

O Consumo no Turismo de Favelas da Cidade do Rio de Janeiro: uma Análise da Percepção e Construção de Valor Entre o Observador e o Observado

Brunno Peixoto Lippo Acioli
brunnoacioli@hotmail.com
UFRRJ

LUIZ ANSELMO DIAS DA SILVA
luiz_dias@hotmail.com
UFRRJ

JANAINA NASCIMENTO SIMOES DE SOUZA
jananss@yahoo.com.br
UFRRJ

Resumo: O turismo de visitação de favelas trata-se de um fenômeno relativamente recente. O presente artigo objetiva focar no turismo de favelas do Rio de Janeiro, que vem sendo praticado em comunidades pobres da cidade. Desse modo, busca-se identificar de que maneira o turista valoriza e engaja as forças sociais e a população das favelas, por meio de revisão bibliográfica e documental. O interesse por esse estudo surgiu mediante a exploração de novas dinâmicas para consumo do turismo, razões que levaram o desenvolvimento desta pesquisa a uma abordagem de novas propostas para a compreensão de possíveis melhorias do Turismo de Favelas.

Palavras Chave: Turismo - Consumo - Favelas - Rio de Janeiro - Moradores

1. INTRODUÇÃO

O turismo de visitação de favelas trata-se de um fenômeno relativamente recente, já que de acordo com MEDEIROS (2006), as favelas cariocas começaram a ser vistas como um destino turístico a partir da visita de Michael Jackson ao Brasil no ano de 1996, quando o mesmo veio filmar algumas cenas do clipe *Theydon'tcareaboutus* (Eles não se importam com a gente), no Morro Santa Marta.

Em 2010, em entrevista à Revista Veja, a antropóloga Bianca Freire Medeiros, afirmou que: “não é só vontade de conhecer outra cultura, um tipo de voyeurismo ou desejo de ajudar”. Segundo ela, os turistas estão em busca de uma situação de precariedade que eles desconhecem, há uma espécie de busca daquilo que caracteriza-se como um elemento de anticotidiano, exótico sob o ponto de vista do que estão habituados.

Na cidade do Rio de Janeiro, onde o tipo de turismo é praticado há mais tempo, o *Favela Tour* acontece em várias comunidades carentes, como na Favela São Conrado, na Vila Canoas, no Morro Santa Marta, Rio das Pedras, Complexo do Alemão, Morro da Babilônia e na Vila Cruzeiro. Contudo, o destino de visitação mais numerosa é a Comunidade da Rocinha chegando a 2,5 mil visitantes ao mês (O GLOBO, 2006b, 24).

Para os cariocas, a convivência com as regiões carentes ou comunidades, faz parte da realidade cotidiana. Assim, na contramão do pouco interesse de conhecer as favelas por parte dos residentes locais, há nos turistas uma motivação, sobretudo dos estrangeiros, para conhecerem de perto a realidade das favelas, além, da possibilidade que eles têm de visitar essas localidades através dos chamados *Favelas Tour*. Nestes, os turistas põem-se em contato com aquilo que, em geral, difere da sua realidade vivida.

Desse modo, o que as favelas despertam em termos de curiosidade e/ou consumo, é que estes elementos são tidos como pitorescos que, por sua vez, compõem uma das principais motivações do consumo turístico. E isso corrobora e demonstra, portanto, que há uma demanda real pelo consumo das favelas cariocas. Sendo assim, ao se configurarem com um produto turístico, temos agências de viagens especializadas em oferecer passeios às favelas, acabam por gerar renda a comunidade local (FREIRE-MEDEIROS, 2007, 2009).

Na medida em que o Turismo de Favela representa uma oportunidade de empreendimento com elevado potencial de geração de emprego e renda para o desenvolvimento das próprias comunidades, faz-se importante discuti-lo. Por outro lado, ainda que ele possa representar uma oportunidade econômica inovadora para a própria comunidade, a sua exploração, da forma e com os conteúdos que vem se dando, faz com que os moradores se sintam invadidos, uma invasão que fere a autoestima dos indivíduos, que os inferioriza e que os estigmatizam.

Nesse sentido, o presente trabalho visa levantar questões teóricas sobre como o Turismo de Favela atua sobre a autoestima dos moradores, buscando compreender se esta atividade provoca situações de constrangimento dos membros das comunidades, se atua como predador das relações sociais intracomunitárias, ou se dá *status* ao morador local. Por outro lado, busca-se também identificar de que maneira o engajamento do consumo tende a contribuir com outras possibilidades de exploração, que representem novas oportunidades para o desenvolvimento socioeconômico nas comunidades.

2. PROBLEMA DE PESQUISA

Um dos grandes desafios enfrentados pelo turismo de favelas, a princípio, foi o fato do tráfico e o acesso aos pontos mais altos da comunidade. Com a criação das UPP's (Unidade de Polícia Pacificadora), pelo governo do Estado, o acesso de turistas aos morros foi facilitado, levando a estes turistas uma maior segurança a pontos estratégicos da comunidade, tais como: vista panorâmica, arquitetura, valores culturais.

Avaliando a situação socioeconômica das favelas cariocas, o Turismo nessas localidades não resolve problemas mais complexos como saúde e educação. Ao contrário, ele explora a pobreza do local expondo a realidade de vida íntima da população, tratando-os como uma "atração turística" (uma mercadoria) dentro da sua própria comunidade.

Além disso, o consumidor do turismo de favela geralmente não observa as habilidades locais da comunidade para vender produtos de arte e artesanato local (*souvenir*), movimentar bares e restaurantes, promover feiras, gerenciar albergues. Falta ainda por parte do Governo capacitar jovens para se tornarem guias turísticos, para reforçar e valorizar a história do seu patrimônio cultural, tendo também como resultado uma grande significação para o consumo e melhorar a autoestima da população. Assim, chega-se a seguinte questão: até que ponto o turismo na favela valoriza a comunidade local, sob o ponto de vista econômico e social?

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

De forma a alcançar os objetivos propostos e responder à questão do problema de pesquisa, o presente estudo tem, no geral, uma abordagem qualitativa que busca uma análise da atividade turística e suas implicações nas maiores comunidade carentes do Rio de Janeiro. Segundo DENCKER (2001, p. 13), utilizar um método qualitativo de pesquisa científica significa que:

no campo da pesquisa isso significa que as investigações partem do pressuposto que as pessoas agem em função de suas crenças e valores e que o comportamento não é facilmente interpretável, sendo preciso desvendá-lo. As características principais dos estudos qualitativos são a visão holística, a abordagem indutiva e a investigação naturalística.

O presente trabalho tem como ponto de partida a pesquisa documental e bibliográfica. A pesquisa bibliográfica surgiu da necessidade do levantamento de referenciais teóricos que auxiliassem na seleção e definições de conceitos e de enfoques que contribuíssem com o problema investigado, pois o pesquisador precisa delinear as possíveis implicações teóricas, considerando os eventos julgados referente ao objeto investigado (THIOLLENTT, 1997).

A importância da pesquisa documental é explicada por Mann (1970) e Becker(1999). Segundo Mann (1970, p. 86) "os documentos são a nossa história (e dos outros povos). Eles registram fatos do passado e o presente está na relação casual com o passado". Para Becker (1999, p. 122), a coleta de documentos gerados pela comunidade podem "propiciar um histórico útil, documentação necessária das condições de ação para um grupo (como um conjunto de regras codificadas) ou um registro conveniente de eventos e análises".

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A palavra comunidade no Rio de Janeiro está relacionada à violência e insegurança, mas, no entanto, como explica Freire-Medeiros, a favela se define como comunidade em

consequência do próprio mecanismo da exclusão social a que são submetidos. Segundo a autora, “a favela emerge como um território autossuficiente, portador de cultura própria, em que os habitantes se mantêm unidos em oposição à sociedade egoísta que os cerca”(FREIRE-MEDEIROS, 2009, p. 96-97). Já Gomes (2002, p. 15) aponta que o significado dado à palavra comunidade no Rio de Janeiro, utiliza o termo como um, por vezes um tanto cínico, eufemismo para designar a ‘favela’, mas que no entanto é largamente utilizada para se referir a mesma.

De fato, esta categoria, que, à primeira vista, pode parecer simpática, pois confere um estatuto de grupo organizado e “harmônico” a estas pessoas, na verdade, age como um reforço da ideia de exclusão, na medida em que diferencia estas “comunidades” de uma sociedade urbana global que forma a cidade. Há uma demanda pelo consumo da favela carioca como produto turístico e os seus moradores e as agências de viagens vêm investindo na atividade, visando à geração de renda (FREIRE-MEDEIROS, 2007, 2009). O crescente contato dos turistas com os moradores das favelas confirma tal constatação.

Acredita-se que o Turismo de Favela, da maneira em que vem se dando, desvaloriza os moradores das comunidades visitadas, na medida em que se constitui a partir de um “olhar” preconcebido e pouco permeável à realidade dos moradores destas comunidades. Segundo Bauman, “o que as pessoas têm de fato é assim diminuído e denegrido pela insistente e excessiva exibição de aventuras extravagantes pelos mais favorecidos: os ricos se tornam objetos de adoração universal” (BAUMAN, 1999, p. 103). Esse Turismo é, em última instância, desqualificador e degradante de um outro que se deseja conhecer, não para respeitar, mas sim como uma curiosidade social, como um exotismo e algo extravagante.

A desqualificação dos moradores das comunidades se dá na medida em que a sua esfera privada vem sendo invadida pelas lentes das câmeras fotográficas dos turistas, atrás das quais se encontra um “olhar” não disposto a ver formas proativas e positivas de lidar com a adversidade econômica e a segregação social. O Turismo de Favela vende a pobreza, e vende caro, e quem a vende não mora nas comunidades pobres, nem delas consegue enxergar mais do que as visões míopes permitem ver.

Portanto, questões importantes como sustentabilidade e valorização do ser humano em seu lugar através do desenvolvimento são problemáticas contemporâneas que precisam ser discutidas, a fim de que novas propostas sejam apresentadas, em especial, no turismo, que no Brasil está se fortalecendo, incentivado por uma política do Governo de estímulo a visitação de estrangeiros.

Para John Urry (2010) no artigo *Consuming the planet to excess* a fase neoliberal do capitalismo cidades inteiras são transformadas em centros de produção de desperdício e consumo, aumentando a escala do impacto drasticamente, especialmente na economia do desperdício. Para Urry, a sustentabilidade não é compatível com nosso modelo de sociedade, é necessária uma mudança estrutural na sociedade que implique em mudanças de hábitos de consumo.

Segundo Bauman (1999), o turista é venerado e adorado pelos moradores, pois estes sonham ocupar a posição de turista em algum momento. Para aquele autor, “o vagabundo é o *alter ego* do turista” (Bauman, 1999, 102). O autor usa a palavra “vagabundo” para identificar a pessoa que almeja a condição de turista (ou seja, de consumidor), o qual se dedica aos passeios e ao consumo. Muito embora não estejamos utilizando a expressão “vagabundo”, como definida por Bauman, na discussão da relação que se estabelece entre os moradores de comunidades pobres e os turistas, é importante chamar a atenção para o aspecto levantado por Bauman na análise dos seus conteúdos.

A relação social que existe, ou que poderia existir, entre os moradores e os turistas está no centro da nossa reflexão. Esta relação encontra no espaço da “laje” um lugar privilegiado para ser observada e estudada. Acredita-se que a laje entendida como um novo “território cultural” que vem sendo utilizado pelo Turismo de Favela seja um espaço onde vem se dando novas relações sociais e de poder, e por esta razão, merece um olhar aprofundado da Sociologia. Para tratar deste novo “território cultural” observa-se que alguns autores e suas contribuições seriam fundamentais. A “laje”, se entendida como uma nova categoria no espaço urbano, poderia começar a ser discutida a partir dos conceitos “esfera pública” e “esfera privada” de Hannah Arendt (2005).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o as observações apresentadas, percebe-se que o turismo de favela é dual, no sentido de, ainda que possa trazer um relacionamento favorável com os moradores das comunidades sob a óptica do consumo, incentivar a demanda dessa atividade fortalecendo a sustentabilidade, a valorização local e a responsabilidade social promovendo assim o crescimento e a melhoria do comércio local, atuando de forma positiva econômica e socialmente, também pode gerar constrangimento e sentimento de invasão, dos membros das comunidades. O trabalho busca contribuir com novas reflexões sobre como é possível fazer com que o Turismo de Favela, possa evitar tais situações negativas e ficar de acordo com as aspirações dos moradores e desejos de consumo dos visitantes? Sugerindo novas possibilidades de pesquisas.

6. REFERÊNCIAS

- ARENDRT, Hannah. **A condição humana**. 5. ed. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1999.
- BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisas em ciências sociais**. 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.
- FREIRE-MEDEIROS, B. **Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.
- GOMES, P. C. C. **A Condição Urbana: ensaios de geopolítica da cidade**. Rio de Janeiro: 2002.
- VEJA. **Violência Atrai Visitantes**. 2013. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/turismo-favela-violencia-atrai-visitantes>. Acessado em 2013.
- JORNAL O GLOBO. **Favela do Vidigal vai ser aberta `a visita de turistas**. Rio de Janeiro, 21 mai. 2006b.
- MANN, Peter H. **Métodos de Investigação Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.
- MEDEIROS, Bianca Freire. **A construção da favela carioca como destino turístico**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2006.
- MEDEIROS, Bianca Freire. **A Favela Que Se Vê e Que Se Vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 22, n. 65, out. 2007, p. 61-72.

URRY, J. **Consuming the planet to excess.** *Theory, Culture & Society*, Los Angeles, v.27, n.2-3, p.191-210, Mar./May 2010.

THIOLENT, Michel. **Pesquisa-ação nas Organizações.** São Paulo: Atlas, 1997.