona: Alba Sud Editorial, colección Informes en contraste, núm. 23.
- Lucher Albinati, M. L. (2010). *Assistir, entrar em cena ou roubar a cena? Políticas culturais no território popular de Alagados (Salvador-BA)* [Tesis de maestría, Universidade Federal da Bahia]. Universidade Federal da Bahia.
- Maurício, E. M. (2018). *Patrimônio local de paripe: Propostas de ações educativas em sala de aula*. Trabalho de Conclusão de Curso, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador.
- Mendes de Fava, B. (2023). *Turismo de resistência: Fortalecimento comunitário e exercício de liberdade – Comunidade Mutuca/Território Mata Cavallo - MT*. Sao Paulo: Paruna Editorial.
- Miranda, I. T. de. (2015). *O turismo sobe o morro - caso Vidigal: uma análise exploratória* [Monografía de grado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. Departamento de Turismo, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Moraes, C. M. S. (2011). *Museu de Favela: pensando turismo e patrimônio no Pavao, Pavaozinho e Cantagalo*. [Título de Mestre]. Programa de Pós Graduação da Universidade do estado do Rio de Janeiro.
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2020). Beyond rural contexts: Community-based tourism for a better life in the city. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 8(2), 419-439.
- Murray, I. y Cañada, E. (2021). Turistificación confinada. En E. Cañada e I. Murray. *#TourismPostCOVID19. Turistificación confinada* (pp. 14-80). Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Nisbett, M. (2017). Empowering the empowered? Slum tourism and the depoliticization of poverty. *Geoforum*, 8, 37-45
- Nussbaumer, G. M. y Leal, N. (2022). Espaço Cultural Alagados: uma experiência de gestão pública e comunitária. *Políticas Culturais em Revista*, 15(2), 101-121.
- Oliveira Alpes, K. G. (2019). *A racionalidade que norteia o turismo de base comunitária: Observação da iniciativa turística da Ilha de Deus em Recife-Pernambuco* [Tesis de maestría, Universidade Federal de Pernambuco]. Universidade Federal de Pernambuco.
- Parker, C. y Moreno, A. (2015). Turismo indígena urbano, ¿innovación identitaria? *Atenea*, 512, 231–246.
- Privitera, D. (2015). Tourist Valorisation of Urban Poverty: An Empirical Study on the Web. *Urban Forum*, 26, 373-390.
- Quesada, G. y Arias, J. (2013). Análisis geográfico de la segregación socio-ambiental de la ciudad de San José. *Revista Geográfica de América Central*, 51, 101-123.

- Rodrigues, M. S. (2018). *Políticas públicas e sustentabilidade para o turismo nas favelas cariocas* [Tesis doctoral, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. Centro de Educação e Humanidades.
- Rodrigues da Silva, D., Corbari, S. D., Sampaio, C. A. C., & Grimm, I. J. (2014). Turismo comunitario en favelas: Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira - Rio de Janeiro, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 786–804.
- Rompu van, P., (2019), Tourism as a Tool: Rehumanizing Rio de Janeiro's South Zone Favelas Through Community-Based Tourism Narratives. *Apuntes. Revista de ciencias sociales*, 46(85), 79-113.
- Romero, J. L. (2001). *Latinoamérica, las ciudades y las ideas*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Rossi, R. C. (2016) *Da Fazenda ao Loteamento Fortificado da Sapoca: À Urbanização na orla de Tubarão (Salvador-BA)*. 81f. Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador.
- Salvador, M. (2020). *Turismo de voluntariado. Caracterización y debates de un fenómeno global*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 13.
- Salvador, M. (2023). The role of humanitarian celebrities in volunteer tourism: Exploring their representation on Instagram. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55(1), 228-239.
- Santos da Silva, A. P. (2018). "Festa do Lixo" na Fazenda Grande do Retiro, Salvador-BA: um patrimônio cultural imaterial e seu caráter político-pedagógico. Dissertação de mestrado. Universidade do Estado da Bahia. Mestrado Profissional em Ensino de História. Programa de Pós-Graduação em Ensino de História, Salvador.
- Santos, E., Pinho, J. A. G. D., Moraes, L. R. S., Fischer, T. (2010). O caminho das águas em Salvador: bacias hidrográficas, bairros e fontes. Salvador: CIAGS/UFBA.
- Sena, L. V. C. de y Risso, L. C. (2023). Quilombismo urbano e suas resiliências em São Paulo. *XV ENANPEGE - Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia*.
- Sheller, M. y Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38, 207-226.
- Scheyvens, R. y Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589-609.
- Silva, J. P., y Araujo, C. P. (2018). Turismo de base comunitária e produção do espaço na comunidade da Ilha de Deus, Recife-PE. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(3), 72-87.
- Silva, S. C. B. M. y Fonseca, A. A. M. (1992). A produção do subúrbio ferroviário de Salvador: os exemplos de Paripe e Periperi. *Veracidade, Salvador-BA*, 2(4), 67-80.
- Sloan, P.; Simons-Kaufmann, C.; Legrand, W. y Perlick, N. (2015). Township tourism in South Africa – A successful tool for poverty alleviation? *Advances in Hospitality and Leisure*, 11, 153-168.
- Souza, F. S. D. (2005). *Caracterização socioeconômica de um bairro popular em Salvador: o caso de Paripe, no subúrbio ferroviário*. SEMOC-Semana de Mobilização Científica-Qualidade de Vida e Dignidade da Pessoa Humana.
- Spampinato, E. (2009). *Turismo em favelas cariocas e desenvolvimento situado: A possibilidade do encontro em seis iniciativas comunitárias* [Tesis de maestría, Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE]. UFRJ.
- Sushanti, I. R., Abednego, I. A., Septanti, D., Santosa, H. R., & Kisnarini, R. (2020). Waterfront concept development with community-based tourism. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 447, 012019. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012019>
- Teixeira, C. (1986). *Bahia em Tempo de Província*. Salvador: Fundação Cultural da Bahia.
- Törnberg, P. y Uitermark, J. (2022). Urban Mediatization and Planetary Gentrification: The Rise and Fall of a Favela across Media Platforms. *City & Community*, 21(4), 340-361.
- Torres, J. y Rodrigues, R. (2012, 22 de mayo). [Mapa deixa clara a concentração de homicídios em bairros pobres](#). *Correio 24 horas*.
- United Nations Habitat. (2003). [Housing and slum upgrading](#).
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.
- Urry, J. y Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. London: SAGE Publications.
- Van Rompu, P. (2019). El turismo como herramienta: Rehumanizando las favelas de la Zona Sur de Rio de Janeiro a través de narrativas de turismo comunitario. *Apuntes*, 85, 79-113.
- Vasconcelos, P. A. (2016). *Salvador: transformações e permanências (1549-1999)*. Salvador: EDUFBA.
- Vieira da Cunha, N. y Sisternas Tussell, J. (2018). De la pacificación a la turistificación de una favela de Rio de Janeiro. En C. Milano y J. Mansilla (coord.). *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 223-254). Barcelona: Pol-len Edicions.
- Vongvisitsin, B.; Huang, W. y King, B. (2024). Urban community-based tourism development: A networked social capital model. *Annals of Tourism Research*, 106, 103759.
- Wendel, B. (2024, 8 de julio). [Bairros da Bala: Fazenda Grande do Retiro e Paripe são os mais violentos de Salvador](#). *Correio 24 horas*.
- Yagi, T. y Frenzel, F. (2022). Tourism and urban heritage in Kibera. *Annals of Tourism Research*, 92, 103325.

Una publicación de

ALBA SUD 

investigación y comunicación para el desarrollo desde 2008

Con el apoyo de



**Diputació
Barcelona**

ISBN: 978-84-09-68932-3



9 788409 689323