



COPPE/UFRJ

**TURISMO EM FAVELAS CARIOCAS E DESENVOLVIMENTO SITUADO: A
POSSIBILIDADE DO ENCONTRO EM SEIS INICIATIVAS COMUNITÁRIAS**

Elisa Spampinato

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Jr.

Rio de Janeiro
Outubro de 2009

**TURISMO EM FAVELAS CARIOCAS E DESENVOLVIMENTO SITUADO: A
POSSIBILIDADE DO ENCONTRO EM SEIS INICIATIVAS COMUNITÁRIAS**

Elisa Spampinato

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO INSTITUTO ALBERTO LUIZ COIMBRA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DE ENGENHARIA (COPPE) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Aprovada por:

Prof. Roberto dos Santos Bartholo Jr., D.Sc.

Prof. Fábio Luiz Zamberlan, D.Sc.

Prof. Maurício Cesar Delamaro, D.Sc.

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

OUTUBRO DE 2009

Spampinato, Elisa

Turismo em favelas cariocas e desenvolvimento situado: a possibilidade do encontro em seis iniciativas comunitárias / Elisa Spampinato. – Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2009.

VIII, 131 p.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Jr.

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ COPPE/ Programa de Engenharia de Produção, 2009.

Referencias Bibliográficas: p. 127-131.

1. Turismo. 2. Favela. 3. Desenvolvimento local. I. Bartholo Jr., Roberto dos Santos II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Programa de Engenharia de Produção. III. Título.

À minha família.

Resumo da Dissertação apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Ciências (M.Sc.)

TURISMO EM FAVELAS CARIOCAS E DESENVOLVIMENTO SITUADO: A
POSSIBILIDADE DO ENCONTRO EM SEIS INICIATIVAS COMUNITÁRIAS

Elisa Spampinato

Outubro/2009

Orientadores: Roberto dos Santos Bartholo Jr.

Programa: Engenharia de Produção

Na contemporaneidade novas demandas no turismo abrem espaço para (re)construir o turismo segundo outras diretrizes e baseando-se em outros valores. A responsabilidade dos turistas e o protagonismo dos autóctones emergem como traço marcante das novas modalidades turísticas. O trabalho procura verificar, dadas essas premissas, a possibilidade de vivenciar a atividade turística como um momento de encontro e crescimento por ambas as partes envolvidas. A referência a Martin Buber e ao conceito de experiência dialógica foi o grande norteador da reflexão e análise. Acredita-se na possibilidade de se pensar um “outro” turismo que seja baseado numa “outra” visão de desenvolvimento, e a principal referência nesse contexto foi a teoria dos *sítios* de Hassan Zaoual, na qual o Homem e a Cultura representam os elementos norteadores da análise. O trabalho dirige essas reflexões à análise de seis iniciativas de turismo em favelas cariocas, abordadas em sua complexidade de *sítios simbólicos de pertencimento*. A partir da assunção da favela como destino turístico, a análise está voltada a evidenciar a existência de *lugares turísticos* onde aconteça o encontro entre o turista e o anfitrião. A análise da dimensão econômica apóia-se nos conceitos de *sítio* e de *território produtivo*. O trabalho avança no estudo do fenômeno do turismo nas favelas cariocas e no aprofundamento do conhecimento de experiências de turismo de base comunitária em âmbito urbano, refletindo também sobre a possibilidade de um turismo *situado* e uma experiência dialógica nas favelas cariocas, a partir de uma rediscussão do conceito de desenvolvimento local nas comunidades envolvidas.

Abstract of Dissertation presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science (M.Sc.)

TOURISM IN CARIOCA SLUMS AND SITUATED DEVELOPMENT: THE
POSSIBILITY OF MEETING IN SIX COMMUNITY INITIATIVES

Elisa Spampinato

October/2009

Advisors: Roberto dos Santos Bartholo Jr.

Department: Industrial Engineering

In contemporary new demands in the tourism sector open space to (re) build the tourism under other guidelines and based on other values. The responsibility of the tourists and the role of natives emerge as striking feature of the new tourist modalities. The paper seeks to verify, given these assumptions, the possibility of experiencing the tourist activity as an opportunity to meet and growth for both parties. The reference to Martin Buber and to his concept of 'dialogical experience' was our main guiding idea to reflection and analysis. We believe in the possibility of taking an "other" tourism that is based on "other" vision of development and Zaoual Hassan's 'symbolic sites' theory was the main reference in this context. According to this theory Man and Culture represent the guide elements of the analysis. The work addresses these thoughts to the analysis of six tourism initiatives in Rio's slums, addressed in the complexity of 'symbolic sites of belonging'. From the assumption of the *favela* as a tourist destination, the analysis is aimed to show the existence of tourist places where the encounter between the tourist and host happens. The analysis of the economic dimension is based on the concepts of 'symbolic site of belonging'. The work advances in the study of the phenomenon of tourism in Rio's *favelas* and in furthering the knowledge about community-based tourism experiences in urban field. It also reflects about the possibility of having a situated tourism and a dialogic experience in Rio's *favelas*, starting from the rediscussion of the local development concept in the involved communities.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	1
CAP I. TURISMO COMO VIAGEM ANTROPOLOGICA	6
I.1 Introdução.....	6
I.2 Mudanças no discurso do turismo	6
I.3 Responsabilidade, participação e protagonismo social	13
I.4 O valor do encontro	23
I.4.1 A possibilidade do encontro no Turismo de Massa	28
I.4.2 O lugar do encontro no Turismo Alternativo	31
I.4.2.1 A autenticidade no turismo	33
I.4.2.2 Sobre Buber, o turismo e o dialógico	37
I.4.2.3 O continuum: proposta de uma ferramenta de análise	40
I.5 Conclusões	43
CAP II. TURISMO E DESENVOLVIMENTO SITUADO	45
II.1 Introdução	45
II.2 Mudando paradigmas de referência.....	45
II.3 Turismo situado, que turismo é esse?	55
CAP III. TURISMO E FAVELAS	59
III.1 Introdução	59
III.2 A favela como “destino turístico”: o olhar turístico sobre a favela	61
III.3 A favela: lugar ou não-lugar turístico?O olhar turístico para dentro da favela	68
III.4 A favela como “território produtivo”:	
o olhar turístico para além da favela no singular.....	77
III.5 Os casos	85
III.5.1 Caso 1: A Rocinha e os <i>favela tours</i>	85
III.5.2 Caso 2: Passeios ecológicos no Morro da Babilônia	92
III.5.3 Caso 3: Vila Canoas e a Favela Receptiva	99
III.5.4 Caso 4: <i>The Maze Inn</i> e Jazz na favela	105
III.5.5 Caso 5: O Museu de Favela – MUF	112
III.5.6 Caso 6: O Fórum de Turismo da Rocinha.....	119
III.6 Uma análise comparativas dos casos.....	133
CONCLUSÕES.....	141
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	149

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho nasceu de nosso envolvimento, dos últimos dois anos, com o Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social –LTDS- da COPPE/UFRJ, e em particular com as atividades ligadas ao Instituto Virtual de Turismo –IVT- um dos projetos levados a cabo pelo laboratório.

As pesquisas, estudos e projetos desenvolvidos pelo LTDS e, especialmente pelo IVT, permitiram-nos ampliar e aprofundar nossos conhecimentos sobre o turismo, e retomar nossos interesses para o tema do desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo, o crescente interesse para o turismo permitiu-nos resgatar a nossa formação na sociológica e antropológica, juntando-a a novas reflexões e temas, como o do turismo de base comunitária e o desenvolvimento *situado*.

Este trabalho representa nossa modesta contribuição para a reflexão sobre temas e debates recentes no âmbito do turismo, numa área -a urbana- a qual está ainda pouco explorada no Brasil quanto ao estudo sobre turismo sustentável. Mas, ao mesmo tempo, este trabalho representa um agradecimento pessoal para a cidade do Rio de Janeiro que nos encantou e nos acolheu, que nos enfeitiçou e nos desencantou, com a qual compartilhamos as fases de toda grande e eterna paixão. Mas que, além e apesar de tudo, nos fez crescer e representou uma outra fundamental etapa de nossa *viagem*.

Frente às mudanças registradas no turismo, na contemporaneidade, nos perguntamos sobre sua natureza, querendo verificar quanto essas novidades correspondam apenas a um mecânico reajuste dos serviços de um setor econômico em crescimento às necessidades da contemporaneidade, ou representem, ao contrário, um sinal do surgimento de novos valores no turismo.

A existência desses novos valores poderá abrir espaço para um outro tipo de turismo, baseado em uma outra visão de desenvolvimento, enfim, em uma nova racionalidade.

Estamos cômicos do fato de que seria uma ilusão pensar que um outro turismo possa acontecer de forma desvinculada do modelo de desenvolvimento. O turismo/ a atividade turística é expressão de uma determinada racionalidade, que está fundamentada em

determinados valores, portanto, para pensar num outro modelo de desenvolvimento devem ser mudados os valores de referência.

E para analisar esse processo de mudança de valores nessa conjuntura decidimos assumir, como foco de nossa análise, as relações. Por que as relações? Porque acreditamos que o tipo de relações que existem entre os atores interessados no processo seja um indicador dos valores vividos naquela experiência. Em particular, nos interessam as relações que se estabelecem entre o turista e o autóctone na atividade turística, porque acreditamos que o turismo, como qualquer atividade econômica, seja feita por homens, aliás, por *indivíduos* e, especificamente, pelas relações que se instauram entre os indivíduos. É por isso, portanto, que nos interessa olhar para o turismo, como setor/atividade econômico/a e também como encontro/experiência antropológica, evidenciando, ao mesmo tempo, e em primeiro lugar, as relações.

A referência a Martin Buber, e ao conceito de *experiência dialogal*, foi o princípio que inspirou a reflexão sobre as experiências comunitárias de turismo e que norteou nosso olhar na análise.

Tudo isso comporta que, de um lado, nossos interesses serão direcionados principalmente para aqueles aspectos antropológicos envolvidos nas atividades turísticas, a saber: o encontro com o “outro”, o diálogo intercultural, a questão identitária. Esses aspectos nos falam, fundamentalmente, das relações entre turista e autóctone *na* experiência turística, e isso, em nossa visão tem consequências, também, para o processo de desenvolvimento. Em particular, acreditamos que exista uma relação direta entre o tipo de relação que se cria entre o turista e o autóctone e a *qualidade* do desenvolvimento local.

Parte de nossa análise teórica estará, obviamente, voltada para a rediscussão do modelo de desenvolvimento atualmente vigente, e à apresentação de uma proposta alternativa, baseada em outros pressupostos e em outros valores. O conceito de *sítio simbólico de pertencimento* criado pelo economista marroquino Hassan Zaoual será nossa principal referência nesse contexto. As reflexões sobre as mudanças paradigmáticas no modelo de desenvolvimento nos levarão, também, a refletir especificamente sobre o turismo e sobre as possibilidades de existência de um turismo *situado*.

O objeto de nosso estudo de campo serão algumas manifestações de turismo nas favelas da cidade do Rio de Janeiro. Além de ampliar e aprofundar o conhecimento acadêmico sobre esse fenômeno, relativamente recente, nossa intenção é, com base nas questões apresentadas ao longo dos capítulos, refletir sobre o tipo de turismo atualmente presente e sobre as possibilidades de se pensar um modelo de desenvolvimento *situado* para o setor turístico nas favelas cariocas.

O objeto específico de nossa investigação serão seis casos de atividades turísticas em favelas cariocas, divididos por tipologia de serviço oferecido, em particular, passeio turístico em favela e hospedagem em favela. Apresentaremos dois casos por cada tipologia, escolhidos por serem modalidades distintas, com o objetivo de permitir um confronto e uma reflexão. A saber, o caso dos passeios turísticos na Rocinha e no morro da Babilônia; e os casos da hospedagem nas favelas Vila Canoas e Tavares Bastos. Os últimos dois casos apresentam, em nossa visão, características inovativas e promissoras da modalidade ‘turismo em favela’ e por isso demos um destaque especial colocando-os no final da apresentação.

O último caso, em particular, merece, em nossa visão, um destaque especial por carregar um forte valor simbólico. Nele, de fato, voltaremos a falar da Rocinha, território de nosso primeiro caso, e também primeiro caso de turismo em uma favela carioca. Com ele, fecharemos um círculo simbólico que nos levará por uma viagem pelas favelas cariocas, por várias experiências turísticas, contraditórias e desafiadoras.

A análise das seis experiências turísticas apresentadas está baseada em nosso trabalho de campo, através de observação participante e entrevistas formais e informais com representantes das mesmas; apoia-se, também, em várias outras pesquisas e variadas fontes. A seguir, apresentaremos a nota metodológica detalhada por cada caso apresentado.

O primeiro caso (**A Rocinha e os *favela tours***) está baseado em entrevistas que conduzimos pessoalmente com algumas lideranças comunitárias da Rocinha, a saber, Paulo Cesar (PC), Ailton Araújo Ferreira (Macarrão) e Nilton do SEBRAE-RJ¹ da Rocinha, que nos forneceu o estudo sobre as potencialidades turísticas da Rocinha

¹ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio de Janeiro.

(SEBRAE-RJ, 2008), a análise desse material faz também parte desse estudo. Uma grande importância tiveram, sobretudo, os trabalhos de pesquisas do instituto Genesis da PUC-Rio que resultaram, em parte na dissertação de mestrado de Daniela Santos Machado (MACHADO, 2007), orientada pelas professoras Denise Fonseca; outra referência foram os trabalhos de Palloma Menezes (2007; 2008a) sobre as representações fotográficas dos turistas sobre a favela da Rocinha; e, enfim os trabalhos de Bianca Freire-Medeiros (2005; 2006; 2007; 2009) sobre a favela como destino turístico, base importante para meu trabalho.

Para o segundo caso (**Passeios ecológicos no Morro da Babilônia**), nos apoiamos no material recolhido na sede da cooperativa responsável do passeio (a CoopBabilônia), no site e no blog da mesma

a, na entrevista efetuada com Raphael Raine Forni, Diretor de Ecoturismo da CoopBabilônia, e no trabalho de pesquisa de Freire-Medeiros (2007) sobre passeios turísticos em favelas cariocas, além das anotações feitas durante o passeio de ecoturismo, efetuada no dia 28 de junho deste ano.

Para a apresentação do terceiro caso (**Vila Canoas e a Favela Receptiva**) nos apoiamos na dissertação de Langenbach (2008) sobre experiências de inovação social; na dissertação de Pimentel sobre a rede de Bed & Breakfast em Santa Teresa; e também na dissertação de Machado (2007) sobre Turismo de Favela e Desenvolvimento Sustentável. Utilizamos também as anotações recolhidas durante nossa visita à comunidade de Vila Canoas, durante a entrevista com Eneida Santos, e durante as conversas e entrevistas informais que tive com alguns anfitriões e suas famílias.

O quarto caso (**The Maze Inn e Jazz na favela**) teve como referência nossas visitas ao local, nossa entrevista gravada com o proprietário Bob Nadkarni e outras entrevistas informais com alguns dos hóspedes, além da observação e participação em vários eventos musicais. As informações encontradas no site, os artigos em jornais e revistas internacionais, juntos com os vídeos encontrados na internet foram importante referência na análise desse caso.

A análise da experiência do quinto caso (**O Museu de Favela - MUF**) baseia-se nas entrevistas formais e informais realizadas com alguns dos sócios fundadores da instituição e com integrantes do conselho comunitário da mesma. Outra importante

fonte foi a entrevista com Mario Chagas, atual diretor do departamento de processos museais no IBRAM² e professor adjunto da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro UNIRIO³. Figura importante no processo de ideação, criação, planejamento e capacitação da experiência, pelo acompanhamento do grupo desde o começo da experiência como representante do IBRAM, instituição que forneceu um importante apoio ao projeto, Mario Chagas acompanhou de perto também a experiência do Museu da Maré, importante referência para esse inovativo projeto comunitário de turismo. Fundamental foi a nossa participação ao primeiro roteiro turístico realizado no dia 27 de junho desse ano nas comunidades em questão, durante o qual foi apresentada a primeira proposta de roteiro turístico do museu a céu aberto que interessará o morro.

A análise do sexto caso (**O Fórum de Turismo da Rocinha**) está baseada nas entrevistas e nas conversas realizadas com algumas lideranças locais, e alguns representantes da instância governativa em questão: Ailton Araújo Ferreira (Macarrão) –Presidente, Paulo Cesar (PC) –assessor financeiro, e Hélio Almeida –assessor de comunicação. A análise está baseada, também, nas anotações e nas impressões amadurecidas durante as visitas aos lugares e no acompanhamento de seus trabalhos e propostas. Baseia-se também nos trabalhos de Freire-Medeiros (2005; 2006; 2007; 2009) e de Menezes (2007; 2008a; 2008b) e no estudo realizado pela SEBRAE-RJ (2008) sobre as potencialidades turísticas da comunidade.

² Instituto Brasileiro de Museus, criado pela lei nº 11.906 de 20 de janeiro de 2009, que veio a substituir o Departamento de Museus e Centros Culturais do IPHAN –Instituto do Patrimônio Histórica e Artístico Nacional, vinculado ao Ministério da Cultura.

³ Mario Chagas é professor na escola de museologia e no programa de pós-graduação em memória social

CAPÍTULO I

TURISMO COMO VIAGEM ANTROPOLOGICA

1. Introdução

Na primeira parte desse trabalho, enfrentaremos a análise das mudanças que estão interessando o turismo atualmente e, em particular, o surgimento de “novas” modalidades. Estamos interessados em analisar a natureza dessas “novidades”: trata-se apenas de mudanças, ou reajustes, necessários para um setor econômico em expansão, que precisa recorrer à criação de novos nichos de público e ofertas mais diferenciadas e personalizadas; ou estamos assistindo a uma mudança qualitativa, que envolve a criação e o surgimento de “novos” valores na atividade turística?

Essa pergunta guiará todo esse primeiro capítulo e constituirá o pano de fundo das questões postas, as quais, por si, buscarão fornecer as ferramentas teórico-conceituais para responder à nossa pergunta.

2. Mudanças no discurso do turismo

A “Conferência de Manila”⁴ de 1980 representa, a nosso ver, um marco importante na história recente do turismo. Essa relevância não vem simplesmente da adoção de novas expressões tais como NFT (“novas formas de turismo”) e Turismo Alternativo (TA), mas do que essas expressões realmente representam, ou seja, o início da preocupação com a preservação patrimonial, natural e cultural das comunidades de acolhimento. A partir de Manila evidenciou-se, de fato, a

⁴ “Após a realização da “Conferência de Manila” em 1980, proliferaram reuniões e encontros científicos de âmbito nacional, regional e internacional, promovidos pela OMT, evidenciando a necessidade de se elaborar documentos oficiais, tais como declarações de intenções, códigos de conduta e relatórios reguladores da atividade e da prática turística. Neste contexto, foram traduzidas preocupações vinculativas, como são os casos da “Carta do Turismo” e do “Código do Turista” (1985), da “Declaração de Tamanrasset” (1989), da “Declaração de Haia sobre o Turismo” (1989), da “Declaração do Quebec sobre o Ecoturismo” (2002), entre outros. Estas iniciativas legitimaram o surgimento de NFT alternativas, diferenciando-se das anteriormente predominantes” (ROCHA BRITO, 2004, p.109).

necessidade de implementar formas turísticas susceptíveis de promover a integração dos diferentes sectores de atividade económica, em função das características socioculturais e ecológicas preexistentes, de forma à obtenção de alterações sociais e económicas de longo prazo (ROCHA BRITO, 2004, p.109).

Essa conferência representa, portanto, o surgimento de uma nova consciência ambiental no turismo, que começou a se despertar também a partir da declarada crise ambiental, que, depois o relatório Brundtland⁵, apresentou-se com toda sua força e urgência ao mundo. Foram impulsionados debates, reflexões e estudos sobre o tema, os quais, de certa forma, levaram à adoção de novos limites também para o turismo.

Nesse momento, de fato, começaram a serem evidenciados os impactos físicos e sociais de um turismo (de massa) descontrolado e ambientalmente desregulado e despreocupado. Começou, portanto, a se falar a respeito dos limites físicos das localidades, de capacidade de carga, tanto física quanto social; dos limites da natureza e das externalidades negativas do turismo de massa.

Concordamos, porém, com Rob Davidson, quando in *Tourism in Europe* afirma que “os impactos físicos e sociais do turismo de massa apenas explicam parcialmente as recentes alterações nos gostos dos europeus” (DAVIDSON, 1992, p.127). De fato, para este autor existem também outras causas que influenciaram o surgimento desse Turismo Alternativo, além das preocupações ecológicas e ambientais que têm a ver com mudanças nos hábitos, nos consumos, nas condições financeiras e de tempo livre dos novos potenciais turistas.

De fato, essas mudanças socioeconômicas, juntas às crises ambiental, econômica e ideológica que interessaram as sociedades contemporâneas nas últimas décadas do

⁵ O Relatório Brundtland é o documento intitulado *Nosso Futuro Comum*, publicado em 1987, no qual desenvolvimento sustentável é concebido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”. O Relatório Brundtland – elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, faz parte de uma série de iniciativas, anteriores à Agenda 21, as quais reafirmam uma visão crítica do modelo de desenvolvimento adotado pelos países industrializados e reproduzido pelas nações em desenvolvimento, e que ressaltam os riscos do uso excessivo dos recursos naturais sem considerar a capacidade de suporte dos ecossistemas. O relatório aponta para a incompatibilidade entre desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo vigentes (fonte WIKIPEDIA <http://pt.wikipedia.org/wiki/Relatório_Brundtland>. Acesso em 3 de março 2009).

século, levaram a mudanças nos hábitos e, sobretudo, nos gostos e, conseqüentemente, nas demandas dos turistas.

Olhando o turismo em termos essencialmente econômicos podemos registrar que essa indústria, chegando à década de 80, necessitou modificar-se, adaptar-se, especializar-se, para afinal conseguir continuar a “vender o próprio produto”, ou seja, responder às exigências do mercado e superar o momento de “crise” e de mudanças estruturais.

A partir do final da década de 80, de fato, começam a aparecer uma série de “‘nuevos turismos’, *propiciados en su conjunto por las nuevas condiciones y exigências del mercado, esto es, competitividad, flexibilidad y segmentación*” (TALAVERA, 2003, p.34 grifo nosso).

Nessa nova fase, que Molina chama de “pós-industrial”, o turismo apresenta, de fato, novos requisitos, tais quais

a diferenciação dos produtos/serviços e também a desmassificação dos mercados ou a alta segmentação; o começo da personalização dos serviços; a descentralização de decisões nas empresas e no setor; o ecologismo, que se desdobra na estratégia de desenvolvimento sustentável (MOLINA, 2003, p.26).

E essas mudanças, próprias da indústria turística, juntaram-se à crescente preocupação com a crise ambiental, econômica e ideológica, das quais já falamos, e “*impulsionaron el proceso de búsqueda y desarrollo de nuevos e diferenciados productos turísticos que pudieran ser aceptados por la fuerte demanda de ocio occidental*” (TALAVERA, 2003, p.34). (ibid.).

Sintetizando, essas mudanças que começam a interessar a indústria turística a partir da década de 80 representam, em parte, as conseqüências que as descobertas e os debates sobre a questão ambiental e ecológica provocaram nas sociedades e culturas contemporâneas; e em parte, a resposta à “evolução econômica” da própria indústria do turismo.

Relembrando que no fundo é impossível separar as duas ordens de causas porque “o desenvolvimento dessa indústria [turística] não se explica simplesmente em termos de determinantes ‘econômicos’”, e mais claramente, porque “a economia do turismo não

pode ser compreendida separadamente da análise de desenvolvimento cultural e da política do setor” (URRY, 2001, p.64).

O turismo de natureza, o turismo cultural, o turismo étnico, o turismo ecológico, o turismo rural são apenas alguns exemplos desses “novos” turismos resultados da relativamente nova tendência no turismo global.

A respeito da presumida novidade dessas formas turísticas, Talavera acredita que as várias formas que o TA assume representam apenas uma miragem (*espejismo*) de uma nova forma turística. De fato, segundo o autor, essas formas seriam

‘definiciones revisadas’ de los tipos de turismo, que actualizan aquellas con características de una demanda no ya de unas formas turísticas sino de unos clientes potenciales enclavados en la dicotomía modernidad-postmodernidad (TALAVERA 2003, p.37).

Essas *‘definiciones revisadas’* hoje presentes nas ofertas turísticas globais, seriam, segundo o autor, basicamente as mesmas propostas por Smith em 1977, a saber, o turismo étnico, ambiental, recreativo e cultural-histórico (ibid., p.36).

Todas essas denominações diferentes serão reunidas, neste trabalho, sob a denominação de Turismo Alternativo (TA). Esse termo será utilizado, portanto, apenas para indicar aquelas formas de turismo que se caracterizam por se posicionar de forma diferente (exatamente *‘alternativa’*) ao turismo de massa, compartilhando a posição de Fennell, segundo o qual, o TA indica “formas de turismo que advogam um enfoque oposto ao turismo convencional de massa” (FENNELL, 2002, p.21). Na mesma linha, Davidson afirma que as várias classificações utilizadas para indicar as modalidades de TA “indicam sobretudo diferenças entre o turismo de massa convencional e o movimento que se lhe apresenta como alternativa” (DAVIDSON, 1992, p.35), evidenciando que o que essas formas de turismo têm em comum é, principalmente, essa contraposição ao turismo de massa, mais do que uma suposta homogeneidade tipológica.

Esse termo, porém, justamente por apresentar-se como *alternativa* ao turismo de massa, não está livre do risco de ideologia e pode carregar consigo uma valoração intrinsecamente positiva, que na realidade não possui.

Afirmar, por exemplo, que “TA é um termo genérico que engloba toda uma serie de *estratégias* de turismo (...) todas com o propósito de oferecer uma *alternativa mais benigna* ao turismo convencional de massa em certos tipos de locais de destino” (FENNELL, 2002, p.21 grifo nosso), parece, no fundo, sugerir um posicionamento ético positivo do TA, atribuindo-lhe uma intrínseca superioridade moral em relação ao turismo de massa do qual o termo por si só é desprovido.

Mas, ao mesmo tempo, o autor reconhece que “a filosofia por trás do Turismo Alternativo (TA) (...) era garantir que as políticas de turismo não se concentrassem apenas nas necessidades econômicas e técnicas, mas enfatizassem a demanda por um ambiente não degradado e a consideração das necessidades da população local” (FENNELL, 2002, p.21), evidenciando assim como o surgimento do TA, e a crescente demanda por ele, de qualquer forma, representa o surgimento de uma nova sensibilidade e um posicionamento “político”, *lato sensu*, no setor turístico.

Resumindo queremos destacar que o adjetivo “alternativo”, que utilizaremos para indicar esse “novo” tipo de turismo, não traz nenhum valor ontologicamente positivo. Ou seja, não consideramos o TA bom por natureza, porque não é por si só mais respeitoso com o meio ambiente ou com a cultura local. Não comporta, por si só, menores impactos ambientais e/ou sociais e/ou culturais. De fato, os impactos, positivos e/ou negativos, ‘produzidos’ na atividade turística não dependem *só* dos interesses, desejos, sensibilidade sócio-cultural, consciência política e ação dos turistas, mas, *também*, praticamente em igual proporção, de todo um sistema, infraestrutura, gerenciamento, planejamento, que envolve uma multiplicidade de atores e fatores, guiados de interesses e ideologias diferentes e, às vezes, contraditórias. Ou seja, dependerão da *forma* pela qual essas novas modalidades serão implementadas, que por sua vez, depende da lógica que guia a visão de turismo.

Mesmo assim não podemos menosprezar que o Turismo Alternativo traz algo de “novo”, e essa novidade, de acordo com Talavera, deve ser lida dentro de sua relatividade sociológica e histórica. Essa relativa novidade tem a ver com um renovado interesse pela cultura e o meio ambiente, e em geral uma sensibilidade maior para todas as características “locais”, como indica também o estudo da Organização Mundial do Turismo (OMT) sobre as mudanças nas motivações dos turistas internacionais

apresentado no II Seminário Internacional de Turismo Sustentável (Fortaleza, Ceará) (SANSOLO, BURSZTYN, 2009, p.149).

Isso, de certa forma, pode ser lido como uma resposta às principais críticas direcionadas ao turismo de massa, entre as quais “sua orientação não-local” (FENNELL, 2002, p.20), seu desrespeito para com os equilíbrios ecológicos e sócio culturais dos lugares ‘afetados’/interessados pelo turismo. Reconhecemos que tudo isso *poderia* criar as condições favoráveis para que houvesse menos impactos negativos da atividade turística, mas não nos dá nenhuma garantia que isso *não* aconteça.

Este renovado interesse pela cultura e pelo meio ambiente é reconhecido, também por Fennell, como traço característico comum às várias modalidades do TA, quando afirma que “esse enfoque mais ‘ameno’ [do TA] coloca os recursos culturais e naturais no primeiro plano do desenvolvimento e do planejamento, em vez de considerá-los só num momento posterior” (FENNELL, 2002, p.21). Claro exemplo disso é, por exemplo, o turismo ecológico, ou ecoturismo.

Essa forma de turismo responde a um interesse pelo meio ambiente, mas, ao mesmo tempo, o une à necessidade de respeitá-lo: “ecoturismo é um tipo de turismo desenvolvido (...) de forma preservacionista, procurando conciliar a exploração do turismo com o meio ambiente ou harmonizar as atividades de lazer com a natureza” (CORIOLANO, 2003, p.124). Mas não é apenas isso, enquanto, o ecoturismo “pode implicar tanto o turismo cultural quanto o ambiental e, além disso, os benefícios para a população local deveriam ser uma parte integrante da atividade”⁶ (SCHEYVENS, 1999, p.1). O ecoturismo seria, portanto, uma forma de unir, de uma forma respeitosa, os dois principais interesses que caracterizam o “turismo alternativo”, a saber, a natureza e a cultura.

O ecoturismo, porém, não seria apenas um turismo de natureza, do qual, segundo o WWF-International, se diferencia por uma abordagem mais “proativa” (*proactive approach*) “que procura mitigar os impactos negativos e aumentar os impactos positivos do turismo de natureza”⁷ (2001, p.2).

⁶ Tradução nossa do original: “*can involve both cultural and environmental tourism and, in addition, benefits to the local population should be an integral part of the activity*”.

⁷ Tradução nossa do original: “*that seek to mitigate the negative and enhance the positive impacts of nature tourism*”.

Essa abordagem “proativa” tem a ver com a/o responsabilidade/envolvimento da/o qual fala Ceballos-Lascurain, o primeiro autor a usar, no início dos anos 80, o termo “ecoturismo”:

O ecoturismo é uma viagem e visita ambientalmente responsável e instrutiva para áreas naturais relativamente tranquilas a fim de desfrutar e apreciar a natureza (e cada aspecto cultural correlato seja passado que presente) que promove conservação, tem baixo impacto dos visitantes e proporcione, de forma útil/benéfica, um ativo envolvimento socioeconômico das populações locais⁸ (Ceballos-Lascurain⁹, 1996 apud SCHEYVENS, 1999, p.1).

De fato, essa postura é compartilhada também pela Sociedade Internacional de Ecoturismo, que define o ecoturismo como “viagem *responsável* para áreas naturais que *conserva* o meio ambiente e *sustente* o bem-estar da população local”¹⁰ “(WWF, 2001, p.2 grifo nosso).

Acreditamos que, enquanto se está evidenciando a “necessária dimensão social” do conceito (ibid.), se está chamando a atenção para a responsabilidade dos turistas envolvidos com a experiência. Isso, em nossa visão, é, ao mesmo tempo, um sinal de um despertar de consciências e uma demanda por participação ativa.

Concluindo, podemos afirmar que se, de um lado, essa específica forma de turismo demanda uma maior responsabilidade e uma participação ativa por parte do turista envolvido, do outro lado, *encontra e representa* uma “nova” demanda por participação.

Um novo quadro parece estar-se desenhando.

⁸ Tradução nossa do original: “*Ecotourism is environmentally responsible, enlightening travel and visitation to relatively undisturbed natural areas in order to enjoy and appreciate nature (and any accompanying cultural feature both past and present) that promotes conservation, has low visitor impact, and provides for beneficially active socio-economic involvement of local populations*”.

⁹ CEBALLOS-LASCURAIN, H. *Tourism, ecotourism and protected areas*. IUCN (World Conservation Union). Switzerland: Gland, 1996.

¹⁰ Tradução minha do original “*responsible travel to natural areas that conserves the environment and sustains the well-being of local people*”.

3. Responsabilidade, participação e protagonismo social

Parece que mudanças nos produtos/serviços turísticos acompanharam mudanças também na demanda turística e, especialmente, nos usuários dos produtos/serviços turísticos.

Analisando mais de perto as características dessa “nova” demanda, Zaoual afirma que tornou-se “mais *exigente, variada e variável*. Ela tende a se focar cada vez mais sobre a *qualidade* e exprime as necessidades da cultura e do meio ambiente” (2008, p.3 grifo nosso).

O WWF Internacional, seguindo a mesma linha, afirma que “mais turistas estão interessados em recreações, esportes e aventuras, e em conhecer a história, a cultura, a natureza e a vida selvagem das áreas que visitam” (2003, p.21), evidenciando novas atitudes nos turistas: “os turistas de hoje são física e intelectualmente *mais ativos* do que no passado” (ibid. grifo nosso).

Segundo Molina, estaríamos numa outra fase do turismo - começada nos anos 90- com características históricas diferentes, entre as quais a “alteração nos gostos e preferências da demanda, caracterizados pela *busca de novas experiências*, em vez de somente novos produtos/serviços” (MOLINA, 2003, p.32 grifo nosso).

A busca por *vivenciar* novas experiências, e não apenas usufruir de novos produtos/serviços, ou *observar* coisas novas, nos leva a registrar a presença de uma nova característica dessa demanda turística, a saber, a vontade de ser protagonista. Como declara o autor, essa é “uma demanda interessada cada vez mais em um turismo *ativo*, no qual assume o papel de *protagonista*” (ibid., p.33 grifo nosso).

Mas esse querer ser protagonista traz consigo os debates ambientais, ideológicos, econômicos e culturais desse final de século. Ou seja, trata-se de novos protagonistas que vivenciam a “consolidação de formas radicais para usufruir as férias (pós-turismo) articuladas às novas formas sociais e à emergência de culturas de alta tecnologia” (MOLINA 2003, p.33). E é justamente pela maior facilidade e ampliação do acesso à tecnologia informática essa demanda, continua o autor, se apresenta “com uma grande quantidade de informação, complexa, exigente, mutante em relação à forma como decide e se comporta durante suas viagens” (ibid.), mas, sobretudo, *responsável*.

Hoje em dia já não é mais novidade falar em “turismo responsável”. Fennell, por exemplo, o coloca entre as várias modalidades, ou “*estratégias*” de TA, “como por exemplo o turismo ‘apropriado’, ‘eco-’, ‘ameno’, ‘*responsável*’, ‘de pessoas a pessoas’, ‘controlado’, ‘em pequena escala’, ‘campestre’, ‘verde’, etc.” (FENNELL, 2002, p.21 grifo nosso). Essa modalidade “alternativa” de fazer turismo está ganhando espaço nos interesses dos turistas, sobretudo europeus, como nos mostram os resultados da primeira pesquisa quantitativa sobre o interesse dos italianos para o turismo responsável, coordenada pela ONG CISV de Turim¹¹.

Entre os resultados mais interessantes da pesquisa, evidencia-se, entre os entrevistados, uma predisposição positiva para esse tipo de experiência turística e a existência de uma preocupação e de um interesse em receber uma série de informações: sobre a transparência no preço e, particularmente, sobre o uso e o destino do dinheiro gasto na viagem, mas também sobre a possibilidade de um efetivo encontro e interação com a comunidade autóctone. Emergiu, entre outras coisas, um anseio de se sentir úteis à comunidade, expressando a vontade de desenvolver trabalho voluntário e colaborações pessoais nas áreas da educação e da saúde.

Os resultados da pesquisa, mesmo não sendo estritamente representativa a nível nacional do gosto dos italianos, fala-nos de tendências em ato no turismo contemporâneo. Registra-se uma mudança nos interesses dos turistas em direção a uma maior sensibilidade para os aspectos sociais e culturais do turismo e, particularmente, um interesse e uma procura por *contatos* e *relações* que vão além da simples proximidade física, mas que demonstram uma vontade de compartilhar e trocar, mas, sobretudo, de colaborar não apenas pela própria diversão, mas, de uma forma que seja útil para a comunidade autóctone. Esses interesses evidenciados pela pesquisa estão baseados, evidentemente, num forte sentido de solidariedade aliado a uma clara consciência das potencialidades que o próprio papel de turista pode desenvolver no local.

¹¹ A pesquisa, coordenada pela ONG CISV de Turim (Itália), foi realizada pelo Instituto Nacional de Pesquisas Turísticas (ISNART), e contou com a colaboração do Centro Internacional de Estudos de Economia Turística (CISSET) da Universidade Cá Foscari de Veneza. Os primeiros resultados podem ser consultados no site da Associação Italiana de Turismo Responsável (AITR) ao endereço <http://www.aitr.org/site/senegal/ricerca_italia.php> Acesso em 13 agosto 2009. *Foram entrevistados 1000 italianos -estratificados por gênero, profissão, estudos, e área geográfica- por meio de um questionário de 25 perguntas.

Como as outras experiências de TA o turismo responsável nasceu como alternativa ao turismo de massa. Segundo Davidson¹² (1992 apud Joaquim, 1997, p.86), distingue-se, assim, do turismo de massa pelos seguintes aspectos:

usa recursos que pertencem e/ou são geridos pelas comunidades de acolhimento; traduz-se em empresas de pequena dimensão; privilegia o contato direto entre as populações locais e os visitantes, enfatizando o entendimento mutuo e igualitário entre ambos; privilegia um desenvolvimento amigo do ambiente; caracteriza-se pela autenticidade; se assenta nas potencialidades locais.

Segundo o ex-presidente da Associação Italiana de Turismo Responsável (AITR) e atual coordenador do grupo “turismo e luta contra a pobreza” da mesma instituição, Alfredo Somoza, o turismo responsável é

um turismo que respeita as três dimensões da sustentabilidade, ambiental, socioeconômica e cultural. Um turismo, de fato, e não um turista, considerando, portanto, a interação entre o organizador de viagem, o viajante e a comunidade local. Estes três agentes devem ser “responsáveis” e encarregados dos impactos do turismo (SOMOZA, 2008¹³).

Nas palavras de Somoza, essa responsabilidade que define esse tipo, ou melhor, essa *filosofia* de fazer turismo, assume a forma de uma participação e de um posicionamento *ativo* de todos os atores, incluindo o turista, o qual deixa de ser um visitante sem nenhuma responsabilidade no local, para assumir que as próprias ações podem ter consequências no local, no meio ambiental e no social também. “Um turista responsável mostra-se cuidadoso com o consumo de água, por exemplo, que em muitos países é um bem escasso e precioso. (...) Come o que oferece a cozinha local”. Mas, sobretudo,

um viajante responsável informa-se e prepara-se antes da viagem, escolhe partilhar a vida quotidiana dos habitantes do país selecionado, descobre quais são os seus problemas e oferece uma contribuição concreta para os resolver; sobretudo, converte-se no seu regresso, num ‘embaixador’ e divulgador, narrando e informando sobre a realidade, complexa e por vezes dramática, dos países que visitou, assim como dos seus aspectos naturais, históricos e culturais (SOMOZA, 2007, p.66).

¹² DAVIDSON, Rob. *Tourism in Europe*. Londres, Pitmain Publishing, 1992.

¹³ Entrevista disponível no site do Instituto Virtual de Turismo, ao endereço: <http://www.ivt-rj.net/ivt/indice.aspx?pag=n&id=9796&cat=%C2%A0&ws=0>.

Um tipo de turismo esse, portanto, que “incorpore elementos de sustentabilidade ambiental e de responsabilidade social” (ibid.).

A questão da responsabilidade, assumida de forma mais consciente pelos turistas, e que se destaca nesse tipo de experiência turística, nos permite refletir sobre as mudanças qualitativas que estão acontecendo com um dos atores chave do turismo.

Confirmamos a ideia, expressa por Molina, de que os turistas estão assumindo cada vez mais um papel de protagonismo na atividade turística, uma vez que reconhecem a não neutralidade da própria presença no território e, portanto, a própria responsabilidade no dia-dia da experiência.

O que parece ter mudado não é, portanto, apenas o tipo de “produto” demandado pelos turistas, mas a consciência de poder mudar seu próprio papel.

Os turistas, por meio dessas práticas, *buscam sentidos*: “querem ser *atores*, responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos” (ZAOUAL, 2008, p.5 grifo nosso). Desenha-se a possibilidade de uma nova visão em relação à atividade turística.

Essa característica emergente de ser protagonista da experiência turística não distingue apenas os turistas, mas também os autóctones, e talvez essa seja a verdadeira inovação.

Relativamente à realidade brasileira, por exemplo, as reflexões, os debates, as mobilizações, mas também “as mudanças nos paradigmas da gestão político-estatal” (SANSOLO, 2009, p.124) modificaram também outro ator local, a saber, a comunidade receptora, que entra como novo ator ao lado do setor privado e do poder público. Como, de fato, nos apresenta Sansolo “a partir da década de 1980, passou a emergir um novo paradigma: o do interesse público, de onde surge a vertente participativa na organização do estado com um amplo controle social” (Ibid.), e isso associa-se a um despertar do ator-comunidade na cena político-social brasileira atual.

Esse novo ator, de um lado, parece ter adquirido uma nova consciência ambiental, como afirma Molina, “[essas comunidades locais] tendem a apreciar o valor de seus recursos naturais e que desenvolveram uma consciência clara sobre o papel que desempenham no futuro da comunidade” (MOLINA 2003, p.34); e de outro, uma nova consciência econômica e social por se apresentarem como protagonistas de seu próprio

desenvolvimento e por existirem “novas expectativas por parte das comunidades locais para receber diretamente benefícios do turismo” (ibid., p.32).

Isso obviamente não significa que as comunidades locais envolvidas diretamente com formas de “turismo alternativo” (tais como, “turismo rural”, “ecoturismo”, “turismo étnico” etc.) estejam efetivamente participando de modo ativo do processo de gestão e implementação do turismo, advertem-nos apenas que novas tendências estão tomando forma.

O que nos importa evidenciar aqui é o surgimento de um novo protagonismo dos autóctones, estimulado de um lado pela “nova” demanda por “outros” formatos de turismos, e de outro, pela ação de movimentos sociais e culturais, ONGs e associações que estimulam uma mobilização ativa das populações locais em prol da própria defesa do meio ambiente e, em particular, da própria cultura. No caso da realidade brasileira isso se soma às mudanças institucionais constituintes do processo democrático que, desde a década de 1980, estão interessando o Brasil, também na área do turismo¹⁴.

Essa atual fase do turismo registra, então, a assunção de um *papel político ativo* pelas comunidades locais que, segundo Molina, “esperam do turismo não apenas uma possibilidade de emprego, mas também a oportunidade de participar das decisões sobre o tipo de turismo que desejam e o tipo de turistas com os quais estão dispostos a compartilhar seu próprio espaço” (MOLINA 2003, p.34).

A comunidade local, portanto, entra no processo como protagonista político, sócio-econômico e cultural, cômico do próprio papel e da própria responsabilidade em relação ao próprio futuro, consciente dos direitos e deveres, ou pelo menos essa é uma atitude cada vez mais frequente.

Essa nova atitude aparece em toda sua força e inovação nas experiências do chamado “turismo de base comunitária” (TBC).

Introduzindo mais um conceito, acreditamos que seja fundamental esclarecer que não estamos interessados em fazer tipologias ou construir caixinhas conceituais rigidamente

¹⁴ Para um prospecto das mudanças institucionais que houveram no turismo no Estado do Rio de Janeiro ver, por exemplo, FRATUCCI, Aguinaldo César. “Participação comunitária na gestão do turismo nos municípios do Estado do Rio de Janeiro: Análise do processo do PNMT”. In: BARTHOLO, R., DELAMARO, M., BADIN, L. (orgs.), 2005, *Turismo e sustentabilidade no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Garamond, p. 246-266.

separadas sobre o turismo. Não é nosso objetivo criar tipologias que definam e distinguem o turismo cultural do turismo ecológico, por exemplo, ou que contrapunham o turismo responsável ao turismo étnico etc. Muitos desses termos/conceitos se cruzam e se sobrepõem, representando mais uma *perspectiva* em relação ao turismo, do que uma tipologia específica.

Falando em “turismo alternativo”, por exemplo, concordamos com Somoza sobre o quanto são estéreis as conceituações rígidas e estáticas: “o turismo comunitário é um desdobramento indispensável do conceito de turismo responsável. Não existe turismo responsável, na integridade do termo, sem uma comunidade envolvida e participativa” (SOMOZA, 2008).

O que pretendemos fazer aqui é apenas apresentar as várias e “novas” definições que atualmente o turismo vem adquirindo, como resposta, como vimos, de um lado, da diferenciação do mercado, e de outro de uma maior sensibilização e atenção em relação a temas de interesse global e, a partir daí, refletir sobre *os tipos* de experiências que proporcionam, e as consequências que geram, tanto para os turistas, quanto para os autóctones, porque são esses os atores que mais nos interessam nesse contexto específico. Em outras palavras, o que nos interessa aqui é refletir sobre o que algumas das formas de TA *representam* em termos de relações e das suas consequências sociais e culturais para os atores envolvidos.

Depois ter destacado a filosofia do turismo responsável, a análise seguirá apresentando o TBC. Destacaremos suas características, seu estatuto conceitual e, sobretudo, qual o seu significado em termos sócio-culturais para os atores envolvidos.

Em primeiro lugar é preciso evidenciar a falta de um consenso geral sobre o conceito: “as publicações acadêmicas evidenciam uma grande diversidade do sentido de comunidade, do tipo de turismo e do significado de turismo de base comunitária” (SANSOLO; BURSZTYN, 2009, p.145). Nesse contexto específico entenderemos o termo Turismo de Base Comunitária como:

uma forma de ecoturismo, onde a comunidade local tem um controle substancial sobre, e envolvimento em, seu desenvolvimento e gestão, e uma parte importante dos benefícios permanecem dentro da

comunidade (...) a definição implica algum tipo de responsabilidade coletiva e aprovação pelos órgãos representativos¹⁵ (WWF, 2001).

Quando falamos em TBC, portanto, estamos nos referindo àquele turismo onde a comunidade local não apenas participa, mas tem controle efetivo nas decisões relativas ao turismo na localidade. Ou seja, é um turismo no qual, usando a expressão de Krippendorff (1989), o “nativo mudo” adquire voz, no qual exerce um papel ativo.

Essa centralidade da comunidade, esse assumir-se como agente ativo do e no próprio desenvolvimento tem a ver principalmente com a *participação* da comunidade nas várias fases do processo de criação, implementação e gestão do projeto turístico. Como afirma Irving (2009) “o turismo de base comunitária só poderá ser desenvolvido se os protagonistas deste destino forem *sujeitos* e não objetos do processo” (ibid., p.111 grifo nosso). Com Sansolo (2009) e Irving (2009) registramos uma tendência ao aumento do reconhecimento da importância da participação da comunidade no turismo.

O protagonismo da comunidade, porém, mesmo sendo a característica mais relevante do TBC, é apenas uma das qualidades desse tipo de experiência, e apesar da variedade de definições associadas ao conceito de TBC nas diferentes realidades latino-americanas podem-se “destacar algumas semelhanças e aproximações” (SANSOLO, BURSZTYN, 2009, p.147).

Em particular, essas experiências surtem efeitos, não apenas sobre a dimensão estritamente econômica da vida das comunidades interessadas, mas também, e sobretudo, sobre a dimensão social e simbólico-cultural. Dos estudos de várias realidades de TBC foi evidenciado que

através do turismo de base comunitária essas populações vêm *revalorizando sua identidade cultural*, lutando pela manutenção de seus modos de vida, pelo direito à terra, se empoderando, por meio da criação de redes solidárias, de proximidade, por meio da criação de novos vínculos sociais, econômicos e culturais, bem como da valorização da conservação ambiental como um valor intrínseco aos seus modos de vida e não como uma externalidade a ser mercantilizada (SANSOLO, BURSZTYN, 2009, p.158).

¹⁵ “The term ‘community-based tourism’ is a form of ecotourism where the local community has substantial control over, and involvement in, its development and management, and a major proportion of the benefits remain within the community (...) the definition implies some kind of collective responsibility and approval by representative bodies” (WWF, 2001).

As mudanças na dimensão simbólico-cultural da vida comunitária, que aparece revitalizada nesses tipos de experiências, têm consequências nas relações com os turistas: “não comercializam o que os turistas desejam; disponibilizam o que entendem ser valoroso em termos culturais e ambientais” (SANSOLO, BURSZTYN, 2009, p.150).

Esse aspecto evidencia também quanto a dimensão relacional do encontro que essas experiências possibilitam adquirir relevância, embutido de fortes significados, materiais e simbólicos.

Podemos, então, incluir o encontro dialogal como uma ulterior característica do TBC, “a condição para o turismo de base comunitária é o *encontro entre identidades*, no sentido de compartilhamento e aprendizagem mútua” (IRVING, 2009, p.116 grifo nosso), fundamentada no “compromisso ético, de respeito e engajamento de ‘quem está’ e de ‘quem vem’ e [n]o intercâmbio real entre sujeitos” (ibid.).

Baseando-nos nessas reflexões, entendemos o TBC como um *laboratório* onde é possível experimentar novas realidades relacionais, sendo propiciada a interação, o intercâmbio intercultural e a troca de valores.

Um exemplo concreto dessa nova forma de turismo, que se tornou referência imprescindível em TBC é a Prainha do Canto Verde, no litoral do estado brasileiro do Ceará.

A iniciativa começou com a intensa mobilização da comunidade contra as ações de especulação imobiliária desenvolvida pela grande indústria do turismo. Essa auto-organização, estimulada por uma identidade ameaçada de sobrevivência, constituiu a base para promover um tipo de alternativa no turismo, focada nas demandas autóctones (LANGENBACH, SPAMPINATO, 2008).

Entre os vários e interessantes aspectos que essa experiência apresenta, o que nos interessa destacar, nesse contexto específico, é que a comunidade *assumiu-se* como agente fundamental no próprio desenvolvimento, e “desenhou essa série de serviços

turísticos de forma participativa, empoderando a qualidade de vida local e valorizando a própria identidade cultural” (*ibid.*).¹⁶

A partir de uma mobilização dos atores locais, num segundo momento, apoiados por atores, governamentais e não governamentais, locais e internacionais, essa experiência ganhou reconhecimentos e, mais importante, conseguiu “sugerir” soluções alternativas respeito a um determinado padrão de desenvolvimento do turismo¹⁷.

A notícia dessa reviravolta nas condições de planejamento e gestão da atividade turística, que marcou a história da Prainha do Canto Verde, se difundiu rapidamente tornando-se referência e fonte de inspiração para outras comunidades que vivenciaram histórias similares.

A recém-nascida Rede Tucum, por exemplo, que abrange um conjunto de 13 comunidades litorâneas do nordeste do país, no estado do Ceará, é um dos exemplos bem sucedidos de experiência de TBC, e está baseada na história e no exemplo da vizinha Prainha do Canto Verde e de outras experiências de redes comunitárias existentes no continente sul-americano¹⁸.

No site da Rede Tucum, podemos encontrar a ‘declaração de independência’ inspiradora dessas experiências:

na contramão do convencional, no turismo comunitário, a população local possui o controle efetivo sobre o seu desenvolvimento, sendo diretamente responsável pelo planejamento das atividades e pela gestão das infraestruturas e serviços turístico (<http://www.tucum.org/oktiva.net/2313/nota/118373>. Acesso em 15 de maio 2009).

A Prainha representou um exemplo não apenas para aquelas comunidades que vivenciaram histórias similares e se encontravam em condições parecidas. De fato os

¹⁶ Por mais informações ver ROCHA, 2003; BURSZTYN, et al., 2003 ; MENDONÇA; IRVING, 2004.

¹⁷ Aprofundaremos esse aspecto de inovação no turismo e proposta de um novo paradigma no próximo capítulo.

¹⁸ Para maiores informações veja o site da rede, ao endereço <http://www.redturs.org>.

princípios do TBC se difundiram além do território nacional, no continente americano e até na Europa¹⁹.

O que nos interessa evidenciar agora é “apenas” o fato de que essas experiências mostram-nos *um* outro ator da atividade turística: as comunidades locais.

Podemos tentar fazer uma comparação e observar que, se de um lado, o “turismo responsável” chama atenção sobre o papel do turista, sobre a responsabilidade de seus atos, portanto sobre sua ação, retirando-o de uma passividade imóvel no qual estava preso antes; da mesma forma o TBC pode representar a *libertação da passividade* da comunidade local/anfitriã, que nesse caso representaria o verdadeiro “ator esquecido” (IRVING, 2003; 2005; 2009).

Essa nova atitude da comunidade –a participação- é bom lembrar, às vezes, surge quase espontaneamente a partir da própria comunidade, principalmente em seguida a ameaças externas à própria vida/sobrevivência, como no caso da Prainha, por exemplo; outras vezes, ao contrário, é estimulada por agentes externos, como ONGs ou organismos internacionais. Mas, em qualquer caso, seja porque nasceu sozinha, seja porque foi impulsionada por atores externos à comunidade, o protagonismo da mesma se apresenta como a característica marcante desses tipos de experiências, que nos mostram um novo papel dos autóctones, nesse caso realmente novo e, sobretudo, inovativo.

A partir dessa breve análise do turismo alternativo, observamos que, a partir dos anos 80, vai se fortalecendo uma “nova” demanda turística, estimulada pelo contexto socioeconômico e cultural da contemporaneidade e pelas demandas - novas e não tão novas- que surgem a partir dos acontecimentos e dos debates atuais sobre meio ambiente, culturas e identidades locais etc. e que se traduzem numa “nova” oferta com características novas em relação à do turismo de massa.

Registramos também que o *protagonismo* dos turistas -que poder ser lido como uma resposta à *passividade* vivida no turismo de massa- é acompanhado por um renovado e inovativo protagonismo dos autóctones que começam a se posicionar como atores do processo turístico.

¹⁹ Para mais informações ver seção “Um pouco de história” no site da Rede Tucum, ao endereço: <http://www.tucum.org/oktiva.net/2313/nota/118383>.

Dos dois lados, portanto, há *sujeitos* querendo participar ativamente, de um lado, os turistas, “atores responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos” (ZAOUAL, 2008), e, de outro, as comunidades locais, resgatando um papel de participação ativa no inteiro processo da atividade turística.

Observando esse panorama concordamos com o Zaoual quando afirma que “se trata do desejo de um *diálogo de sentidos* entre os *visitantes* e os *visitados*, que procura abrir um caminho através dos escombros que o turismo de massa uniformizador deixa para trás” (ibid., grifo do autor).

Os dois sujeitos-atores querem se encontrar. Será que existe realmente esse diálogo? Vamos tentar responder a essa pergunta.

4. O valor do encontro

A pergunta que nos é apresentada primeiramente é “qual” turismo? Pois já vimos que não existe apenas *um* tipo de turismo. Até este momento, tratamos essa área reduzindo-a a duas grandes categorias: o turismo de massa, de um lado, e o TA, de outro. Contudo, queríamos esclarecer que essa é apenas uma simplificação utilizada para os fins deste trabalho. Continuaremos, portanto, a utilizá-la, cientes, porém, da natureza funcional e instrumental desta contraposição.

Observamos como o “produto” turístico diferenciou-se e especializou-se, criando uma maior e variada oferta. De um lado, devido à natureza econômica da atividade turística, a qual está, portanto, sujeita às leis do mercado que depois de um tempo impõem diferenciação nos “produtos” oferecidos e flexibilidade para se adaptar aos novos públicos diferenciados e para responder à variação nos gostos deles. Mas, ao mesmo tempo, não podemos esquecer da natureza social dessa atividade econômica, e observando-a, estamos conscientes do fato de que

o que se consome na sociedade contemporânea, particularmente em termos turísticos, depende de processos complexos de produção social de signos e significados que são disponibilizados no mercado das trocas econômicas e simbólicas, mas também da produção da subjetividade desejante (STEIL, 2002, p.67),

reafirmando as reflexões de Urry sobre a natureza historicamente e socialmente mutável do consumo turístico (2001) que vimos em precedência.

Em particular, isso significa que, se de um lado, podemos ler esses novos produtos turísticos como o resultado de uma série de “necessidades” da indústria turística (tais como a necessária segmentação e diferenciação do mercado, consequências da crescente competição etc.). De outro lado, temos “novas” demandas que refletem novas “exigências” relacionadas ao ócio e ao lazer, que são filhas de uma determinada época histórica e de determinados valores e ideologias e, conseqüentemente, o espelho de uma mudança nos mesmos. Em outras palavras, o Turismo Alternativo representa, de certa forma, o olhar turístico da pós-modernidade, ou de uma modernidade avançada. Olhar, esse, nas palavras de Urry, “tão socialmente organizado e sistematizado quanto o olhar do médico” (2001, p.16). Ou seja, existe toda uma estrutura atrás fortemente organizada e direcionada à implementação desse setor. Portanto, ao mesmo tempo, “levar em consideração como os grupos sociais constroem seu olhar turístico é uma boa maneira de perceber o que está acontecendo na ‘sociedade normal’” (ibid., p.17).

Sem querer aprofundar-nos muito na questão das demandas da contemporaneidade e de suas supostas causas, pois isso fugiria aos objetivos deste trabalho, nosso interesse é analisar as condições de existência deste diálogo/encontro, de um lado, nas modalidades de turismo de massa e, de outro, nas de TA. Acreditamos que a forma como o tipo de turismo é organizado, pensado e estruturado é um fator chave nessa análise, porque pode favorecer ou obstaculizar, concretamente, a possibilidade do encontro entre visitante e visitado. Antes, porém, é oportuno refletirmos sobre os desejos e as demandas dos diferentes tipos de turista, porque,

não existe um único turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. (...) O olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não-turísticas de experiências e de consciência social (URRY, 2001, p.16).

Sabemos que, além dos gostos do turista variarem ao longo do tempo e das várias épocas, na mesma época e na mesma sociedade temos vários tipos de turistas, e mais, os mesmos indivíduos podem ser vários tipos de turistas em diferentes momentos da

própria vida, de acordo com as diferentes necessidades que pode sentir nos diferentes momentos de sua pessoal história psicossocial.

Portanto, observar os desejos e as demandas dos turistas não representa meta difícil porque

historicamente, a pesquisa sobre o turismo tende a se concentrar não nos tipos de turismo, mas nos tipos de turistas e seus diversos traços, características, motivações, necessidades individuais. Isso possibilitou aos pesquisadores e profissionais do ramo entender melhor os turistas com base no tipo de experiências buscadas, como indivíduos e como grupos (FENNELL, 2002, p.63).

Com Krippendorf (1989, p.90), é fácil entender porque, pelo menos até o começo dos anos 90, “a psicologia e a sociologia do turismo se voltaram exclusivamente para o turista”: de fato, continua o autor, “ele representa o mercado” e “as perguntas são encomendadas e financiadas pela indústria da viagem”. Em contrapartida, históricos de pesquisas voltadas para detectar, entender, registrar os desejos, traços e necessidades das comunidades receptoras, são relativamente menos numerosos, mesmo que qualitativamente muito valiosos. A esse respeito, sinalizamos, entre outros, os trabalhos desenvolvidos pelo Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS) da COPPE da Universidade Federal do Rio de Janeiro UFRJ, entre outros, sobre as iniciativas de base comunitária do litoral sul do Estado do Rio de Janeiro, desenvolvendo análises dos impactos do turismo sobre as comunidades caiçaras da região de Paraty²⁰. Outros estudos e pesquisas foram desenvolvidos pelo Departamento de Produção da Universidade Estadual Paulista (UNESP) com foco na análise de sustentabilidade de destinos turísticos do Cone Leste Paulista²¹. Acreditamos que, devido à relativamente recente difusão das experiências de TBC, provavelmente a tendência para pesquisas com foco nas comunidades é a de crescer mais.

²⁰ Ver, entre outros, o relatório *Análise de iniciativas turísticas com base comunitária: os casos de Trindade (Paraty – RJ) e Conceição de Ibitipoca (Lima Duarte – MG)* realizado em 2006 pelo LTDS da COPPE/UFRJ e UNESP, com apoio do CNPQ; e o trabalho *De quem se protege o paraíso? Um estudo de caso sobre o desenvolvimento do turismo e conflitos na comunidade da Praia do Sono – Paraty (RJ)*. Ambos disponíveis na seção dedicada ao Turismo de Base Comunitária do site do Instituto Virtual de Turismo (IVT), projeto do LTDS Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social da COPPE-UFRJ (acesso: <http://www.ivt-rj.net/ivt/pagina.aspx?id=282&ws=0>).

²¹ Entre outros DELAMARO; TOMASELLA; BRITO; GASPAS, 2007 (disponível no endereço: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=217&layout=abstract>).

Entre as várias tipologias dos turistas existentes na literatura²², escolhemos a de Cohen (1974) porque avaliamos ela mais interessante. Esta tipologia distingue os turistas em “de massa organizados”, “de massa desorganizados”, “exploradores” e “alternativo” (veja tabela a seguir).

Tabela: Tipologia dos turistas por Cohen

Turistas de massa organizados	Altamente dependentes de uma “bolha ambiental” criada, suprida e mantida pela indústria internacional do turismo. Seu consumo é caracterizado por feriados com pacotes completos e recheados de atrações. A familiaridade domina; a novidade inexistente ou é altamente controlada.
Turistas de massa individuais	Esses usarão as facilidades institucionais do sistema turístico (vôos marcados, reservas centralizadas, <i>transfers</i>) para antecipar o máximo possível de suas necessidades antes de saírem de casa; talvez visitem os mesmos locais que os turistas de massa, mas seguem seus próprios interesses.
Exploradores	A expressão mais importante, aqui, é “ir aonde ninguém vai”. Costumam guiar-se apenas por um artigo sobre viagens em vez de escolherem seu destino através de uma brochura turística. Este tipo entrará na bolha de conforto se a situação mostrar-se difícil demais.
Alternativos	Este tipo de turista busca o ineditismo a todo custo, e até mesmo o desconforto e o perigo. Eles tentam evitar qualquer contato com os “turistas”. A novidade é seu objetivo total; seus padrões de gasto tentam beneficiar os estabelecimentos periféricos, em vez de grandes companhias.

Fonte: Cohen, 1974

²² Para ter um panorama geral ver BURNS, 2002.

Mesmo se tratando de uma tipologia antiga (1974), que não leva em consideração, por exemplo, a chegada da Internet e as consequências que sua introdução comportou para o turismo, contudo, acreditamos que esta continua sendo uma chave de leitura útil. Analisando as várias categorias, é possível evidenciar que o fator-chave para a compreensão da motivação e do comportamento do turista reside no grau de “institucionalização” da viagem. Em outras palavras, segundo essa tipologia o tipo de experiência procurada e desejada pelo turista estaria ligado a uma maior ou menor demanda por presença de intermediários dentro da indústria turística e do maior ou menor grau de padronização das experiências. Essa visão nos parece particularmente interessante porque olhar para o grau de institucionalização da experiência turística significa também focalizar os tipos de relações existem entre os visitantes e os visitados. E é sobre isso que nos focaremos nossa atenção agora.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) promover o intercambio cultural entre visitantes e visitados seria uma característica do turismo (BARRETTO, 2004).

Mas são várias as posições contrárias, ou pelo menos críticas em relação a esta ideia. Segundo Crick²³ (1992, apud BARRETTO, 2004) a ideia que o turismo “favoreça a paz e a amizade entre os povos é um *mito contemporâneo*”. Também Barretto situa-se na mesma posição ao afirmar que

as pesquisas realizadas até o momento não indicam que os objetivos de entendimento e aproximação tenham sido atingidos. Ao contrário, parecem indicar que se repetem, no turismo, velhos problemas que acompanham a história social da humanidade, tais como o colonialismo cultural e a xenofobia, e que as relações interpessoais acabam seguindo a lógica mercantil, ou seja, se comercializam como bem de consumo (BARRETTO, 2004, p.1).

Segundo Krippendorf (1989, p.111), seja os viajantes, seja os que ele chama de “viajados”, ressaltando a tradicional posição passiva assumida pelos autóctones no turismo, são, cada um por razões diferentes, egoístas e “de fato não buscam o encontro”. De fato, continua o autor, “temos a tendência de esquecer que os viajantes e os viajados se encontram em situações completamente diferentes e mesmo opostas. A liberdade e o prazer de um são o fardo e o trabalho do outro” (ibid.) e, nas palavras da Barretto, a

²³ CRICK, M. “Representaciones del turismo internacional em las ciencias sociales: Sol, sexo, paisajem ahorros y servilismo”. In: Jurdao Arrones, F. *Los mitos del Turismo*. Madrid: Edymiom, 1992.

relação entre os autóctones ou os prestadores de serviços e os turistas/viajante é *sempre* assimétrica (2004, p.19). De fato, esta característica da assimetria parece ser condição *estrutural* básica da relação entre turista e autóctone, uma vez que, como nos informa Barretto, já nos tempos dos primeiros turistas “havia conflitos entre visitantes e visitados” (2003, p.24). Essa situação parece ter-se reforçado com o turismo contemporâneo, que, segundo a autora, começaria na década de 50, “praticado por uma classe média com muito poder aquisitivo que visita, principalmente, países pobres ou empobrecidos” (ibid.).

A seguir entraremos no caso do turismo de massa e analisaremos o tipo de relações que se dão, ou não se dão, nessas experiências específicas.

4.1. A possibilidade do encontro no turismo de massa

Com o turismo de massa, a relação parece ter piorado: “a massificação da viagem, a organização racionalizada e o desenvolvimento padronizado impedem mais uma vez as relações calorosas e qualquer tipo de troca intelectual” (KRIPPENDORF, 1989, p.111). O que caracteriza, de fato, o turismo de massa, ou ‘de *resort*’, é uma maior distância entre o turista e o entorno.

Boorstin, autor de uma das primeiras análises sociológicas sobre o turismo, utiliza o termo “pseudoacontecimento” (*pseudo-event*) para descrever os eventos aos quais os turistas são expostos e dos quais participam, evidenciando o forte traço de artificialidade que os caracterizaria. Entendemos essa artificialidade como distância e falta de encontro, de fato,

isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, o turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, gozam com credulidade de “pseudoacontecimentos” e não levam em consideração o mundo “real” em torno deles (URRY, 2001, p.23).

Segundo Boorstin, essas visitas são feitas sob a proteção da “bolha ambiental” do hotel familiar, de estilo americano, que isola o turista da estranheza do ambiente que o cerca e o hospeda. O autor continua afirmando que “a experiência tornou-se diluída, posto que

engendrada artificialmente (através de meios tecnológicos) é pré-fabricada²⁴” (BOORSTIN, 1964, p.79).

Ritzer e Liska (2002), em seu artigo “*Mc Disneyization and post tourism: Complementary perspectives on contemporary tourism*”, aprofundam essas reflexões em torno das mudanças ocorridas no turismo com o advento da globalização. Nesse trabalho sobre as mudanças sociais do turismo, evidencia-se a contínua tendência da indústria do turismo à homogeneização da experiência turística em toda parte do mundo, testemunhada pela implementação de equipamentos e serviços de lazer artificiais nas modalidades de *resort*, parques temáticos, restaurantes, *shopping centers* e grandes cadeias hoteleiras.

Ainda Ritzer e Liska definem *esse tipo* de experiência turística como “*a non-human or even a dehumanizing experience*” (2002, p.97). Entre outros, também Turner e Ash falam de um turismo que constrói “um pequeno mundo monótono, que, em todos os lugares, nos mostra nossa própria imagem (...). A procura do exótico e do diverso acaba em *uniformidade*” (TURNER, ASH²⁵, 1975, p.292 apud URRY, 2001, p.24 grifo nosso).

A imagem do *resort* como uma “ilha autosuficiente” utilizada por Silveira em seu trabalho etnográfico sobre o *resort* (SILVEIRA, 2006), lembra o conceito de “bolha ambiental”, utilizado por Boorstin (1964), e, ao mesmo tempo, remete a uma “homogeneização dos espaços [que] reflete um *conforto* para esse turista”, porque “estar em outro lugar já é a novidade, não importando nenhum tipo de contato ou experiência cultural” (SILVEIRA, 2006, p.12 grifo nosso). Nas palavras de Steil, a análise de todos esses autores leva a afirmar que

o turismo estaria reforçando um sistema fechado de ilusões que se perpetuaria através de *simulacros* que funcionam como *espaços de fuga* [...] que ao invés de conduzir ao encontro do outro ou do diferente, *isolaria* o turista de qualquer experiência de estranhamento, reforçando, inclusive, os valores e as estruturas de origem (STEIL 2002, p.55 grifo nosso).

²⁴ Nossa tradução do original: “*the experience has become diluted, contrived, prefabricated*”.

²⁵ TURNER, L., ASH, J. *The Golden Hordes*. London: Constable, 1975.

As experiências do turismo de massa, portanto, podem ser descritas como experiências de descanso, conforto, mas ao mesmo tempo isolamento, distância e homogeneização cultural.

Voltando à nossa pergunta sobre quais formas de turismo favorecem, ou não, o encontro e o diálogo, podemos tranquilamente afirmar que o turismo de massa não pode ser descrito como um desses tipos de turismo, simplesmente porque, como observa Krippendorf, “as instalações turísticas *não são concebidas em função desta necessidade* [de contato] *destinando-se exclusivamente aos turistas*, elas também podem ser totalmente desfavoráveis ao encontro”. O autor conclui afirmando que, nesse caso, estaríamos assistindo a uma “política da segregação, ao invés da integração” (KRIPPENDORF, 1989, p.112 grifo nosso).

Utilizando os termos de Illich (1976), podemos afirmar que nessas modalidades de turismo não encontramos aquele espaço de *convivencialidade* típico das relações horizontais e democráticas.

As variadas formas de turismo de massa, entre as quais o turismo de ‘resort’, ‘de praia e sol’, respondem a uma série de necessidades ditadas pela vida moderna (ou pós-moderna) como a de segurança e de ócio programado, exercendo, assim, também uma importante função sociopsicológica para os indivíduos dessas sociedades.

Sobre essa função sociopsicológica, Butler nota como

muitas pessoas parecem gostar de serem turistas de massa. Na verdade, elas preferem não fazer seus próprios planos de viagem, [preferem] não precisarem procurar por hospedagem ao chegarem ao destino, poderem adquirir bens e serviços sem ter de aprender uma língua estrangeira, usufruírem de um certo conforto –em alguns casos até considerável-, poderem ingerir comidas razoavelmente conhecidas e familiares, e não serem obrigados a gastar muito dinheiro ou tempo para alcançar esses objetivos (BUTLER²⁶, 1990, p.40 apud, FENNELL, 2002)

Acreditamos ser importante esclarecer que nosso objetivo, nesse contexto, não é julgar a bondade ou maldade dessas fórmulas turísticas; simplesmente estamos nos perguntando a respeito das reais possibilidades de diálogo e de encontro que essas formas turísticas

²⁶ BUTLER, R. W., 1990, “Alternative tourism: pious hope or Trojan horse?”, *Journal of Travel Research* 28(3), pp. 40-45.

possibilitam para os atores envolvidos, porque acreditamos, como mostraremos mais amplamente no próximo capítulo, que isso tem implicações para o desenvolvimento local e para a possibilidade de construir um novo paradigma.

Na próxima parte continuaremos a análise das experiências turísticas do ponto de vista das relações mas, desta vez, no campo do TA, caracterizado, como vimos, por ter demandas e perfil de turistas diferentes.

4.2. O lugar do encontro no TA

Acabamos de salientar que as formas do turismo de massa não respondem à necessidade do encontro e do diálogo, porque *não foram pensadas para isso*. E quanto às formas do TA?

Já vimos como essas modalidades nascem movidas por outras demandas, “alternativas” àquelas do turismo de massa. Ou seja, nas formas de turismo que chamamos de “alternativo”, temos outras necessidades a ser supridas, entre as quais a de aventura, a busca do exótico, a busca por experiências autênticas, o encontro intercultural.

No turismo responsável, precedentemente apresentado, por exemplo, o diálogo é algo procurado e estimulado:

O turismo também se converte num gesto de paz quando se organiza *conjuntamente* (e não de forma imposta) com as comunidades de acolhimento, acordando datas, modalidades, serviços e benefícios equitativos. Este é o principal objetivo do denominado ‘turismo responsável’, promovido pelas associações que também trabalham para que o turismo contribua para criar *novas relações de solidariedade* com populações que foram vítimas de conflitos (SOMOZA, 2007, p.66 grifo nosso).

Mesmo que na citação acima nunca apareça a palavra “diálogo”, acreditamos que é disso que o autor esteja falando. De fato, acreditamos que o diálogo tenha a ver com algo construído conjuntamente (entre o anfitrião e o turista), ou seja, que tenha a ver com as *relações*. Uma das mais felizes expressões para definir ‘diálogo’ é, em nossa visão, a do Buber. Segundo ele o diálogo autêntico é aquele “onde cada um dos participantes tem, de fato, em mente o outro ou os outros na sua *presença* e no seu

modo de ser e a eles se volta com a intenção de estabelecer entre eles e si próprio uma *reciprocidade viva*” (BUBER, 1982, p.54 grifo do autor). E é por isso que o diálogo, segundo o Buber, só se realiza entre *peessoas*, e não entre *indivíduos*. De fato, continua, “aquele que vive uma vida monológica nunca percebe o outro como algo que, ao mesmo tempo, não é absolutamente ele próprio mas com que ele, assim mesmo, *se comunica*” (ibid., p.55). A comunicação, então, funciona como base para o diálogo. Sem comunicação não pode haver diálogo, mas é algo mais do que simples palavras direcionadas a uma outra pessoa: é um ‘sair-de-si-em-direção-ao-outro’, um ‘alcançar-o-outro’, ‘permanecer-junto-ao-outro’” (ibid.), é isso que caracteriza uma experiência dialógica.

É algo, como já dissemos, que tem a ver com as relações.

A esse respeito concordamos com Burns quando nos sugere olhar o turismo com um enfoque sistêmico (BURNS, 2002, p.42) para poder pensá-lo não apenas como um processo exclusivamente econômico, mas em conexão com a sociedade e com o processo cultural. Nessa direção, por exemplo, Araujo, baseada na análise de Clifford, propõe o turismo como “sistema ou rede de relações sociais culturalmente definidas” (ARAUJO, 2003, p.62), porque “em síntese, trata-se de conduzir uma análise sobre o assunto como um conjunto de práticas espaciais e discursivas levando em conta sua associação com experiências etnográficas particulares” (ibid.).

Segundo Van Der Bergue, porém, o turismo não é *apenas* um sistema de relações sociais sendo, mais especificamente, *sempre* uma forma de relação étnica; e não apenas para o turismo étnico, que é o foco de seu interesse. Ele afirma, “O que distingue o turismo étnico dos outros tipos de turismo não é apenas que o turismo é uma forma de relação étnica, em todo o caso de turismo é assim”, e reforça, “turismo é *sempre*, em algum sentido, uma forma de relações étnicas, por colocar em contato pessoas que são estranhas umas às outras, e que, invariavelmente, pertencem a diferentes culturas ou subculturas”²⁷ (VAN DER BERGUE 1994, p.8 grifo nosso).

²⁷ Nossa tradução do original: “*what differentiates ethnic tourism from other types is not simply that tourism is a form of ethnic relations, for all tourism is that (...) tourism is always, in some sense, a form of ethnic relations, for put into contact people who are strangers to one another, and who invariably belong to different cultures or subcultures*”.

Isso, de qualquer forma, nos adverte do fato de que, por mais que o encontro possa ser procurado, há pelo menos uma distância cultural e/ou étnica que deve ser levada em consideração.

Como já observamos, um dos tratos próprios das “novas” formas de TA é sua valorização da cultura e do meio ambiente locais, portanto as particularidades, o típico, o característico, o tradicional e o histórico são elementos importantes nessas formas de turismo.

Na realidade, esses traços da cultura local, valorizados pelas formas de TA, são os símbolos da “autenticidade procurada” pelo turista em tempo de viagem (MacCannell, 1976), que são lidos como traços perdidos nas sociedades de onde é originário, sendo o exotismo sobrevalorizado pela diferença (ROCHA BRITO, 2004). Segundo MacCannell, de fato, trata-se de uma espécie de crença de que “em algum lugar, não apenas aqui, não exatamente agora, talvez ali adiante em algum lugar, em algum país através de um outro estilo de vida, em outra classe social, exista a *sociedade genuína*” (MacCannell, 1976). Esta procura, segundo Van Der Bergue, representaria um traço comum a todas as experiências turísticas, e não apenas uma resposta a processos da modernidade -como afirma MacCannell- sendo uma resposta a uma necessidade interligada com a mesma razão da viagem, porque “o turista procura encontros autênticos com os outros. Quanto maior a alteridade do outro, mais gratificante será a experiência turística²⁸” (Van Der Bergue, 1994, p.8).

Portanto, de certa forma, a procura pela autenticidade pode ser reconhecida como traço comum a todas as viagens, enquanto, na pós-modernidade se apresenta com características típicas e únicas.

4.2.1 A autenticidade no turismo

Queríamos, nesse ponto, focalizar a profunda diferença entre procura pela autenticidade e a própria autenticidade no turismo. Se, de fato, acreditamos que haja, e talvez sempre

²⁸ Tradução nossa do original: “*the tourist searches for authentic encounters with the other. The greater the otherness of the other, the more satisfying the tourist experience*”.

houve, uma busca pela autenticidade, entre as razões que levam as pessoas a viajar, acreditamos também que no turismo a Autenticidade, digamos assim “pura”, não exista.

Já falamos também do conceito de “pseudoevento” utilizado por Boorstin (1964) para descrever o turismo, mas em especial modo um tipo de turismo que começava a se desenvolver nos anos 60 e que começava a se transformar num fenômeno de massa e que nessa “evolução”/mudança teria perdido, segundo o autor, uma suposta originalidade, realidade. A metáfora da irrealidade é, de fato, a ferramenta utilizada pelo autor para descrever as experiências turísticas modernas que em sua visão são lidas, portanto, como corrompidas e falsificadas. De fato a análise do autor, contida no livro *The image- A guide to Pseudo-events in America* de 1964, basicamente registra as mudanças estruturais ocorridas na indústria turística, no momento em que ela torna-se um serviço de massa. E o capítulo 3 *From traveler to tourist: the lost art of travel* (“do viajador ao turista: a arte perdida da viagem”) onde o autor se debruça sobre a descrição das novas formas de fazer turismo, registra um olhar nostálgico sobre a experiência turística que apenas reflete um romantismo anacrônico.

Não concordamos, de fato, com essa ideia de turismo como algo que viabilize apenas experiências irreais, falsas. Acreditamos que existam formas de turismo, e isso já foi apresentado, onde, criada pela indústria e procurada pelo turista, exista aquela “bolha ambiental” que crie proteção de qualquer contato e risco “externo”, e isso, como vimos, acontece principalmente em algumas formas do turismo de massa.

Enquanto mesmo naquelas formas de turismo que chamamos de “alternativo”, onde é essa experiência autêntica o que é explicitamente procurado, não acreditamos seja apropriado falar em autenticidade e preferimos adotar o conceito de “autenticidade encenada” utilizado por MacCannell (1976). Contrariamente do Boorstin, na opinião do autor o turista não se contenta de um conhecimento superficial, mas quer penetrar nos bastidores dos lugares visitados. Em particular, ele qualifica o ambiente turístico como espaço de encenação (*stage setting*), onde existiriam duas regiões que, utilizando a referência a Goffman, ele chama de *back* e *front region*. A referência a essas duas regiões e, em especial à “dialética da autenticidade” permitem-lhe de falar pelo menos de dois níveis de realidade, ambos estritamente autênticos (leia ‘reais’). Um desses representaria os bastidores, preparados exatamente para ser apreciados como originais pelo turista, e o outro seria o palco onde aconteceria a encenação. O autor não nega a

existência da busca por experiências autênticas, pelo contrário, acredita, concordando com Van Der Bergue, que esta busca represente o próprio motor da viagem para o turista e seria essa mesma busca que tornaria possível para ele acreditar que o que está experimentando seja de fato autêntico.

No caso do turismo étnico, por exemplo, campo específico de estudo de Grünewald, essa busca pela experiência autêntica se junta à procura pelo outro, e a demanda/expectativa do turista é claramente uma demanda por experiências autênticas e exóticas. Grünewald (2003) em sua análise identifica no turismo étnico a existência, aliás, a coexistência, de três comunidades: as *comunidades étnicas*, os autóctones, as *comunidades turísticas*, o conjunto dos autóctones e dos turistas e, finalmente, as *comunidades etnoturísticas*, formadas por membros da comunidade étnica envolvidos no processo de turismo étnico, mais todos aqueles fora da comunidade, mas que também estão envolvidos na promoção do turismo étnico. Segundo Grünewald, “todas essas esferas são *autênticas* e *legítimas* em suas especificidades” (2003, p.156 grifo nosso). Segundo ele a “concentração de esforços intelectuais”, em vez de focar sobre a questão da realidade ou ficção das experiências turísticas, deveria prestar atenção à “prática turística desenvolvida com a *cumplicidade* entre atores e platéia” (ibid. grifo nosso). De fato, “estamos diante de três esferas que *se sobrepõem e inter-relacionam* necessariamente num mesmo espaço social, aqui chamado de *arena turística*” (ibid. grifo nosso). Enfim, segundo o autor, as quatro esferas (as três comunidades e a arena) devem ser vistas como “*experiências concretas*, exemplos de atividade humana com tendências e atribuições específicas, e não rechaçadas ao *hall* das coisas impuras, poluídas” (ibid.). Diante dessas reflexões a questão da autenticidade ou da falsidade das experiências turísticas perde de centralidade, porque fundamentalmente a encenação faz parte do turismo, o turismo é espetáculo e qualquer análise sobre o turismo, em nossa visão, deveria começar a partir dessa constatação, e não se opondo a ela.

Se olharmos para a encenação do turismo como a sua realidade o que ganha destaque é que nesse espaço social, nessa ‘arena turística’, para usar a expressão de Grünewald, pode sim haver/acontecer um encontro. No fundo essas arenas turísticas seriam as “zonas de contato” das quais nos fala Mary Louise Pratt, definidas pela autora como “espaços sociais onde culturas dispersas se encontram, se chocam, se entrelaçam uma com a outra, freqüentemente em relação extremamente assimétricas de dominação e

subordinação” (PRATT²⁹, 1992 apud FREIRE-MEDEIROS, 2006, p.22), e “de onde paradoxalmente emergem possibilidades outras de representação de si e do outro” (ibid.).

Uma tentativa interessante de superação desse impasse da busca da autenticidade no turismo, entendendo o “ambiente turístico” como um espaço de encenação (BANDUCCI JR., 2003) pode ser encontrado também na figura do *pós-turista*. Mesmo não entendendo o “pós” turista como uma representação de uma suposta morte do turista, reconhecemos que esse conceito nos ajuda a enfrentar de uma forma mais ampla essa questão.

De fato o pós turista, assim como apresentado pelos vários autores que dele falam (entre outros URRY, 2001; FEIFER 1985; MOLINA, 2003) tem consciência da etnicidade encenada na areia turística, ou seja, conhece as regras do jogo nos “ambientes turísticos” é ator e espectador ao mesmo tempo e, sobre tudo, ele sabe disso, ou seja, ele tem consciência do circuito de representações e “irrealidades” que aí estão presentes.

Em particular, Feifer³⁰ (1985, apud URRY, 2001, p.138) identifica três características que desenham melhor essa figura típica da contemporaneidade/pós-modernidade. Em primeiro lugar, ele não precisa deixar sua casa para ver muitos dos objetos típicos do olhar do turista, e revê-los infinitas vezes simplesmente apertando um botão. É por isso que “existe muito menos noção do autêntico, de um olhar único e muito mais de uma infundável disponibilidade de olhares através de uma moldura” (URRY, 2001, p.139). Em segundo lugar, nos informa Feifer, o pós-turista tem consciência da multiplicidade de escolhas e deleita-se com elas, ele pode deslocar-se facilmente entre os constrangimentos impostos pela “alta cultura” e a busca desenfreada do “princípio de prazer” obtendo prazer dos contrastes existentes entre ambos. E em terceiro, o pós-turista sabe que ele é um turista, que o turismo é um jogo, ou melhor, uma série de jogos, com múltiplos textos, e não uma experiência turística singular (ibid.), e nisso representa, em parte uma sua superação.

²⁹ PRATT, M. L., 1992, *Imperial eyes*. London/New York: Routledge.

³⁰ FEIFER, M. *Going places*. London: Macmillan, 1985

4.2.2 Sobre Buber, o turismo e o dialógico

Depois ter visto que no turismo de massa não há demanda pelo diálogo e encontro, nos concentramos mais nos casos onde há uma demanda por encontro, mas apesar disso acreditamos que não seja suficiente detectar se exista ou menos uma demanda de encontro (com o outro) para afirmar que esteja havendo diálogo, no sentido definido anteriormente, assim como não acreditamos que haja uma experiência “autêntica” apenas porque nos estamos procurando por ela. Em outras palavras, não acreditamos numa automática identificação das experiências de TA como experiências dialógicas.

Falar em diálogo e em experiência dialógica da perspectiva buberiana –inspiradora deste trabalho, nos remete às dicotomias Eu-Tu e Eu-Isso, expressão da ontologia relacional, presente na antropologia filosófica de Martin Buber.

A “relação ontológica Eu-Tu” e a “experiência objetivante Eu-Isso” são assim, as “duas atitudes fundamentais do homem diante do mundo” (BARTHOLO, 2001, p.79), mas é apenas a relação Eu-Tu que expressa a possibilidade de uma experiência dialógica, nos termos apresentados nesse trabalho. De fato, os dois pares -as palavras-princípio Eu-Tu e Eu-Isso- indicam dois modos de existência, manifestam a atitude para como o outro. De um lado, “na relação Eu-Isso o homem toma-se por um livre e arbitrário *experimentador do mundo*, um sujeito que considera sempre o ente que tem diante de si como algo a ser experimentado e utilizado como um objeto” (BARTHOLO, 2005, p.24). Do outro, a relação do tipo Eu-Tu indica “o encontro de parceiros na *reciprocidade e na mútua confirmação*” (BARTHOLO, 2001, p.79 grifo nosso)

“A palavra-fundante Eu-Tu é o suporte da vida dialógica” (BARTHOLO, 2001, p.79) sendo que aqui “o eu é uma pessoa” enquanto no Eu-Isso é um sujeito que se defronta com um objeto”. E continua, “nesse encontro dialógico, o Eu e o Tu estão presentes frente a frente, em reciprocidade e simultaneidade. No relacionamento Eu-Isso, a presença do Isso para o Eu não se dá na alteridade”.

Apenas com um Tu, que representa uma “irredutível alteridade”, um “*outro em pessoa*” (ibid.), o Eu pode ter uma relação dialógica. O Tu se revela no *face a face*, numa relação genuína e direta, onde todos os meios são abolidos e onde o encontro não é planejado; apenas *acontece*.

Segundo a posição buberiana, portanto, a relação dialógica Eu-Tu nunca acontece, estritamente falando, de forma planejada e institucionalizada, que é o caso do turismo. Disso derivaria que nunca se poderia dar uma relação dialógica, estritamente falando, numa experiência de turismo.

Mas, mesmo que, de um lado, não sustentamos uma automática identificação das experiências de ‘turismo alternativo’ como experiências dialógicas, do outro lado, porém, mesmo assumindo a perspectiva buberiana, reconhecemos que possam existir formas de turismo que *favoreçam* o encontro e o diálogo, definidos nos termos buberianos. Em outras palavras, acreditamos que seja possível que algumas modalidades de turismo, mais do que outras, possam *abrir espaços* e permitir que aconteçam possibilidades não previstas de encontro.

Por isso acreditamos que se pode falar em diálogo apenas naquelas formas de turismo onde *aconteça* o encontro onde o encontro não esteja programado/planejado apenas como um momento da viagem, mas onde seja entendido como uma das finalidades da viagem. Por isso ele não é controlado, de preferência, por exemplo, nos casos de turismo étnico e cultural, não prevê os “intermediários da cultura” que, mesmo se chamados de “marginais” pelo Burns (BURNS, 2002, p.124), em nossa opinião, são figuras cruciais nos momentos de encontro entre visitante e visitado. De fato, a marginalidade atribuída pelo autor a essas figuras, no fundo, pode ser questionada porque, se de um lado operam ao lado dos atores principais, do outro, eles ocupam um papel central como figuras de conexão entre os dois mundos do visitante e do autóctone. Essa conexão desenvolve um papel crucial, porque pode interferir, de uma forma intensa e decisiva, na relação entre visitante e visitado, impedindo ou favorecendo o diálogo. Não acreditamos, por exemplo, que seja suficiente registrar a presença ou menos dos “intermediários” nas experiências concretas de turismo, mas, acreditamos que seja indispensável analisar a *forma* e o tipo de sua intervenção na relação visitante-visitado na realidade das atividades turísticas, em todos seus aspectos, ou seja, não se limitar a registrar a presença ou menos de “intermediários”, mas também o tipo de interação na qual ele está envolvido, e em quais termos, qual seu papel, se sua presença favorece, ou dificulta o encontro e a proximidade física entre os dois atores. Porque, resumindo, acreditamos que a existência do diálogo não dependa apenas dos desejos/demandas dos turistas, mas sim *também* da estrutura e da infra-estrutura turística que reflete, a final, se o turismo, e as instalações turísticas foram, ou não,

‘pensadas para isso’, ou, nas palavras de Krippendorf, “concebidas em função dessa necessidade” (KRIPPENDORF, 1989:112).

Como tivemos modo de observar, no caso do turismo de massa, e igualmente em algumas formas de TA, “a viagem [pode] torna[r]-se uma *jaula* e [pode] passa[r] a impressão de que a mobilidade espacial é culturalmente imóvel, na medida em que tudo é organizado de tal forma que o encontro com o outro aparenta um *simulacro*” (ZAOUAL, 2008, p.5)

Em outras palavras: a experiência turística de massa pode tornar-se, usando a dialética dialógico-monológico do Buber, uma experiência monológica que “não se aventurará, nem na mais terna comunhão, a tatear para fora dos contornos de si mesma”, uma experiência que “nunca percebe o outro como algo que, ao mesmo tempo, não é absolutamente ele próprio, mas com que ele, assim mesmo, se comunica” (BUBER, 1982, p.55). E, portanto, mesmo procurando o contato com o outro, isso não se traduz automaticamente em encontro e, conseqüentemente, há *não-diálogo*.

Mesmo assim continuam existindo formas de turismo que respondem a essa demanda de contato com a cultura, com o outro, com a autenticidade do lugar, mas na verdade não favorecem o que nós entendemos por diálogo, nos termos buberianos.

Isso significa que também nas formas de “turismo alternativo” podem continuar relações indiretas e distantes, que enquanto satisfazem a demanda pela busca do diálogo, na verdade não favorecem o verdadeiro encontro.

O Turismo Alternativo não significa, por si só, encontro ou diálogo, pode simplesmente ser um produto da contemporaneidade que reflete demandas, necessidades próprias de uma determinada época histórica, e que nada tenha a ver com uma experiência dialógica. Mas, visto que muitas dessas demandas têm a ver com uma aproximação cultural, talvez as modalidades de TA possam, mais do que outras, viabilizar experiências dialógicas. É por isso que o que nos interessa, são *as relações* que essas formas de turismo possibilitam.

Em outras palavras, a busca pelas formas de cultura local, pelas tradições, pelo contato com os povos autóctones, que podem significar também, a busca pela autenticidade, não significa automaticamente contato direto, diálogo com a comunidade receptora.

“A vida dialógica não é uma vida em que se tem muito a ver com os homens, mas é uma vida em que, quando se tem a ver com os homens, faz-se isto de uma forma *verdadeira**” (BUBER, 1982). E essa forma verdadeira tem a ver mais com o *tipo* de relação que existe que se cria entre os indivíduos do que com a simples busca pela autenticidade.

4.2.3 O continuum: proposta de uma ferramenta de análise

Nosso interesse nesse contexto resume-se, de fato, em analisar quanto a experiência turística represente apenas uma observação distante e “passiva”³¹ ou, ao contrário, uma real convivência, no sentido de vivência conjunta³². Chamaremos o primeiro tipo de experiência de experiência de “ver”, e o segundo de experiência de “*com-viver*”.

As duas condições do “ver” e do “*com-viver*”, serão adotadas aqui como os dois extremos de um *continuum* ideal, que representa a resposta à exigência dos autores de criar uma ferramenta teórico-conceitual para a leitura e a análise das experiências turísticas, em particular as “alternativas”³³. Com base nesse *continuum* poderemos entender melhor as diferentes experiências turísticas encontradas e tentar uma classificação. Classificar uma experiência como de “ver”, de fato, significaria entendê-la como algo que “sucumbe à ‘síndrome do zoológico’: uns e outros se observam” (KRIPPENDORF, 1989, p.113). Do outro lado, uma experiência de “*com-viver*”, indicaria uma experiência onde *acontece* uma relação dialógica, caracterizada por

³¹ Esse termo, em nossa opinião, é relativo, porque não acreditamos que exista uma observação *totalmente* passiva no turismo. De fato, mesmo não fazendo nada, e limitando a nossa presença a simples observação, ela sempre tem um efeito no ambiente observado. Assim como nos vários estudos antropológicos a simples presença do pesquisador, no campo, tem que ser levada em conta como elemento perturbador do equilíbrio autóctone.

³² Em particular, com os termos “convivência”, e “vivência conjunta” estamos nos referido exclusivamente à *qualidade* da experiência e do contato, e não simplesmente à duração da mesma. Imaginamos, de fato, que se possa haver uma experiência de “*com-viver*” mesmo sem uma convivência muito prolongada no tempo, mesmo reconhecendo que a proximidade físico-espacial, pelo menos no turismo, é um elemento básico necessário para se pensar o diálogo/uma experiência dialógica.

³³ Nosso interesse, a partir desse momento da discussão, concentrar-se-á particularmente nos casos de TA porque, como vimos anteriormente, nesses casos há uma clara demanda pelo encontro, enquanto nos casos do turismo de massa, nem existe essa demanda. Como tivemos modo de discutir, obviamente a simples existência da demanda não garante o acontecimento do encontro e é por isso que acreditamos seja mais interessante concentrar nosso interesse apenas nos casos de TA, para verificar *como* essa demanda está sendo respondida, qual a resposta institucional, ou não-institucional à demanda por contato, encontro, experiências autênticas. O fato de não incluir em nossa discussão os casos de turismo de massa não significa, em nossa visão, que estejamos excluindo a hipótese que haja, ou possa haver encontro também nesses casos, isso simplesmente não interessa mais nesse contexto específico.

aquela ‘reciprocidade viva’ da qual nos fala Buber (1982), e que remete, entre outras coisas, a uma ideia de presença, ou melhor, de *co-presença*.

Nos casos de uma experiência identificável como experiência de “ver”, entre os turistas e os autóctones, teríamos encontros mediados, organizados e controlados, onde tudo seria previsto e nada seria deixado ao acaso. Haveria uma relação sim, mas essa seria uma relação “tutelada”. Na maioria dos casos haveria, por parte do turista, uma confirmação da imagem previa construída antes da viagem, não haveria novidade substancial e o resultado do encontro seria conhecido antes do encontro acontecer. Apresentaria falta de diálogo, de proximidade e mais simplesmente de “verdadeiros”³⁴ contatos, e “não havendo verdadeiros contatos, não há intercâmbio cultural, mas reforço de preconceitos” (BARRETTO, 2004, p.7), portanto a “experiência” se reduziria apenas a um *simulacro* de experiência.

No caso de experiências de turismo classificáveis como experiência de “*com-viver*” não haveria intermediários, às vezes, poderia até haver problemas de entendimento por falar idiomas diferentes, por exemplo, mas isso não representaria um problema sendo que existiria a possibilidade de encontrar uma forma criativa de comunicação “íbrida”. Não haveria nada rigidamente organizado, além das regras básicas de convivência e do respeito mútuo. As experiências caracterizar-se-iam pela novidade, pela imprevisibilidade dos contatos e por isso o resultado do encontro geralmente seria desconhecido, mas, ao mesmo tempo, o enriquecimento mútuo seria um trato distintivo desses encontros, acompanhado de uma troca de saberes e conhecimentos de ambas as partes.

Essas duas posições, como dissemos, representam apenas os extremos de nosso *continuum*, e nos servirão de referência, para definir os casos encontrados em termos de diálogo. Claramente nos falamos de *continuum* porque imaginamos que entre os dois extremos existam situações intermediárias, não pretendendo que os dois extremos simplesmente sejam as únicas opções de classificação de casos de experiências turísticas. Em outras palavras, não acreditamos que as experiências sejam apenas do tipo “puro” de “ver”, ou do tipo “puro” de “*com-viver*”, enquanto podem se posicionar numa posição intermediária. Na realidade, todas as várias nuances de posição entre os dois

³⁴ As aspas estão indicando a relatividade do conceito de verdadeiro e autêntico, segundo quanto discutido anteriormente.

extremos podem ser mais bem entendidas se acrescentarmos ao nosso *continuum* dois movimentos específicos que, ao mesmo tempo em que qualificam melhor nossa ferramenta teórico-conceitual enriquecendo o entendimento do caso em análise, indicam um movimento entre os dois extremos, passando de uma afastamento da posição “passiva” do “ver” e aproximando-se gradualmente à situação dialógica do “com-viver”. Esses dois movimentos são os que chamamos de “ouvir” e de “responder”. Antes de tudo é importante sublinhar que há uma grande diferença entre essas nuances e os dois extremos do *continuum*. Em particular, esses últimos correspondem a uma disposição exclusivamente pessoal em relação à experiência. De fato, enquanto o “ver” e o “com-viver” qualificam mais a dimensão *estrutural* da experiência analisada, ou seja, as condições específicas oferecidas nas quais se dá a experiências (o ‘como’ se dá o encontro); o “ouvir” e o “responder”, de outro lado, referem-se mais a uma atitude, ou melhor, a uma escolha *pessoal*.

Estas atitudes se colocam no *continuum* entre as experiências de “ver” e de “com-viver”, como dissemos, representando um afastamento da posição monológica do “ver” em direção a uma aproximação gradual à posição dialógica do “com-viver”, de forma que esse último tipo de experiência inclui um “querer ouvir” e, ao mesmo tempo, um “querer responder”. O “ouvir”, ou melhor, o “querer ouvir” mesmo indicando a existência de uma experiência mais rica de um simples “ver”, porque implica uma participação maior, ainda não pode indicar, em nossa opinião, uma experiência dialógica, porque faltaria o “responder”, ou seja, o ato que completaria essa participação, qualificando melhor uma situação de maior proximidade (indicando com esse termo uma característica menos físico-espacial e mais qualitativa).

Nosso *continuum*, portanto, possibilitaria a classificação das várias possíveis formas assumidas pelas experiências turísticas e baseadas na diferente combinação de condições/possibilidades estruturais e desejos pessoais presentes nas específicas experiências turísticas, objeto de análise, e será retomados na parte final desse trabalho e utilizado na análise de casos concretos.

5. Conclusões

Lendo a experiência turística como uma experiência cultural e antropológica, se compartilharmos com o Zaoual a ideia que nesse momento se esteja realizando o que ele chama de *diálogo de sentidos* entre os *visitantes* e os *visitados*, podemos concordar que

O reconhecimento intercultural faz sua irrupção e se rebela contra as forças do mercado que invadiram o universo das viagens e da aventura. Elas constituem um produto padrão e organizado. Resumindo, a economia padrão do turismo impede o diálogo das culturas e o reduz, no máximo, a um folclore. A indústria do turismo acaba assim, paradoxalmente, com o desejo da *descoberta mútua* que está, no entanto, na raiz do que motiva, realmente, os comportamentos dos atores presentes. À medida que esta intermediação constitui o objeto de uma comercialização, a autenticidade da relação de intercâmbio desaparece e dá lugar a uma *ilusão*, uma *artificialidade* que a demanda evita progressivamente (ZAOUAL, 2008, p.5).

Concordamos com o autor que o reconhecimento inter-cultural possa significar uma mudança estrutural no turismo, em outras palavras, que uma maior sensibilidade e uma maior disposição ao ouvir possam significar uma melhoria nas relações dialógicas no turismo em direção a uma verdadeira comunicação, no sentido de *diálogo*, intercultural.

Vimos que um traço característico desse *olhar* contemporâneo é uma “nova” demanda por diálogo e encontro. Molina apresentando essas novas tendências fala de “uma *nova cultura turística nos agentes*: demanda prestadores de serviços e governos” (2003, p.26 grifo nosso). Em particular, registram-se, segundo o autor, mudanças significativas que afetam “o comportamento da demanda, o desempenho empresarial, a função do setor público, o papel das comunidades locais e a estrutura dos produtos e serviços” (ibid.).

O autor fala, afinal, de uma “nova cultura” no turismo, será que isso tem a ver com o surgimento de “novos valores”?

Vários são os autores que falam sobre esta possibilidade na contemporaneidade (entre outros GIDDENS, 1991, 2002; BAUMAN, 2003, 2005; KRIPPENDORF, 1989) e por aquilo que pertence ao turismo em particular, é imprescindível a referência a Hassan

Zaoual e Roger Nifle, os quais nos falam, respectivamente, de novos valores no turismo (ZAOUAL, 2008) e do surgimento de um “turismo de valores”³⁵ (ibid. p.7).

Mas falar de uma nova cultura turística e, especialmente, de novos valores, significa estar diante da possibilidade de uma mudança paradigmática no turismo.

Essa mudança envolveria todas as dimensões que compõem esse complexo fenômeno, e com isso, a necessidade de dedicar um espaço especial para a discussão da vertente socioeconômica, pois o turismo é, antes de tudo, uma relevante atividade econômica.

Com base nisso, podemos afirmar que, pensar na possibilidade de um *outro* turismo depende, substancialmente, da possibilidade de se pensar um *outro* desenvolvimento. E será esse o nosso objetivo na próxima parte deste trabalho.

³⁵ Roger Nifle é fundador do instituto do Turismo de valores e do Jornal permanente do Humanismo Metodológico (<http://journal.coherences.com>)

CAPÍTULO II

TURISMO E DESENVOLVIMENTO SITUADO

1. Introdução

Na primeira parte deste trabalho analisamos o turismo de uma perspectiva antropológico-filosófica, evidenciando algumas características das experiências turísticas de massa e as “novas” experiências emergentes, as chamadas “alternativas”. A análise foi focada no encontro e, em particular, nas relações que se dão entre os principais atores dessa experiência, a saber, o turista e os autóctones.

Contudo, não podemos desconsiderar que o turismo seja fundamentalmente uma atividade econômica e, para poder continuar nossa análise, torna-se imprescindível discutir e apresentar nossa visão de desenvolvimento, na qual nossa proposta de turismo se inseriria.

Esta parte do trabalho, portanto, será dedicada à discussão sobre o modelo de desenvolvimento e às consequências para o turismo, entendido como experiência antropológica.

2. Mudando paradigmas de referência

O conceito de “desenvolvimento” é um dos mais debatidos das últimas décadas acompanhando a implementação de ações a nível global cujas consequências hoje se apresentam em todos seus aspectos críticos.

Ao mesmo tempo, este conceito veio a ser objeto de duras críticas por várias partes e existe, hoje em dia, um amplo, radicado e diversificado movimento de intelectuais e

militantes, sobretudo na Europa, que começaram a discutir criticamente sobre esse assunto, chegando até a falar em *decrescimento*³⁶.

A adoção desse termo demonstra uma proposta de mudança, que é, em primeiro lugar, uma mudança de olhar sobre a necessidade *desse tipo* de crescimento. Isso alerta-nos, antes de tudo, sobre a parcialidade da visão típica do atual modelo de referência, que pretende apresentar-se como a única alternativa, quando é apenas a aplicação de *um* tipo particular de olhar sobre o mundo.

Observa-se, de fato, que, quando se fala em desenvolvimento, faz-se referência quase automática a conceitos e parâmetros econômicos, e mesmo que esse conceito venha recentemente ganhando outros atributos (local, sustentável etc.), seu sentido profundo continua ligado de maneira quase exclusiva ao mundo econômico, tornando-se, em alguns casos, apenas um sinônimo do conceito crescimento econômico.

A introdução do conceito de “desenvolvimento sustentável” pelo relatório Brundtland de 1987 teve, por exemplo, grande importância por ter levantado, pela primeira vez, uma série de questões e críticas relativas ao modelo atual de desenvolvimento e por ter introduzido os princípios de ‘necessidade’ e a noção de ‘limitação’ (TAYRA, 2003).

Mas, mesmo reconhecendo sua importância, vários autores, entre outros Mesquita, reconhecem que o conceito de “desenvolvimento sustentável”, introduzido pelo relatório Brundtland, não é suficientemente forte para desafiar o padrão de desenvolvimento visto que “a sustentação teórica do desenvolvimento sustentável segue o pensamento neoclássico” (MESQUITA, 2006, p.88) confirmando, assim, em sua lógica, as ideias dominantes.

Entre outros autores há também quem, como Sachs, propõe uma visão mais ampla de sustentabilidade. Segundo esse autor, esse conceito deve ser lido como multidimensional. Em particular, Sachs o entende como composto por cinco dimensões, que representariam os pilares de sua visão de desenvolvimento sustentável, a saber: a

³⁶ Entre outros: SHIVA, Vandana. *Sopravvivere allo sviluppo*. Torino: Isedi, 2002, 158 p.; BELLO, Walden. *Deglobalizzazione. Idee per una nuova economia mondiale*. Milano: Baldini Castoldi Dalai, 2004; LATOUCHE, Serge. *Decolonizzare l'immaginario*. Bologna: Emi, 2004, 63 p.; LATOUCHE, Serge. *Come sopravvivere allo sviluppo*. Torino: Bollati Boringheri, 2005; LATOUCHE, Serge. *Decolonizzare l'immaginario*. Bologna: Emi, 2004, 63 p.; SACHS, Wolfgang (org.). *Dizionario dello sviluppo*. Torino: Gruppo Abele, 1998.

sustentabilidade social, a ambiental, a territorial, a econômica e a política (SACHS, 2004, p.15-16).

Essa abordagem voltada para evidenciar a não coincidência de desenvolvimento com crescimento econômico, tem uma fundamentação ética no momento em que difunde a ideia de que não possa existir uma economia justa para todos se se esquecer da dimensão humana. Na mesma direção, vão as importantes reflexões de Amartya Sen, em particular em seus trabalhos *On Ethics and Economics* de 1987 e *Development as Freedom* de 1999.

Uma reflexão interessante a respeito do conceito de sustentabilidade na área específica do turismo vem de Irving et al.. Segundo esses autores, o conceito de sustentabilidade estaria interligado ao conceito de responsabilidade: “a sustentabilidade do turismo é consequência, portanto, da responsabilidade de todos os segmentos nele envolvidos” (IRVING et al. 2005, p.3).

Isso traz de volta a questão dos novos protagonismos evidenciados no capítulo anterior, de um lado, a comunidade autóctone, que vem, finalmente, assumindo um papel ativo no próprio desenvolvimento reivindicando direitos sobre a própria terra e os próprios recursos simbólicos; e, do outro, os turistas, finalmente interessados em assumir as consequências de próprias ações, conscientes que a própria escolha crítica de consumo pode favorecer um turismo mais sustentável e justo.

Nesse contexto específico, porém, mais que qualificar e debater profundamente sobre esse conceito nos interessa discutir as bases teórico-ideológicas do atual modelo de desenvolvimento. Concordamos com Souza e Sampaio em reconhecer que um marco peculiar da época atual seja a crise do paradigma dominante de matriz neoliberal e o surgimento da necessidade de mudanças paradigmáticas (SOUZA, SAMPAIO, 2006).

Frente a essa situação de incerteza teórico-metodológica e às crises derivantes da aplicação indiscriminada de um particular tipo de paradigma de desenvolvimento surge, urgente, a necessidade de uma sua revisão crítica.

Acreditamos que seja necessário interrogar-se sobre o *tipo* de desenvolvimento do qual estamos falando, em particular, temos que interrogar-nos sobre a *racionalidade* que move o atual modelo/padrão de desenvolvimento, tentando buscar e assumir uma outra

racionalidade para tornar possível pensar um “outro” desenvolvimento. Uma racionalidade *outra*, diferente da atual que rege o modelo dominante, cujos resultados insatisfatórios são plenamente visíveis, social, política, cultural e economicamente.

Pensando em alternativas ao modelo teórico dominante decidimos adotar como referência teórica a produção do economista marroquino Hassan Zaoual e sua teoria dos *sítios simbólicos de pertencimento*. Analisaremos sua proposta apoiando- nos também na análise crítico-metodológica de Henry Panhuys³⁷.

A partir de uma crítica definitiva e radical ao paradigma neoliberal atualmente vigente, o trabalho teórico do Zaoual propõe um novo paradigma, no sentido kuhniano de “visão do mundo”, pensado como uma nova chave-de-leitura da realidade que permita, por sua vez, o *acompanhamento* ou a antecipação dos processos e dos fenômenos de mudança social. Essa nova visão de mundo é ao mesmo tempo, teórico-crítica e pragmático-propositiva, e fundamentada num método (*o método dos sítios simbólicos*) que, por sua vez, está baseado num dispositivo operacional de abordagem que tem relevantes conseqüências no plano ético e técnico.

A característica peculiar do tipo de desenvolvimento neoliberal, declamado e aplicado a nível global, é o de ser um modelo hegemônico, destruidor das diferenças e das particularidades. Conseqüência de sua pretensão de unicidade, isto é, do fato de se apresentar como “o” projeto civilizacional, aplicável indiferentemente ao conjunto do mundo e das sociedades, apesar de ter sido elaborado a partir de uma *única* vertente histórico-cultural, ou seja, a matriz ocidental.

A inegável insustentabilidade deste modelo hegemônico “uniformizante”, que está conduzindo a várias crises (crise do vínculo social, confusão dos referenciais ético-culturais, insegurança, precarização, empobrecimento massivo ou segmentado, tanto psicológico quanto material), mesmo continuando sua expansão acelerada em escala planetária é umas das razões que levam Panhuys (2006) a acreditar firmemente que este modelo esteja chegando ao seu fim, como recita o título originário de uma obra sua (*la fin de l'occidentalisation du monde? : de l'unique au multiple*). O que o autor propõe, baseando-se na teoria dos sítios simbólicos de pertencimento proposta por Zaoual, é a

³⁷ Henry Panhuys é pesquisador associado do Groupe de Recherche sur Lês Économies Locales (GREL) dirigido por Hassan Zaoual e consultor internacional em “desenvolvimento local” da rede Réseau Sud-Nord Cultures et Développement.

passagem da *unicidade* de uma visão restrita de mundo, típica *desta* globalização neoliberalista, à multiplicidade; do universalismo ao “*pluriversalismo*”, isto é, à pluralidade de mundos e modos de sentido inter(in)dependentes uns dos outros (PANHUYYS, 2006, p.124).

No momento em que *esse* desenvolvimento testemunha a aplicação de um único tipo de perspectiva, ou seja, a ocidental, também a solução para os problemas que isso comporta tem que provir do âmbito cultural. Dito de outra forma, a chave para pensar num *outro* desenvolvimento, segundo o autor, tem que ser construída levando em consideração “a *relatividade* dos contextos locais” (ZAOUAL, 2006, p.27) e, portanto, principalmente partindo de uma(s) *outra(s)* leitura(s) cultural(is).

As críticas de Zaoual e de Panhuys visam, de fato, à superação deste processo de “ocidentalização”, a partir da assunção das perspectivas dos sítios locais, pois “é preciso considerar as reações dos atores locais [...] e a especificidade dos sítios de procedência, dos modelos e organizações a que estão vinculados” (ibid., p.27).

“Em contraposição à ‘lógica do alvejamento de mão única’, adotadas pelos agentes de desenvolvimento” (PANHUYYS, 2006, p.89), o que se pretende afirmar aqui é a relevância do ‘método dos sítios’, que se baseia “numa ‘lógica situada, com mão dupla’, ou até em ‘lógicas de sentidos múltiplos e flutuantes’” (ibid.), porque “a experiência ensina que as práticas de transplante em qualquer lugar estão superadas. Todo conhecimento do outro pressupõe doravante seu *reconhecimento* e uma *introspecção*” (ZAOUAL, 2006, p.27-28 grifo nosso). Continua o autor “sempre se fala a partir de algum lugar. Cada um carrega seu sítio em sua mente, mesmo de modo inconsciente” (ibid.).

A teoria dos “sítios simbólicos de pertencimento” é apresentada como uma “teoria operatória da ‘*transformação social*’, fundada na consideração da *diversidade*, da *complexidade* e da *singularidade* dos ‘sítios simbólicos de pertencimento, de crença e de vida dos seres humanos’, em todas as suas dimensões e escalas” (PANHUYYS, 2006, p.13 grifo nosso).

Zaoual revela/evidencia que o problema central das ciências sociais foi que “elas perdem de vista o Homem e sua complexidade” (ZAOAUL, 2006, p.17) enquanto “o homem precisa crer, *pertencer a algo* e ser integrado em uma sociedade” (ibid., p.16

grifo nosso). O Homem emerge, portanto, como o foco central do discurso, e concordamos com o Zaoual em vê-la como o conceito-chave para pensar a mudança no contexto atual. De fato, é só a partir do reconhecimento da sua diversidade que pode ser possível começar a se pensar em um desenvolvimento *verdadeiramente* sustentável, porque “o pensamento dos sítios associa os mundos simbólicos e morais dos homens a suas práticas cotidianas” (ZAOUAL, 2006, p.31) “concretizando” e contextualizando o homem em relação ao próprio território.

O novo conceito, profundamente inovador e desafiador, utilizado pelo autor como núcleo deste novo paradigma, é obviamente o de “*sítio simbólico*”, elaborado por Hassan Zaoual, cujo interesse específico vem sendo, há vários anos, especificamente o da interação entre economias e culturas. O “sítio” é definido pelo seu criador como *uma comunidade de comunicação de um sentido compartilhado*. Nas palavras do autor, “o sítio é uma cosmovisão, um espaço de crenças compartilhadas que define o real, em um dado momento, bem como as concepções e as práticas de seus atores” (ZAOUAL, 2009, p.63), articulando assim as crenças, os conhecimentos e os comportamentos de seus atores. Dessa forma essa construção teórica possibilita “dar conta da diversidade cultural e do caráter plural das decorrentes práticas econômicas” (PANHUYS, 2006, p.83).

A “invenção” desse conceito, e sua inclusão como princípio norteador do novo paradigma, nos dá, portanto, a possibilidade de pensar em um “outro” desenvolvimento, que seja finalmente inclusivo das diferenças porque “todo sítio funciona segundo uma ‘racionalidade situada, contextualizada’ e de ‘caráter’ eminentemente ‘qualitativo’, sempre ‘específica’, imprevisível, semelhante a nenhuma outra” (ZAOUAL³⁸, 2002 apud PANHUYS, 2006, p.85).

Contraposto ao atual modelo de desenvolvimento de matriz “neoliberal” temos então este novo modelo, não apenas múltiplo, mas *situado* “segundo os espaços, os tempos, os objetivos, as necessidades, os públicos (atores participantes)” (PANHUYS, 2006, p.121).

³⁸ ZAOUAL, Hassan. *Du role des croyances dans le développement économique*. Thèse de doctorat d’Etat ès sciences économiques, Univ. Lille 1, mars 1996, 478 p. Paris: L’Harmattan, oct. 2002, 626 p. com Prefácio de S. LATOUCHE.

Esse paradigma representa a base para um método (abordagem) pensado em maneira profundamente diferente. De fato, o método que provém desse paradigma caracteriza-se por estar radicado nas realidades e por querer construir um *conhecimento baseado na experiência*. Nas palavras do Zaoual, existe uma exigência metodológica de uma “pedagogia do acompanhamento”, a qual se contrapõe firmemente à postura impositiva, típica dos projetos de desenvolvimento: “o *único dever* da metodologia dos sítios consiste em *acompanhar* o processo geral dessas recomposições socioeconômicas, introduzindo o princípio da tolerância na análise econômica dos problemas do desenvolvimento de cada sítio” (ZAOUAL³⁹, 2002 apud PANHUYS, 2006, p.84 grifos nossos). Este conceito de “acompanhamento” é indicativo de uma profunda mudança na perspectiva adotada em relação ao objeto/sujeito de análise.

Um momento central na metodologia dos sítios simbólicos é a identificação dos motores simbólicos, os valores e sistemas de motivação, a chamada *caixa preta*, como também dos modelos de conhecimento, a “*caixa conceitual*”, e de ação, a *caixa de ferramentas*, deles decorrentes no mundo factual. Graças à identificação destas caixas, e dos “movimentos” entre elas, é possível reconhecer e reconstruir as “metamorfoses” dos sítios, porque é importante sublinhar que “os organismos sociais são entidades complexas em movimento” (ibid., p.85), perspectiva esta que, por sua vez, afasta o risco de perigosas reduções, ou fixações “culturalistas”.

Finalmente, nas palavras do autor, esta abordagem

reconciliando crenças, afetos, histórias dos indivíduos e dos grupos e materialidade de suas condições de existência, rompe com uma racionalidade fechada, desencantada do social-histórico, desculturada e desculturante, desencarnada da economia-padrão e da megamáquina dominante (ibid., p.86).

A necessidade de uma crítica a um *status quo* hegemônico e destrutivo é aqui considerada como o ponto de partida para a construção de um paradigma alternativo, que, porém não se limita a uma construção teórico-idealista. O que este paradigma faz é levar as intuições e as reflexões teóricas, as práticas e as ações de toda uma tradição pós-global de pensamento, para um terreno metodológico, passo imprescindível, a nosso ver, para qualquer possível aplicação de novas ideias.

³⁹ Op. cit.

Segundo nossa leitura, a metodologia é concebida aqui em toda sua força política (no sentido de mudança), e consideramos de extrema importância lembrar, como os autores fazem de maneira mais ou menos direta, que as metodologias não são, e nunca foram, ferramentas neutras, simples instrumentos utilizados para mensurar e/ou detectar objetivamente uma realidade. Ao contrário, são instrumentos fundamentalmente políticos, que nos permitem “intervir” na realidade, mas sempre a partir de uma perspectiva específica, nunca universal.

Em nossa opinião, a importância desse novo paradigma está nessa radicalidade com a qual enfrenta a questão problemática do desenvolvimento, pondo em questão a lógica própria e os fundamentos culturais de sua versão ocidental globalizada. Esta proposta evidencia o fato de que qualquer tentativa de mudança radical, como é aquela aqui apresentada, tem que passar por uma redefinição da lógica do sistema objeto de crítica, o que quer dizer chegar ao núcleo do paradigma, e não apenas criticar as aparências históricas nas quais ela se materializa. É nesse esforço que a metodologia intervém como sua arma básica.

O objeto principal dessa crítica é, portanto, aquela lógica de cunho cartesiano segundo a qual tudo o que remete à humanidade e à subjetividade é algo que tem que ficar fora das ciências, daí a deculturalização e a desumanização das ciências sociais, e da economia em primeiro lugar. De fato, o paradigma teórico dos sítios representa, nas palavras do Zaoual “a volta do *homem* nas ciências sociais do desenvolvimento” (ZAOUAL⁴⁰, apud PANHUYS, 2006, p.95 grifos nossos) e consideramos isso o mais importante aporte teórico da proposta.

Ao mesmo tempo é de extrema importância não esquecer que este homem é um ser cultural, portanto, uma volta sua nas ciências sociais deve significar, como é este o caso, a volta da Cultura, ou melhor, nas palavras do Zaoual, “a necessidade de uma *gestão intercultural* dos problemas econômicos do desenvolvimento” (ZAOUAL⁴¹, 2002 apud PANHUYS, 2006, p.84 grifo nosso), pois “a economia é política e social, mas ela é também *cultural*” (PANHUYS, 2006, p.103 grifo nosso). De fato,

⁴⁰ Título da aula inaugural do curso da Cátedra de Cultures et Développement Économique, proferida por Hassan Zaoual, Professor convidado, no Instituto de Política e Gestão do Desenvolvimento, da Universidade de Antuérpia (Bélgica), em 3 de fevereiro de 2000.

⁴¹ ZAOUAL, op. cit. nota 38.

a *economia* de um lugar, de um grupo e/ou de qualquer atividade humana é sempre uma *construção individual e coletiva* [...] e querer dissociá-la do contexto sociocultural, cognitivo, ecológico e histórico em que nasceu e se desenvolveu é um engodo, ou mesmo um pecado! (ibid., p.86 grifo nosso).

Dessa forma, o *homo situs* representa uma síntese e uma superação de todos os *homos* unidimensionais, e nisso está sua força inovadora e desafiadora.

A maior crítica do autor ao modelo econômico, atualmente dominante, é dirigida “à crença no automatismo das leis do mercado e à concepção cega de que todas as sociedades humanas, pequenas ou grandes, funcionam sobre o mesmo registro que aquele de um modelo de desenvolvimento e de evolução *único para todos*” (ZAOUAL, 2009, p.66 grifo nosso), em outras palavras, é o fato de olhar, e analisar, as coisas a partir de uma perspectiva *singular*, contra as evidências que nos mostram quão pouco singular é a realidade do mundo concreto. A aplicação desse modelo de desenvolvimento hegemônico e homogeneizante na área do turismo no Brasil mostrou seus efeitos devastadores bem marcantes e, em alguns casos, irreversíveis. O nordeste do país representa o exemplo mais claro e chocante dos efeitos destruidores da aplicação incondicional desse modelo de desenvolvimento no turismo.

Apesar de ser um movimento recente, a proposta de promover o desenvolvimento turístico na região, que começou apenas na década de 1990, teve efeitos profundos e violentos sobre os equilíbrios sociais, ambientais e culturais da região e nem sequer introduziu mudanças econômicas positivas para a região: “a implantação do complexo hoteleiro da Costa do Sauipe (um dos maiores empreendimentos hoteleiros na área de *resorts* turísticos) não trouxe nenhuma contribuição significativa para melhorar os indicadores de desenvolvimento” (RIBEIRO⁴², 2005 apud BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009, p.84-85).

As construções e as infraestruturas introduzidas para a instalação da atividade turística não tiveram apenas irreversíveis impactos ambientais na região, mas também os indicadores sócio culturais sofreram fortes repercussões.

⁴² RIBEIRO, Robson L. M. *Políticas Públicas de Turismo e o Processo de Inclusão/Exclusão Social*. São Paulo: Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, 2005.

Como relatam Bursztyn, Bartholo e Delamaro, “a modernização de espaços (...) gerou uma nova divisão territorial entre a faixa litorânea, ocupada pelos grandes empreendimentos, e as áreas reservadas às comunidades locais tradicionais” (BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009, p.83), claro espelho, esse, de um projeto autoritário que foi implantado de fora segundo uma diretriz *top-down* sem sequer levar em consideração os direitos das populações locais ali residentes, e, menos ainda, pensando em consultar ou interagir com as comunidades locais.

Nesse processo de implantação do turismo no nordeste brasileiro se criaram graves disfunções sociais, como aqueles derivantes da questão fundiária, que se associaram aos problemas sócio-culturais agravando, assim, os já graves desequilíbrios sociais regionais.

O modelo de *resort* e de *village*, implantados no litoral nordestino, representam um evidente exemplo de ‘transplante turístico’ de um padrão de serviço globalizante e destruidor das diferenças, que responde exclusivamente aos desejos de determinados turistas, principalmente ocidentais, onde o autóctone simplesmente desaparece, não apenas porque se torna mudo frente aos interesses externos, mas também porque é literalmente expulso/expropriado de suas próprias terras, obrigado a se afastar do litoral, quando “a integração dos mega-projetos hoteleiros na região de sua implantação não acontece de forma espontânea ou natural” (BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009:84), não responde a demandas ou a processos locais, mas exclusivamente a interesses financeiros exógenos.

Obviamente não faz parte das preocupações desse modelo hegemônico e uniforme de turismo instaurar um diálogo com as comunidades locais. Não se reconhecem seus direitos enquanto não são consideradas contrapartes relevantes, sendo a única lógica em ato a mercantil, expressando o caráter homogêneo de uma racionalidade que não reflete a dinâmica da vida real porque está rigidamente predeterminada *extra situm*, e que desenha um modelo de desenvolvimento completamente estranho e indiferente à realidade local.

Frente a essa racionalidade, uma “nova” racionalidade estaria, portanto, voltada a escutar e, ao mesmo tempo, para dar voz à diferença, e uma forma de fazer isso é valorizar o homem enquanto ser cultural, que é justamente a proposta teórica do Zaoual apoiando a volta do *homem* nas ciências sociais do desenvolvimento (2006).

3. Turismo “situado”, que turismo é esse?

Permanecendo na área do turismo, nos perguntamos que tipo de turismo seria um turismo inserido nessa visão de mundo (paradigma), em outras palavras, quais seriam as características de um turismo “situado”?

Acreditamos que seria, principalmente, um turismo que valorize o homem, ou seja, que valorize, antes de tudo, sua história e sua cultura.

É interessante observar como esses dois itens sejam exatamente os mais valorizados pelo “turismo alternativo”.

Já tivemos oportunidade de discutir o fato de que essa categoria, em nossa visão, não contém, por si só, nenhum valor ontologicamente positivo, indicando apenas tipos de experiências caracterizadas por “outros” interesses e “outras” sensibilidades.

Em nossa proposta, turismo “situado” não é apresentado, neste contexto, como sinônimo de “turismo alternativo” e, mesmo reconhecendo que esse último possa representar o campo de aplicação do primeiro, não há garantia de se referir a uma mudança que envolve uma transformação qualitativa, uma mudança de olhar, até uma mudança de valores com respeito à atividade em questão. Enquanto um “outro” turismo, um turismo situado é um turismo que repousa sobre outros/diferentes pilares, sobre uma outra racionalidade.

Relembramos que “a *racionalidade situada* expressa o caráter heterogêneo dos universos complexos que têm ocorrência realmente na vida dos homens” (ZAOUAL, 2009, p.64), porque “múltipla, ela se constrói *in situ* de maneira dinâmica e indeterminada” (ibid.). Em outro trecho do autor:

A racionalidade situada integra a ética do sítio e as interações sociais às quais ele dá sentido. A racionalidade não se limita a uma adequação puramente *técnica* entre meios e fins, mas leva em conta também a natureza moral e social desses mesmos fins. A racionalidade situada é uma racionalidade das crenças e das ações que se desenrolam, em maior ou menor sintonia, sobre o sítio (ZAOUAL, 2006, p.46).

Isso comporta dar valor ao conhecimento tácito, o saber local, porque no turismo como em qualquer outra atividade “o conhecimento objetivo necessita do sujeito, da interação

subjetiva e também de projeções das estruturas mentais de sujeito. O conhecimento não é um espelho, uma fotografia da realidade” (MORIN, 2008, p.53), por isso “o conhecimento, sem o conhecimento do conhecimento, sem a integração daquele que conhece, *daquele que produz o conhecimento*, e o seu conhecimento é um conhecimento mutilado” (ibid. grifo nosso) por isso o conhecimento tácito do ator local é fundamental na construção de um turismo “situado”.

Isso, basicamente, significa dar voz ao *homem sítio*, ao nativo, tradicionalmente mudo, parafraçando a expressão de Krippendorf (1989), e que remete àquela “pedagogia do acompanhamento” proposta pelo Zaoual como metodologia de intervenção no sítio.

Um turismo baseado nesse saber local, seria um projeto de turismo construído em harmonia com o próprio meio, enquanto, “contrariamente ao *homo oeconomicus*, fundamento de um desenvolvimento impensado, o *homo situs* impulsionou a *harmonia do homem com seu meio*” (ZAOUAL, 2009, p.64 grifos do autor).

A busca por essa harmonia, ou melhor, a busca pela manutenção dela, constituiria, portanto, a base da escolha, feita pela comunidade, de qual deva ser o próprio turismo e as próprias fontes turísticas, sendo que

as fontes turísticas, ou outras se inventam e dependem, assim, dos *sistemas de representação* que têm os atores do sítio e da situação na qual se encontram. E esta situação não pode, de forma nenhuma, ser corretamente identificada *sem levar em conta a trajetória histórica e cultural* dos sítios em questão e de sua releitura no presente (ibid., p.66 grifo nosso).

Essa visão, no campo prático da realização/atuação de projetos turísticos tem a ver com a participação da comunidade local em todas as fases de implementação da atividade turística, desde a concepção das fontes turísticas utilizáveis como atrativo turístico do local, passando pela organização e pela gestão das mesmas. Dessa forma a comunidade estaria se considerando como sujeito ativo do próprio desenvolvimento, protagonista.

Repensar a gestão do turismo na perspectiva do *sítio simbólico de pertencimento* significa, portanto, modificar substancialmente o olhar sobre o desenvolvimento, re-direcionando-o para que possa começar a perceber a *integridade* do ser humano em sua sociedade, ou melhor, em *seu sítio*.

Como tudo está interligado em um sítio –crenças, instituições, comportamentos-, a teoria econômica ampliada está no “caminho certo”, na medida em que sua abertura à dimensão institucional a leve, aos poucos, a abranger o conjunto dos aspectos do sítio, em particular a *ética* e a *cultura*, muitas vezes negligenciadas pelos economistas (ZAOUAL, 2006, p.54 grifo nosso).

Uma das características básicas do conceito de turismo de base comunitária (TBC), apresentado no capítulo anterior, foi justamente o protagonismo da comunidade local no próprio processo de desenvolvimento, construído a partir de sua auto-organização e autogestão das atividades ligadas ao turismo no próprio local.

Esse protagonismo sugere-nos que essas experiências podem ser observadas e interpretadas como exemplo prático de “aplicação” desse novo paradigma. As experiências de TBC se mostram aos nossos olhos como exemplos concretos de turismo “situado”. Concordando com Sansolo e Bursztyn (2009, p.158), consideramos “o turismo de base comunitária não como mais um segmento de mercado, mas como a possibilidade de um novo paradigma para o turismo”, porque “significa abdicar do saber totalitário e optar por novas formas de construção da realidade baseadas no *saber compartilhado*, na *experiência coletiva*, no *poder da participação*” (IRVING⁴³, 1999 apud IRVING 2009, p.111).

Essas qualidades que pertenceriam, segundo a autora, às experiências de TBC evidenciam uma outra característica que, a nosso ver, é fundamental no debate relativo à “construção” de um “outro” turismo. Estamos falando de relações, porque “turismo de base comunitária (...) significa *encontro* e oportunidade de experiência compartilhada” (ibid.). Nas palavras de Bartholo:

característica fundamental do turismo de base comunitária é a nítida preponderância dos padrões relacionais interpessoais nos serviços turísticos ali implementados. A dialogicidade situada foi facilitadora da abertura de fortes canais de interlocução com o patrimônio relacional do sítio simbólico de pertencimento. A prática das iniciativas turísticas de base comunitária exige então uma permanente interlocução, e uma pactuação negociada de compromissos (BARTHOLO, 2009, p.51).

⁴³ IRVING, M. A., 1999, “Participação e envolvimento comunitário: garantia ética de sustentabilidade em projetos de desenvolvimento”, *Espaço e Geografia*, ano 2, n. 1, v. 2, pp. 135-141.

Enquanto as experiências de Turismo de Base Comunitária evidenciam a presença forte do aspecto relacional do encontro, também na proposta do turismo responsável encontramos elementos relativos à dimensão relacional. Com o interesse e a valorização do homem e da cultura locais, o turismo responsável direciona-se ao encontro com o outro. O elemento da troca, de experiências, de conhecimento é fortemente presente nesses tipos de experiências, marcadas pela curiosidade e pela procura de contatos e encontros diretos com os autóctones e seus estilos de vida. Nesse contexto a dimensão relacional passa a ser central, procurada e profundamente *vivida*, num clima de abertura dialogal intercultural. Porque pelo turismo responsável conhecer o lugar significa conhecer as *pessoas* que ali habitam, com seus costumes e histórias. As experiências de turismo responsável representariam, portanto, um passo importante, por parte dos turistas, em direção à construção de um turismo “situado”.

O turismo “situado”, de fato, apresenta-se como um turismo aberto ao diálogo. Segundo a perspectiva do sítio, contrariamente a quanto possa sugerir uma focalização sobre o lugar, o sítio não estaria fechado em si mesmo, não seria completamente autoreferencial, mas, ao contrário, pois estaria valorizando os próprios recursos simbólicos, materiais e intelectuais, estaria, ao mesmo tempo, *aberto* ao diálogo com o “outro”, afirmando-se, também, por meio da contraposição com o diferente. Afirmção pela diferença e abertura ao diálogo intercultural, então, seriam marcas características do sítio, observado em relação ao mundo afora.

De um lado, teríamos as relações existentes dentro de cada sítio, relações sociais, culturais e também econômicas entre os atores do sítio, a valorização das quais marcaria seu projeto de *desenvolvimento situado*, baseado na unicidade da realidade local; e do outro, teríamos as relações com o estrangeiro, o turista em visita àquele lugar, marcadas pela abertura ao encontro e às relações simbólicas, além das econômicas.

Nas experiências de TBC, onde temos comunidades auto-organizadas e abertas ao encontro e a experiências dialogais com os turistas, assim como nas experiências de turismo responsável, onde temos sujeitos ativos e responsáveis, em busca de encontro com o “outro” e da troca de saberes e de conhecimentos, aparecem assim os primeiros sinais para se pensar um “outro” turismo, um turismo baseado numa outra racionalidade fundamentada no homem e em suas relações -sociais, culturais, históricas e econômicas- com seu próprio território e com o mundo.

CAPÍTULO III

TURISMO &⁴⁴ FAVELAs⁴⁵

1. Introdução

Foge do interesse específico desse trabalho enfrentar o fenômeno favela em toda a sua abrangência e complexidade de fenômeno múltiplo e de múltiplas interpretações qual ele é. Não enfrentaremos, portanto, o tema da gênese das favelas cariocas, nem acompanharemos sua história, e tampouco aprofundaremos suas contradições e enormes desafios⁴⁶, mas reconhecemos tudo isso como uma característica intrínseca ao objeto em análise.

Assumindo que “o turismo é um fenômeno extremamente complexo, mutável, que opera de múltiplas formas e nas mais diversas circunstâncias, sendo difícil apreendê-lo, em sua totalidade, por meio de uma única perspectiva teórica ou mesmo de uma única referência” (BANDUCCI, 2001, p.23), reconhecemos que analisar o turismo em favela apresenta-se como um duplo desafio, sobretudo, por ser um campo de estudo relativamente recente.

Esse capítulo foi pensado como ‘território de aplicação’ das questões desenvolvidas nos capítulos precedentes a respeito, de um lado, do turismo entendido como experiência dialógica, portanto, observado a partir das relações que se instauram entre os atores envolvidos; e, do outro lado, de um desenvolvimento “situado” e, portanto, baseado em “outros” valores.

É bom salientar também que os casos concretos de experiências turísticas nas favelas do Rio de Janeiro, trazidos como objeto de estudo no final deste capítulo, referem-se apenas a algumas das favelas cariocas, as quais foram escolhidas pela relevância e não

⁴⁴ O símbolo gráfico “&” foi utilizado justamente para indicar que há uma multiplicidade de formas de interligação da favela com o turismo. Algumas dessas são: favela *de* turismo, favela *para* o turismo, favela *com* turismo, favela *e* turismo, etc. Cada uma das quais indica uma específica forma de relação entre o sistema favela e o fenômeno turismo.

⁴⁵ Na palavra “FavelaS”, no título e no texto, a letra “esse” foi intencionalmente evidenciada para dar destaque à forma plural, que é a única, em nossa visão, com a qual deveria ser pensado esse conceito.

⁴⁶ Para o aprofundamento da temática do fenômeno favela como objeto das ciências sociais, uma ótima referência é o trabalho da Licia do Prado Valladares (2005).

por uma suposta representatividade: são apenas casos singulares que podem, no máximo, falar-nos de tendências em processo. Nossa intenção não é apresentar um discurso definitivo e homogeneizador sobre a favela e o turismo, simplesmente porque acreditamos que não exista *um* discurso e *uma* única alternativa de turismo nas favelas, em geral, e nas cariocas em particular, sendo essa uma realidade complexa e variegada. Por isso acreditamos que esse conceito deva ser sempre apresentado no plural. Cada uma delas representa, utilizando os termos do Zaoual, um, ou mais, *sítios simbólicos de pertencimento*, cada um dos quais contem realidades extremamente ricas e variadas no seu interior, e, sobretudo, com relações, histórias e interesses diferentes, também em relação ao turismo.

Acreditamos que, para enfrentar o tema “turismo & favelaS” e, sobretudo, os casos concretos de turismo nas favelas cariocas, sejam necessárias específicas ferramentas teóricas e conceituais. Em particular, três chaves-de-leituras nos ajudarão na interpretação e análise do fenômeno favelaS & turismo na realidade carioca, e eles serão os pilares da primeira parte deste capítulo. Esses conceitos são os seguintes: favela como “produto/destino turístico”, favela como “lugar ou não-lugar turístico” e favela como “território produtivo”.

Cada um deles representa, a nosso ver, uma forma, ou *postura*, de se olhar o binômio favelaS & turismo. Queremos esclarecer desde logo que entendemos essas *posturas*/olhares sobre a favela em relação ao turismo não como mutuamente excludentes nem, coisa muito mais importante, as entendemos como embutidas de um particular valor intrínseco. Não acreditamos que *ser produto turístico* seja algo intrinsecamente negativo para uma favela, em termos identitários e culturais, porque acreditamos que existam *várias* modalidades de uma favela ser (tornar-se) um destino turístico. Ao mesmo tempo, concebemos esses três olhares como três possibilidades, perspectivas, que enfatizam *apenas um* aspecto dessa condição, e que podem, sim, conviver numa mesma análise.

Assim que, se de um lado, olhar para a favela como um lugar ou um não-lugar turístico significa evidenciar, principalmente, as relações com os “visitantes”; do outro lado, olhar para ela como ‘território produtivo’ significa ressaltar a dimensão econômica, focando nos fluxos e nas relações formais e informais ali existentes e pensar nas formas de conectá-los e potencializá-los, em vez de escondê-los e sufocá-los.

2. A favela como “destino turístico”: o olhar turístico *sobre* a favela

Olhar para a favela como destino turístico significa dar destaque às formas assumidas pelas favelas como símbolo e representação de demandas típicas do turismo na contemporaneidade (a saber demandas de autenticidade e de vivência de experiências), as quais encontramos respondidas também em outras formas de TA (e das quais falamos de forma mais ampla no primeiro capítulo). Este destaque nos levará, também, a observar como as mídias e a indústria turística apropriaram-se das favelas como símbolo e síntese dessas demandas transformando-as em um *trademark* internacionalmente reconhecido, às vezes, apenas reproduzindo uma imagem estereotipada da favela brasileira e especialmente carioca.

A favela transformou-se em um destino turístico. Esse é um fato. A figura 1 (em baixo) mostra um exemplo da “institucionalização turística” da maior favela do Rio de Janeiro e, provavelmente, a mais famosa favela brasileira, a saber, a Rocinha⁴⁷.

Figura 1: Principais cartões postais da Cidade Maravilhosa.



Foto: Elisa Spampinato

⁴⁷ É bom lembrar que a Rocinha deixou de ser “favela” para ser reconhecida como bairro em 1993 (Lei nº1.995), mas mesmo assim continua mantendo a denominação tradicional de favela.

A transformação da favela carioca em atração turística, sobretudo, para o mercado turístico internacional, é um processo que vem desde o começo do século passado, quando, como nos informam Jaguaribe e Hetherington⁴⁸ (2006 apud FREIRE-MEDEIROS, 2007, p.63), já existia uma procura pela favela, como uma expressão do desejo de se conhecer o exótico.

Mas, como nos informa Freire-Medeiros “foi apenas na década de 1990, com a Eco-92, que essa prática adquiriu proporções maiores” (2007, p.64). Valladares afirma que é exatamente o ano 1992 que marca o início do turismo na favela, com a entrada da Rocinha entre as metas dos *tours* da cidade (2005, p.202).

Desde então o fenômeno cresceu e as proporções aumentaram, e hoje (2009), dos 1,8 milhões de turistas estrangeiros que anualmente visitam o Rio de Janeiro, 3000 são os turistas que visitam mensalmente a Rocinha (FONTE SEBRAE-RJ: Agência Sebrae de Notícias 02/06/2009), enquanto em 2000, as visitas mensais eram cerca de 2000 (VALLADARES, 2005, p.155).

Passaram-se mais de dez anos desde o primeiro passeio turístico a uma favela carioca e hoje já é possível observar algumas mudanças. Freire-Medeiros (2007) faz algumas reflexões a esse respeito:

as favelas não apenas foram reconhecidas como destino turístico pela Riotur⁴⁹, mas o próprio poder público passou a promover o turismo nestas localidades⁵⁰. Isto não significa, por certo, que o estigma em relação às favelas e aos favelados tenha se esvaído –pelo contrário-, mas que certamente *está em jogo uma outra política de visibilidade*, para o bem e para o mal (ibid., p.21 grifo nosso)

Torna-se oportuno perguntar-nos sobre o porquê da favela virar um destino turístico. A escolha de alguns lugares como meta turística depende da existência de expectativas prévias em relação a eles, portanto, nossa pergunta inicial torna-se: quais são as

⁴⁸ JAGUARIBE, B.; HETHERINGTON, K., 2006, “Favela tours: indistinct and maples representations of the real in Rio de Janeiro”. In: Sheller, M.; Urry, J. (Eds.). *Mobile technologies of the city*. Londres/Nova York: Routledge.

⁴⁹ A Riotur - Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro S.A. é o órgão da Secretaria Especial de Turismo da cidade do Rio de Janeiro. Devido à lei nº 779 elaborada em setembro de 2006 pela vereadora Liliam Sá do PL e sancionada pelo Prefeito César Maia, a favela da Rocinha tornou-se ponto turístico oficial da cidade do Rio de Janeiro.

⁵⁰ Entre as várias iniciativas, municipais, estaduais e federais, ver o caso do Museu à céu aberto do Morro da Providencia e o projeto Célula Urbana, projetado por Lu Peterson. (MENEZES, 2008b).

expectativas em relação à favela que a tornam um destino turístico desejável e procurado, sobretudo internacionalmente?

Podemos imaginar que essas expectativas tenham a ver com a busca pela autenticidade, a procura por experiências diferentes e, principalmente, exóticas. Como vimos na primeira parte deste trabalho, essas demandas se apresentam como marcantes do turismo na contemporaneidade e são, em parte, respondidas, pela indústria do turismo, com a criação das “novas” formas de TA.

Mesmo representando demandas não tão completamente novas “nas práticas ditas alternativas, de maneira geral, as noções de *autenticidade* e *interação* reaparecem investidas de um *capital simbólico* ausente no turismo de massa” (CARNEIRO; FREIRE-MEDEIROS⁵¹, 2004 apud FREIRE-MEDEIROS, 2007, p.62 grifos dos autores). A tendência à proliferação internacional dos chamados *tours* de realidade, por exemplo, analisados por Freire-Medeiros, em suas pesquisas, mostram-nos a intensidade dessa demanda. Em particular, em seu estudo a pesquisadora mostra-nos como, entre os pacotes turísticos, vendidos pelas agências de viagem, aparecem com uma frequência cada vez maior, ofertas de experiências práticas (*hands-on experiences*) e *tours* de realidade (*reality tours*). Nessas ofertas, localizadas em todo o mundo, os produtos vendidos são exatamente as *experiências autênticas e verdadeiras* (FREIRE-MEDEIROS, 2007).

Gostaríamos de chamar atenção não apenas para o fato de que a *experiência* virou um produto, mas, sobretudo, para o fato que “no caso dos *tours* de realidade, esta premissa é levada ao paroxismo”, pois o que é vendido é, exatamente, a experiência autêntica e “a possibilidade de *vivenciar as emoções* do Outro (...), é o que asseguram os promotores”. (FREIRE-MEDEIROS, 2007, p.62 grifo nosso). A título de exemplo, é possível observar a figura 2, onde está retratado um panfleto informativo de uma agência turística que opera no Rio de Janeiro.

⁵¹ CARNEIRO, S.; FREIRE-MEDEIROS, B. 2004. “Antropologia, religião e turismo: múltiplas interfaces”, *Religião & Sociedade*, 24 (2), pp.100-125.

Figura 2: Panfleto informativo de uma agência de turismo da cidade do Rio de Janeiro.



Foto: Elisa Spampinato

Analisando a figura 2 acima, em primeiro lugar, podemos observar que a favela aparece em duas das quatro principais ofertas da agência: a primeira, na parte esquerda da foto, é a participação a um baile funk, chamado no panfleto de ‘Favela party’, assumido internacionalmente como uma das expressões típicas da cultura de favela. A segunda - na parte direita da foto, é o ‘Tour em Favela’ (ou *reality tour*).

Em ambos os produtos oferecidos, a promessa é de vivenciar experiências autênticas ‘vestindo a roupa’ do morador da favela. De fato, o turista que aceita fazer o passeio ou visitar o baile funk, pode vivenciar a experiência de vestir a roupa do ‘autóctone’, deixar de ser ‘gringo’ por um dia, ou melhor por algumas horas (!), e “ser um local”, como exorta o mesmo lema da agência: ‘Don’t be a gringo! *Be a local*’, que corresponde também ao nome da agência. (veja o logotipo em alto à direita no panfleto informativo na mesma figura).

A favela parece responder bem a essa procura por autenticidade e interação, pois carrega uma forte marca de alteridade e exotismo, que, ao mesmo tempo, é fortemente estigmatizada, e, por isso, bastante “estável”.

Segundo Phillips⁵² (2003, apud FREIRE-MEDEIROS, 2007, p.65), “Favela” tornou-se um prefixo tropical capaz de incrementar e tornar “exóticos” lugares e produtos entre os mais variados.

A favela, de fato, transformou-se em um *trademark* reconhecido e vendido internacionalmente. Como exemplo disso, temos os casos internacionais, analisados pela Freire-Medeiros (2007), dos Club *Favela Chic* espalhados em várias cidades, não apenas européias (Paris, Londres, Glasgow e Miami); mas também temos, como exemplo nacional, uma grife de roupa juvenil (figura 3) que utiliza e “desfruta” esse *trademark*, já consolidado e tão atraente para o turista estrangeiro. Na foto estão indicados os endereços onde encontrar os produtos dessa grife, e nota-se que as lojas encontram-se não só em bairros comerciais e turísticos da cidade, como Copacabana e Santa Teresa, mas também na Lapa, bairro boêmio frequentadíssimo pela juventude carioca. Será que aqui está embutida uma proposta estético-cultural “alternativa” também para o público nacional?⁵³.

Figura 3: Grife de roupa.



Foto: Elisa Spampinato

Voltando a falar das expectativas das quais depende a escolha de um destino turístico, segundo Urry, essas são construídas, mantidas e, sobretudo, alimentadas “por uma

⁵² PHILLIPS, T., 2003. “Brazil: how favelas went chic”. Consultado no site: <<http://www.brazzil.com/2003/html/news/article/dec03/p105dec03.htm>>

⁵³ Essa pergunta obviamente foge ao interesse desse trabalho, mas seria interessante analisar a expansão do *trademark* favela em âmbito nacional, e as conseqüências disso em termos sociais e antropológicos.

variedade de práticas não-turísticas, tais como o cinema, a televisão, as revistas, os discos e os vídeos, *que constroem e reforçam o olhar*” (URRY, 1996, p.18 grifo nosso).

Entre as várias práticas não-turísticas que reforçam a expectativa em relação às favelas cariocas, as mídias desenvolvem um papel crucial nesse sentido e, entre elas, queremos salientar o cinema. O cinema, que se destaca pela sua força de comunicação e de difusão, colaborou, e continua colaborando, de forma decisiva para a construção de uma imagem, ao menos, “fascinante” da favela, é responsável, em parte, pelo processo de criação e difusão do “produto” favela.

Menezes (2008), entre outros, relata que a maioria dos turistas internacionais interessados em visitar as favelas cariocas tem como principal e, às vezes, única referência da favela, o filme *Cidade de Deus*⁵⁴.

Como relata Freire-Medeiros (2007) “o filme *Cidade de Deus*, aclamado pela crítica internacional, logrou produzir, como observou a rede de notícias CNN, uma imagem ‘sexy’ e ‘cool’ de uma favela violenta”. Enquanto o documentário *Favela Rising*⁵⁵ de 2005, seguindo o exemplo de *Cidade de Deus*, apresenta uma imagem mais fortemente estereotipada da favela que responde à expectativa do imaginário social internacional. Isso é evidente também, como relata a mesma autora, na escolha do cenário do filme, quando, “em varias tomadas, uma favela não identificada, com vista para o mar, substitui Vigário Geral e provê a desejada imagem de favela turística”. Ou seja, mesmo se referindo a uma história real e geograficamente localizada (especificamente na favela de Vigário Geral, situada na zona norte da cidade do Rio de Janeiro), o documentário adota a imagem estereotipada das favelas cariocas, utilizando para a filmagem uma favela localizada em um dos morros da zona sul da cidade.

Acreditamos que não seja uma coincidência que os diretores e produtores desse documentário, ganhador de prêmios concedidos pela Associação Internacional de Documentários e, também, no Festival de Tribeca, sejam dois norte-americanos estreantes na direção de um documentário e concordamos com a opinião da crítica de cinema Angélica Bito que “a produção [do documentário *Favela Rising*] apresenta o

⁵⁴ Título original: *Cidade de Deus*; Direção: Fernando Meirelles; Roteiro: Bráulio Mantovani, baseado em romance de Paulo Lins; Produção: Walter Salles; Ano de Lançamento (Brasil): 2002.

⁵⁵ Título original: *Favela Rising*; Direção: Jeff Zimbalist e Matt Mochary; Produção: Jeff Zimbalist e Matt Mochary; Ano de Lançamento: 2005.

*Brasil como os ‘gringos’ querem ver: existe a miséria, mas também existe sua glamurização e a visão unilateral de situações sociais”*⁵⁶.

Esse é apenas um exemplo, a nosso ver interessante por ser emblemático. Mostra claramente como o veículo cinematográfico, uma entre as outras práticas não-turística, construtores de olhares, quando cria um produto turístico, contribue para a criação da imagem estereotipada dela que é, em primeiro lugar, uma imagem *simplificada* e banalizada.

Notamos claramente que a favela, nesses casos, é tratada no *singular*, sendo reproduzida uma imagem homogênea dessa parte da realidade carioca, quando, ao contrário, é a multiplicidade e a complexidade que constituem o mais característico traço dessa realidade. Preteceille e Valladares apresentam-nos umas reflexões a respeito:

quanto à suposta unidade dos espaços favelados (sua adequação hipotética a um ‘tipo ideal’ de favela) *não foi constatada*. Ao contrário, nosso trabalho sugere que toda análise sociológica profunda sobre a favela deve levar em conta a diversidade de situações. Devemos falar em favelas no plural e não no singular (PRETECEILLE; VALLADARES, 2000, p.398 grifo nosso).

Mesmo não correspondendo à “realidade”, pois é parcial, homogeneizador, simplista, é o ‘tipo ideal de favela’ que continua sendo reproduzido pelas mídias nacionais e internacionais e, infelizmente, é essa a imagem que irá participar na construção daquelas expectativas que serão vendidas para o turista estrangeiro. Nesse processo, perverso e circular, acreditamos que esteja profundamente enraizado um grande risco de reproduzir preconceitos, junto com dogmas sociais e raciais, em relação ao fenômeno ‘favela’, mas acreditamos que, nas experiências turísticas concretas, isso não seja inevitável, porque, se é verdade que antes de escolhermos um destino turístico, já temos uma ideia do que encontraremos, acreditamos que existam formas de fazer turismo que deixem mais abertos e, digamos assim, incertos os resultados dessa experiência.

É bom frisar mais uma vez que não estamos simplesmente falando de vivenciar uma experiência mais “autêntica” ou mais “verdadeira”, porque em nossa opinião, como já

⁵⁶ Artigo disponível ao endereço: <http://br.cinema.yahoo.com/dvd/filme/13986/critica/9366/favelarising> Acessado em junho de 2009 (grifos nossos).

discutimos anteriormente, *não existe autenticidade no turismo*, mas “espirais contínuas de representações” (FREIRE-MEDEIROS, 2006, p.22). Nas palavras da autora:

pensar a favela que o turismo inventa como uma zona de contato permite-nos entendê-la como território físico e simbólico no qual camadas discursivas se acomodam em múltiplas representações: representações sobre a favela e seus habitantes formuladas pelos turistas, representações dos turistas formuladas pelos moradores, representações da favela formuladas pelos moradores para os turistas, numa *espiral contínua de representações* (FREIRE-MEDEIROS, 2006, p.22 grifo nosso).

Onde o termo ‘representação’ pode ser lido como olhar, perspectiva.

Resumindo, acreditamos que nunca vá existir uma experiência turística autêntica, porque sempre haverá encenação, sempre haverá estereótipos e clique, de ambos os lados, mas que podem existir formas institucionalizadas de turismo que possam aproximar mais do que afastar, que possam, talvez, desconstruir, ou pelo menos pôr em dúvidas, os estereótipos previamente possuídos.

3. A favela como *lugar* ou *não-lugar turístico*: O olhar turístico *para dentro* da favela

O que significa pensar a favela em termos de *lugar/não-lugar*?

Não significa apenas refletir sobre sua natureza territorial e espacial, mas significa também, e, sobretudo, refletir sobre sua natureza social e cultural.

Concordamos com Rodrigues quanto ela afirma que “o lugar, como categoria filosófica, não trata de uma construção objetiva, mas de algo que *existe do ponto de vista do sujeito que o experiencia* [...] é o *referencial da experiência vivida*, pleno de significado” (RODRIGUES, 1997, p.32 grifos nossos).

O *lugar* não é algo natural, ou seja, algo dado pela natureza, mas é algo *construído*, socialmente, culturalmente e economicamente.

Afinal, nós acreditamos que o que define um local/território como Lugar sejam as *relações* que lá existem porque “além de suas quatro dimensões, o espaço teria uma quinta dimensão, a *do cotidiano*” (SANTOS, 1999, p.17), e é justamente essa dimensão da vida vivida que caracteriza o *lugar*, diferenciando-o do *não-lugar*.

Mas o lugar não é apenas relação, segundo Augé (1992), um lugar tem outras duas características: ele, além de ser *relacional* é também *histórico* e *identitário*. “Um lugar se completa pela fala, a troca alusiva de algumas senhas, na *convivência* e na intimidade cúmplice dos locutores” (AUGÉ, 1992, p.73 grifo nosso). Se o *lugar* é o lócus do sentido inscrito e simbolizado, o lugar antropológico, conseqüentemente, o não-lugar se caracterizaria pela ausência dessas qualidades. Concordamos, porém, com Augé e preferimos entendê-las como referências ideal-típicas, segundo a perspectiva weberiana. De fato, as categorias de lugar e de não-lugar nunca existem sob uma forma pura, pois eles são “polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente” (ibid., p.74).

E se o lugar, nessa análise, tem a marca da vida e da experiência vivida, podemos entendê-lo como o “sítio simbólico de pertencimento” do Zaoual, do qual falamos no capítulo anterior e cuja marca é justamente a identidade, a história/cultura e a convivência. Em particular, nas palavras do autor:

“Um sítio é um local em sentido *geográfico* (bairro, cidade, microrregião, região, país etc.) e também em sentido *simbólico* (adesão a uma cultura, a uma ideologia, a uma religião), remetendo a *significados específicos definidos pelos seus atores* que, em função de sua identidade, de um lado, aceitam ou recusam o que lhes é proposto ou imposto de fora e, por outro, procuram soluções originais para seus problemas” (Zaoual, 2003, p.8 grifos nossos).

De fato, o sítio é apresentado pelo seu criador como *uma comunidade de comunicação de um sentido compartilhado*. Seu ‘sentido’, ou seja, sua história e sua cultura, é *construído conjuntamente*.

Na perspectiva do sítio simbólico de pertencimento o homem é abordado a partir das suas raízes culturais, ou melhor: “tradição, cultura e democracia devem ser consideradas a partir da observação do Homem como um ser que promove suas ações num determinado espaço geográfico ao qual ele pertence” (LIMA, 2005, p.6)

A cultura, portanto, pode ser identificada como a marca específica do *sítio*, pois ela identifica o que há de *único* naquele local.

Há, porém, uma advertência a se fazer nesse contexto a respeito da natureza de uma determinada identidade e cultura. Ou seja, sempre está presente o risco de entender essas duas expressões de um determinado povo, sobretudo, quando vistos/observados de uma perspectiva externa como algo *fixo* e *imutável*. A esse respeito, reconhecemos a relevância e importância representada pelo conceito de “sítio simbólico de pertencimento”, proposto por Zaoual.

De fato, o “sítio” é caracterizado pela diversidade, complexidade e singularidade mas, ao mesmo tempo, não se desconhece que ele se encontra num processo dinâmico no qual “se constrói em todas suas dimensões da existência local” (ZAOUAL, 2006, p.143) inserido como é num contínuo fluxo de mudanças: de fato, “o sítio- como ‘entidade coletiva historicamente situada’- situa os seus membros e, ao mesmo tempo, situa-se nas *mudanças* que o afetam de dentro e de fora (ibid. grifo nosso). É considerado pelo autor como “*patrimônio coletivo vivo* que tira sua consistência do *espaço vivido* pelos autores” (ZAOUAL, 2009, p.63).

Acreditamos, portanto, que todas as culturas, e as identidades como expressão e manifestação dela, são dinâmicas: elas mudam no tempo, e mudam, principalmente, de forma relacional.

Refletindo, por exemplo, sobre a natureza da identidade na pós-modernidade, concordamos com Hall (2003) quando afirma que “ela [a identidade] permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’”, e sugere falar em *identificação*, para melhor focar seu caráter processual e inacabado. Segundo o autor, de fato “a identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de *uma falta* de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso *exterior*” (HALL, 2003, p.39).

Quanto ao conceito de cultura, ele é, sem dúvida, um dos mais complexos das ciências humanas e sociais. Entre as muitas definições existentes, nesse contexto nos queremos adotar a definição que Tylor deu dele, em 1871, em seu livro *Primitive Culture*, e que se tornou uma das mais citadas: “Cultura, ou civilização [...] é o todo complexo que inclui conhecimento, crença, arte, lei moral, costumes e quaisquer outras capacidades e

hábitos *adquiridos* pelo homem enquanto membro da sociedade” (ibid. grifo nosso). O adjetivo “adquiridos” representa, em nossa visão, a palavra-chave dessa perspectiva, enquanto evidencia seu caráter não-biológico, tornando-a, junto com outras práticas, resultado da *aprendizagem*, em outras palavras, resultado da interação interpessoal e intercultural.

A referência ao conceito de aprendizagem nos permite pensar a cultura como algo, a saber: padrões de comportamento, conhecimento e valores, que foi acumulado, adquirido, assimilado e transformado por meio e a partir de uma série de contatos e tradições orais e escritas entre gerações e, também, entre culturas diferentes, porque “é pela interação social que o indivíduo compreende a si mesmo e aos outros. É o processo de interação que constrói o sujeito, a sociedade e a cultura” (VITULE, 2003, p.31).

Portanto, tanto a cultura quanto a identidade podem ser entendidas como *construções* e, ao mesmo tempo, como fruto de relações, ou melhor, como construções *relacionais*. Assim como o lugar, do qual são marca específica.

Nessa mesma direção vão as reflexões de Milton Santos sobre o conceito de espaço geográfico como construção híbrida, ou seja, “um resultado da inseparabilidade entre sistemas de objetos e sistemas de ações” (SANTOS, 1996, p.81)

Ações essas de um tipo específico, porque “o espaço não é apenas um quadro de vida, mas um espaço vivido, isto é, de experiência sempre renovada” (SANTOS, 2000, p.114) Segundo Santos, “cada lugar se define tanto por sua existência corpórea, quanto por sua *existência relacional*” (SANTOS, 2005, p.159 grifo nosso). Em particular, na produção e apropriação racional do o espaço, a técnica tem hoje um papel fundamental.

Como nos informa Varanda “para Milton Santos (1999), a construção de um espaço racional ocorre a partir da constatação de métodos de planejamento e manipulação do espaço geográfico que expressam dimensões de ação racional” (VARANDA, 2009, p.145)

O espaço racional, porém, não é o único existente no território da cidade. De fato, segundo Santos, na cidade, ao lado das zonas ‘luminosas’ -representação desse espaço racional- existem também as zonas ‘opacas’. Enquanto, de um lado, as primeiras são o espaço da exatidão e da racionalidade -espaços racionalizados e racionalizantes- em

suma, o espaço da técnica; do outro lado, contrapostas às primeiras e *escondidas* por trás delas, estão as zonas ‘opacas’, que são os espaços do aproximativo, espaços inorgânicos e abertos, não são os espaços da racionalidade nem da vertigem, mas são espaços da ‘lentidão’ (SANTOS, 1994). Nesse espaço da lentidão mora o *homem lento*.

O conceito de ‘homem lento’ pode ser lido como sinônimo do *homo situs* de Zaoual. De fato, como vimos o *homo situs* é um ser cultural, enraizado (*situado*) no próprio território. Também o homem lento é um homem situado é o homem das zonas ‘opacas’. O homem lento representa o saber local: “é o homem que conhece os lugares, que necessita deste conhecimento para a sua sobrevivência” (RIBEIRO, A. 2005a, p.266). O homem lento é, ao mesmo tempo, inovação. De fato, “os lugares se definem pela sua densidade técnica, pela sua densidade informacional, pela sua densidade comunicacional, cuja fusão os caracteriza e distingue” (SANTOS, 2005, p.160), e, identificando o conceito/categoria de homem lento com a categoria de ‘pobre’⁵⁷, visto que “diante as redes técnicas e informacionais, pobres e migrantes são passivos (...) é na esfera comunicacional que eles, diferentemente das classes ditas superiores, são fortemente ativos” (SANTOS, 1999, p.261). De fato, os homens ‘lentos’ “escapam ao totalitarismo da racionalidade” a causa dessa pouca densidade técnica e informacional que eles possuem, e que os torna, digamos assim, impermeáveis às mensagens da racionalidade imperante. Nas palavras do autor, para eles, “tais imagens são miragens, não podem, por muito tempo, estar em fase com esse imaginário perverso e acabam descobrindo as fabulações”. Concluindo, assim que “acusados (...) de orientação ao presente e de incapacidade de perspectiva, são os pobres que, na cidade, mais fixamente *olham para o futuro*” (SANTOS, 1996, p.261 grifo nosso). Como destaca novamente a Varanda, “Milton Santos (1999⁵⁸) também acredita ser possível, a partir dos espaços marcados por relações de proximidade e constituídos ativamente pela esfera comunicacional, se chegar à concepção de transformações sociais mais amplas” (VARANDA, 2009, p.152).

O homem lento é um ser inovador e, assim como o *homo situs*, é um ser cultural no sentido que representa a unicidade do *lugar*, enquanto comunidade de sentido compartilhado, e é, portanto, principalmente um ser relacional.

⁵⁷ Entendemos aqui o conceito de ‘pobreza’ no sentido de ‘falta de acesso’ e ‘falta de liberdade de escolha’, e como sinônimo de exclusão.

⁵⁸ SANTOS, Milton, 1999. *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec.

A *relação* pode ser identificada então como a marcas do lugar. O *lugar*, portanto, é relação, ou seja, diálogo/encontro.

Essa discussão sobre o *lugar* e o *não-lugar* nos serve de referência para refletir sobre um tipo específico de lugar (e especularmente de não-lugar), que remete ao tema específico desse trabalho, a saber, o lugar turístico, com a intenção de ampliar o debate crítico ao seu respeito.

Primeiramente, relembramos com Fratucci que a respeito da discussão sobre os lugares turísticos, “são poucos os trabalhos científicos desenvolvidos no sentido de buscar-se o conhecimento da lógica do ordenamento territorial das áreas receptoras de fluxos turísticos” (FRATUCCI, 2000, p.127). O autor continua informando-nos que “em sua maioria, são abordagens teórico-críticas que buscam destacar os *aspectos negativos* dos impactos da atividade turística, colocando o fenômeno como elemento destruidor das identidades dos lugares” (ibid. grifo nosso).

Isso, portanto, significa que ao interrogar-nos sobre as implicações de incluir o turismo no discurso, perguntando-nos, por exemplo, sobre a influência do turismo sobre o lugar, se essa atividade comporta destruição do lugar, sistemicamente entendido (ou seja, o lugar como meio ambiente, economia e cultura) o que parece prevalecer são as posições que defendem uma visão negativa do turismo, identificando-o como destruidor de culturas e identidades e, portanto, criador de não-lugares. Uma dessas é a posição de Carlos, como mostra o seguinte trecho de seu livro *O Lugar no/do Mundo*:

a indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório onde o espaço se transforma em cenário, ‘espetáculo’ para uma multidão amorfa [...]. Aqui o sujeito se entrega às manifestações desfrutando a própria alienação. Esses dois processos apontam para o fato que ao vender-se o espaço, produz-se a *não-identidade* e, com isso, o *não-lugar* (CARLOS, 1996, p.109 grifos do autor).

Não concordamos com a visão aqui apresentada pelo autor, pelo menos por dois motivos. A primeira discordância tem a ver com uma crítica geral sobre o fato de que apresentar o turismo como algo com um impacto *exclusivamente* negativo representa, em nossa visão, uma postura pelo menos restrita e parcial, redutora e homogeneizadora.

Nossa segunda discordância está relacionada à ideia de que o turismo crie artificialidade. Já enfrentamos a questão da artificialidade no turismo a respeito das relações que se instauram, ou podem instaurar-se, entre visitantes e visitados, e vimos como o conceito de artificialidade perde a sua centralidade e importância frente ao conceito de diálogo e de experiência dialogal. De fato, uma vez que aceitamos que não existe autenticidade no turismo, que é por sua natureza encenação, vimos como é mais interessante pensar nas possibilidades de se dar uma encontro nas ‘zonas de contatos’ (PRATT⁵⁹, 1992 em FREIRE-MEDEIROS, 2006, p.22), ou nas comunidades “etnoturísticas” (Grünewald 2003). Pensando, portanto, em termo de relações entre visitantes e visitados, vimos como as experiências turísticas podem ser posicionadas entre o extremo de experiências de “ver” e o outro extremo de experiências de “com-viver” do *continuum* que criamos como ferramenta específica para classificá-las.

Voltando ao texto do Carlos (1996), vemos como a questão das relações entre visitantes e autóctones é analisada especialmente em relação à questão do impacto sócio-cultural do turismo sobre a(s) cultura(s) de um determinado território. De fato, o autor parece supor que, para “agradar” o turista, os autóctones modifiquem a própria cultura, esquecendo de sua própria identidade, e acabem encenando aquele espetáculo do qual ele fala, que teria apenas o signo da artificialidade. Sabemos que esse espetáculo, essa encenação, faz parte do show oferecido no turismo, mas o problema, a nosso ver, é que o autor, ao evidenciar isso, parece *reduzir* a vida dos autóctones aos momentos do encontro com o turista, enquanto estudos e pesquisas, sobretudo, sociológicas e antropológicas, mostram-nos que os autóctones estão cientes dessa encenação e atuam, segundo várias gradações e com intensidades diferentes, no palco do turismo. Uma consequência disso é que os autóctones continuam obviamente, de alguma forma, protegendo parte da própria cultura.

Portanto, imaginar que os autóctones estejam sempre totalmente “desprotegidos” em relação à invasão do visitante significa, no mínimo, ter uma visão simplista e reducionista deles, continuando a acreditar no mito do bom selvagem, ingênuo e culturalmente desprovido frente ao turista estrangeiro. Obviamente não queremos esgotar aqui o argumento tão complexo e profundo da relação e das *recíprocas* influências culturais entre visitantes e autóctones, cientes de que mereceria um aprofundamento maior. O que

⁵⁹ PRATT, Mary Louise, 1992. *Imperial eyes*. London/New York: Routledge.

nos interessa aqui é apenas frisar que existem, no turismo, várias tensões atuando entre as dinâmicas da cultura, da tradição e da procura pela autenticidade. A esse respeito, queremos chamar novamente a atenção, com o Grünewald (2003), a respeito da existência e, sobretudo, da coexistência de várias comunidades, todas igualmente autênticas e legítimas⁶⁰ que se influenciam *reciprocamente* especificamente em termos culturais e sociais.

Por essas razões, compartilhamos, ao contrário, a visão dinâmica da Luchiari, segundo a qual o turismo é um processo, em particular, um *processo em construção* de “novas formas sociais de espacialização social, por meio das quais estamos construindo *novas formas de sociabilidade*, mais híbridas e mais flexíveis” (LUCIARI, 1999, p.17 grifo nosso). Essa visão permite, em nossa opinião, entender melhor as novas dinâmicas que se criam nessas “zonas de contato” das quais nos falou Mary Louise Pratt⁶¹. Essa visão de processo não interfere, mas, ao contrário, dialoga positivamente com a questão identitária, uma vez que “a identidade do lugar é *constantemente recriada*, produzindo um espaço social híbrido, onde o velho e o novo fundem-se dando lugar a uma *nova organização sócio-espacial*” (LUCIARI, 1999, p.17 grifo nosso).

É por isso que a mesma autora, num outro contexto, afirma que “os fluxos turísticos funcionam como um *vetor de transformação e não apenas de dominação* de lugares ‘provincianos’” (LUCIARI, 1999, p.20). Tentando caracterizar mais esse vetor de transformação e não esquecendo que não é objetivo desse trabalho analisar com profundidade as complexas relações entre turismo e território, contentamo-nos em assinalar, de uma forma geral, a complexidade dessa relação, concordando com a autora que o fenômeno contemporâneo do turismo coloca-se como um vetor de transformação, contraditório e emblemático, porque acentua a produção de *lugares de consumo* e, ao mesmo tempo, o *consumo de lugares* (ibid. grifo nosso).

Retomando a contraposição *lugar/não-lugar*, assim como as relações de proximidade, a cultura e a identidade são apresentadas como marca do lugar. Aqui nós entendemos como marca do *lugar turístico* as relações de proximidade entre turista e anfitrião, que permitem a vivência de uma experiência dialogal, nos termos anteriormente apresentados. Nos *lugares turísticos*, contrapostos aos *não-lugares turísticos* haverá,

⁶⁰ Para o tratamento da questão da autenticidade no turismo ver o primeiro capítulo (p. 33-36) deste trabalho.

⁶¹ Ver pag. 35 deste trabalho.

portanto, convivência e não “pseudo-convivência” (BARRETTO, 2004, p.13), encontro e não fria e distante observação. Retomando nosso *continuum* utilizado para classificar as experiências turísticas, os *lugares turísticos* se colocariam no extremo do “com-viver”, enquanto os *não-lugares turísticos* no extremo do “ver”.

Utilizando a referência a Illich (1976) podemos afirmar que nos *lugares turísticos* encontraremos aquela ferramenta que o autor chama de “convivencial”.

O autor afirma que “a ferramenta é inerente à relação social” quando ela é “convivencial”, permite a transformação da relação fria e mecânica entre um prestador de serviço e um usuário numa relação “convivencial” “sempre nova [porque] é ação de pessoas que participam na criação da vida social (ibid., p.25).

Illich chama de ferramenta *justa* aquela que apresenta as seguintes características: “é criadora de eficiência sem degradar a autonomia pessoal; não provoca nem escravos nem senhores; amplia o raio de ação pessoal” porque, continua o autor, “o homem precisa de uma ferramenta *com a qual trabalhe*, e não de instrumentos que *trabalhem em seu lugar*” (ILLICH, 1976, p.24).

Se entendermos o termo ferramenta como um tipo de serviço, podemos entender o que seria um serviço turístico ‘justo’.

Concluindo, podemos afirmar que os *lugares turísticos* são entendidos como os lugares onde acontece o encontro, que é cada vez diferente e único, porque ali se consegue manter aquela liberdade de ação e de expressão entre as pessoas, porque ali nós encontramos aquela ferramenta convivencial que torna o turismo um serviço ‘justo’.

Em nossa visão, como já apresentamos, a favela é percebida/entendida como um *sítio simbólico de pertencimento*, como um lugar, e não um não-lugar, porque representa e nos mostra as relações, múltiplas e complexas, das quais é composta. É o território vivido e experimentado e é, ao mesmo tempo, o lugar de outras racionalidades, de contra-racionalidades e de “irracionalidades”; do formal informalizado e do informal formalizado. Cada favela é múltipla e plural, mas é singular na própria complexidade e unicidade, e em sua unicidade é reconhecida como um *sítio simbólico de pertencimento*.

A favela é entendida como um *lugar* e não como *não-lugar*. A favela turística, porém, pode ser um *lugar turístico* ou *não-lugar turístico*, isso vai depender do tipo e da

qualidade das relações e interações que se criam no território favela vivido como destino turístico.

Nas favelas do Rio de Janeiro, objeto específico do presente trabalho, existem casos onde são postas as condições para essa convivência, e outros, pelo contrário onde isso não acontece e se criam, parafraseando Boorstin (1964, p.29), *bolhas experienciais* totalmente desraizadas e desconectadas do contexto sócio-cultural da favela.

Essas considerações sobre a favela em termos de lugar ou não-lugar turístico nos servirão para refletir sobre as formas de convivência que se criam, ou que são possibilitadas, pelas diferentes formas de se fazer turismo em favela. Significa pensar nas possibilidades do turismo ser um lugar de encontro de identidades e de histórias, pessoais e coletivas, mas, para fazer isso, devemos analisar quanto as formas de turismo possibilitam a criação desse espaço de proximidade entre alteridades.

4. A favela como “território produtivo”: o olhar turístico *para além* da favela no singular

Olhar para a favela como território produtivo significa, em nosso entendimento, olhar para o território-favela como um *sítio simbólico de pertencimento*, um lugar feito de relações, de história e cultura. Mas significa, também, pensar em formas de desenvolvimento local que reflitam as necessidades situadas das comunidades a partir dos próprios recursos internos, materiais e imateriais/intangíveis/simbólicos e das próprias demandas. Significa olhar para a favela como um sistema complexo de redes e relações, de conhecimentos e tradições, de economias e cotidianidades que, obviamente, preexiste ao turismo e vai continuar existindo depois e, às vezes, apesar dele. Mas, nesse sistema socioeconômico o turismo pode passar a ser incluído como uma de suas partes integrantes e articuladas.

O conceito de “território produtivo” é um conceito econômico, ou sócio-econômico utilizado principalmente respeito ao desenvolvimento local.

É importante destacar que consideramos a aplicação desse conceito à favela bastante inovativo e polêmico, e, por isso, ainda relativamente carente em referências teóricas. A

natureza inovativa e polemica deriva do fato de que sua utilização e aplicação enfrentam leituras enraizadas e tradicionalmente aceitas em relação à favela. Em particular, o conceito de território produtivo enfrenta a visão de favela como território periférico, como problema e como irreduzível alteridade/de território “outro” com respeito à cidade.

Ele, de certa forma, afirma que a favela é centro, que a favela não é periferia, que não é problema, mas pode ser solução, que não é “outra” com respeito à cidade, mas é parte integrante e ativa da cidade-metrópole.

A ideia de favela como *centro* contradiz a suposta posição periférica tradicionalmente atribuída a ela, seja do ponto de vista político, cultural e econômico, principalmente, como mercado de trabalho.

A visão de favela como problema, de outro lado, representa uma caracterização antiga. De fato, “a favela começa a ser percebida como um ‘problema’ praticamente no momento em que surge” (ZALUAR, 2006, p.10). Já em 1900, temos a primeira menção à favela como a um duplo problema, sanitário e policial (ibid., p.9), o que testemunha a adoção de uma “retórica centrada nas concepções de uma ‘patologia social’ e da ‘poluição’”, destinada, segundo a autora, “a uma longa permanência na cena institucional carioca do século XX” (ibid.). Essa visão da favela como problema marca indelevelmente sua imagem, e não somente no âmbito institucional. A favela é, hoje em dia, geralmente entendida como um problema, aliás, como uma série de problemas: social, de ordem pública, de segurança, de pobreza, etc.

Como nos mostra Zaluvar (2006), o traço mais característico das interpretações da favela foi, sem dúvida, a perspectiva dualista, mais forte entre 1908 e 1923 e, de novo, a partir da década de 80. Segundo essa visão, existem *duas* cidades. Uma forma tradicional de ler essa dualidade é a contraposição entre cidade *formal* e cidade *informal*.

Esta contraposição já foi amplamente debatida, de forma crítica, por vários autores e em vários contextos⁶² e, atualmente, está se construindo um consenso também, relativamente, ao contexto carioca (ver, entre outros CUNCA), onde a ideia é que a informalidade não seja a marca específica e exclusiva dos morros cariocas. Está assim invalidada, por uma observação não estereotipada e parcial da realidade metropolitana,

⁶² Entre outros ver Larissa Adler Lomnitz, 2002; 2006.

a hipótese da existência de uma nítida separação e distinção baseada na rígida dicotomia formalidade- informalidade, pois é evidente que há, de um lado como do outro, elementos de informalidade invadindo as formas e as modalidades formais de interação.

Nosso desafio, portanto, resume-se à tentativa de fortalecer uma *outra* perspectiva em relação à favela, movimento, esse, que inclui, obviamente, também o meio acadêmico.

De fato, “essa maneira de pensar a cidade se manteve e foi confirmada pela própria maneira de fazer a pesquisa urbana” (ZALUAR, 2006, p.16). Encontramos a mesma ideia também em Valladares (2005) que nos mostra como a visão da favela veio sendo acompanhada do enraizamento de dogmas⁶³ em relação à favela e como as ciências sociais, por várias razões, continuaram a perpetuação desses dogmas: “a análise sistemática da literatura demonstra, claramente, que a aceitação dos dogmas é partilhada pela maioria dos pesquisadores” (VALLADARES, 2005, p.160).

A visão de favela como território produtivo se inseri, portanto, como proposta de uma visão diferente de favela. O que o conceito de território produtivo faz, no fundo, é romper com a ideia da tradicional dualidade a ela associada, a ideia de favela pensada como uma *outra* cidade (informal), dentro da cidade (supostamente e completamente) formal. Pensando e apresentando a favela como território produtivo, queremos contribuir para esse debate e para essa mudança da perspectiva, da favela como problema à favela como campo de produção de soluções criativas. Porque além de ser um território produtivo, a favela é, em nossa visão, uma daquelas ‘zonas opacas’ da qual fala Santos (2001), criativas e inovativas⁶⁴.

A seguir procederemos à apresentação e à análise do conceito de território produtivo, aplicado à favela, apoiando-nos em duas perspectivas diferentes e, em partes, contrapostas: a de um economista e cientista político, Giuseppe Cocco⁶⁵, e a de um

⁶³ Os três “dogmas” em relação à favela, identificados pela Valladares em seu livro *Invenção da favela* (2005) são, primeiramente, o da especificidade da favela, ou, favela como espaço absolutamente específico e singular. O segundo dogma diz respeito ao seu território e à caracterização social de seus habitantes: a favela é o *locus* da pobreza, o território urbano dos pobres. E finalmente o terceiro afirma a unidade da favela. “Ainda que todos reconheçam tratar-se de uma realidade múltipla, todos se deixam levar pelo hábito de reduzir um universo plural a uma categoria única” (ibid., p.148-152).

⁶⁴ Sobre a ideia de favela como área criativa e inovativa ver também RIBEIRO (2005b).

⁶⁵ Graduação em Ciências Políticas (Padova, Itália), mestrado em Science Technologie et Sociétés e em História Social (Sorbonne Paris, França), doutorado em História Social (Sorbonne Paris, França). Atualmente é professor titular da UFRJ e coordenador do Laboratório Território e Comunicação (LABTeC). Tem experiência na área de Planejamento Urbano e Regional, com ênfase em Política Urbana, atuando principalmente nos seguintes temas: trabalho, globalização, cidade, fordismo e

arquiteto, Jorge Jauregui, envolvido há anos em trabalhos e projetos nas favelas cariocas⁶⁶. Ambas essas perspectivas, apresentam, a nosso ver, interessantes contribuições para a reflexão, tentaremos, portanto, um diálogo entre elas para discutir um conceito que consideramos muito útil e rico.

Na visão do arquiteto Jorge Jauregui, a visão de território produtivo é, em si, dinâmica, apresenta, de fato, as características de um processo, sendo entendida como sinônimo de “mobilização produtiva do território” (entrevista JJ⁶⁷).

Cocco (2006) critica as políticas públicas da cidade do Rio de Janeiro em relação às favelas cariocas utilizando esse mesmo termo: “por trás de programas como o Favela-Bairro ou o Rio Cidade (na cidade do Rio de Janeiro), encontramos os tradicionais temas do urbanismo *sem nenhuma integração* com as questões da mobilização produtiva da cidade” (COCCO, 2006, p.173 grifo nosso) Segundo o autor, essas políticas mostram que “as cidades continuam sendo enxergadas como âmbitos ‘reprodutivos’”. De fato, “sem nenhuma capacidade de apreender as novas dimensões, *simultaneamente*, dos territórios e da produção” (ibid. grifo nosso).

Juntar o território com a produção, objetivo do conceito de Território Produtivo (TP), significa entender o território na inteireza de sua multidimensionalidade. Essa inteireza é enxergada, em nossa visão, por Jauregui, quando afirma que olhar a favela como território produtivo significa olhar para o que já está no lugar, a saber, “seus fixos e seus fluxos” (entrevista JJ). Ou seja, significa olhar, de um lado para as estruturas, o que já funciona no lugar, e do outro *como* ele funciona, ou seja, “como o território mantém as relações lógicas entre as suas partes”. Tudo isso, segundo o autor, é constituído, ao mesmo tempo, de estruturas físicas, de entidades e organizações sociais e, sobretudo, de relações. Segundo essa perspectiva, é necessário observar o nível de organização política e cultural, a estruturação socioeconômica, a forma pela qual as pessoas que estão nesse lugar trabalham *dentro* do lugar e mantém relações com o fora, porque, às vezes, já se desenvolvem atividades e se mantém relações que são transformadoras, na perspectiva de um desenvolvimento positivo. Obtendo o que ele chama de “‘radiografia’ do lugar, ou seja, no momento que se entende o lugar (...), aí se começa a entender

cidadania. Publicou com Antonio Negri o livro *GlobAL: Biopoder e lutas em uma América Latina globalizada*, (Record,2005).

⁶⁶ Para maiores informações sobre os projetos www.jauregui.arq.br

⁶⁷ (Entrevista realizada com Jorge Jauregui no dia 22 de junho de 2009).

também suas potencialidades”. Essa “radiografia do lugar” representaria o primeiro passo para “entender o que fazer”, como ativar o potencial. A esse respeito, segundo ele, só haveria um modo de ativar as potencialidades do lugar, a saber, *conectando* as inteligências de dentro da comunidade entre si e, ao mesmo tempo, ativando e conectando essas inteligências com as que vêm de fora “do poder público, da ONG, das equipes político-técnicas, em suma, de tudo que poderia se conectar com o que está no lugar” (entrevista JJ).

As *conexões* existentes dentro e fora do lugar aparecem, portanto, como chave para *ativar* a produtividade do lugar.

Na mesma direção vão as reflexões de URANI et al. (2006) ao afirmar que “os TPs são constituídos pela mobilização democrática das redes de cidadãos produtores” (2006, p.237).

A perspectiva dualista de separação entre a cidade e a favela é aqui substituída por uma visão dinâmica e de interligação com a cidade, interligação preexistente e que pode ser aproveitada e servir de base para o “desenvolvimento positivo” do qual fala Jauregui (entrevista JJ).

Em particular, Jauregui, de sua posição de arquiteto e urbanista, nos apresenta um exemplo concreto de como pensar essa ativação das conexões em termos produtivos, em particular, para a Cidade de Deus (um dos projetos nos quais está envolvido). Depois de ter feito a ‘radiografia do lugar’, depois de ter analisado e entendido o lugar, entendidos os problemas: de poluição, de violência (...) e também as potencialidades, como o fato de encontrar-se perto da Barra, numa área que demanda mão de obra que precisa ser qualificada. Portanto, há as relações e as relações política, econômica e sócio-territorial. Para essa grande área, chamada de *refavela*, como Jauregui nos mostra durante a entrevista na planta do projeto,

o centro de geração de trabalho e renda pensado para Cidade de Deus⁶⁸, por exemplo, é muito importante porque representa um centro fundamental para a vida comunitária, porque é o lugar de encontro da comunidade com a classe média que vai lá para contratar serviços de mão de obra (...) aqui eles podem encontrar todos os tipos de serviços (entrevista JJ).

⁶⁸ Ver site www.jauregui.arq.br

È isso, segundo o autor, que significa pensar nas conexões que existem e que podem ser criadas com o “asfalto”, ou com a classe média, nas demandas e nas potencialidades existentes.

O autor continua afirmando que essas conexões “são conexões produtivas, particularmente, de serviço (...) direcionados à geração de trabalho e renda; mas são *também* culturais”. Utilizando o exemplo da escola de samba da comunidade, Jauregui mostra-nos como

a escola de samba situa-se num ponto estratégico e como representa um ponto importante porque é um atrativo para a classe média que vai visitá-lo no fim de semana para desfrutar da música e da vida cultural, (...) mas *também* porque aqui se fazem cursos e capacitações, esse é uma referência para tudo o que está interligado ao samba, à música e à produção cultural em geral (entrevista JJ).

Além da cultura ser um “produto” da favela e representar a possibilidade de gerar trabalhos e renda a partir de um recurso interno, representa também, segundo Cocco, a possibilidade de gerar e criar novas conexões e novas relações produtivas entre segmentos diferentes da mesma cidade, rompendo as divisões. É um terreno híbrido e de hibridização. De fato, “é justamente no segmento da produção cultural que a informalidade penetra as partes “altas” e “baixas” da hierarquia de distribuição da renda, aproximando, por exemplo, músicos de favelas com designers dos bairros mais ricos” (COCCO, 2006, p.198).

Tudo isso, demonstra sua vitalidade e seu potencial de transformação e prova, ao mesmo tempo, compartilhando as idéias de Cunca⁶⁹ que para pensar a favela como território produtivo, não seja necessário produzir nada, mas sim olhar para o que já existe, em particular, as relações produtivas existentes; porque “é no território, como articulação de redes técnicas, sociais e institucionais que se estabelecem relações de *confiança* e de *troca* entre os diversos atores, e que são criadas condições para um ambiente de aprendizagem coletiva e de difusão de inovações” (URANI et al., 2006, p.239 grifo nosso).

⁶⁹ Entrevista informal realizada pelos autores no dia 01/06/2009.

Como, então, o turismo se insere, ou pode se inserir, na favela como parte de um território produtivo?

Segundo Jauregui “Só é possível obter a sustentabilidade da atividade turística se for de forma *integrada* ao resto dos programas sociais, públicos e da própria comunidade” (entrevista JJ grifo nosso). A ideia que essa atividade deva ser pensada concretamente leva o autor a comentar sobre a perda de oportunidade que houve no caso do PAC Urbano, nas comunidades em que ele está trabalhando (a saber, Manguinhos, Alemão, Rocinha e Cidade de Deus) onde, infelizmente, não houve espaço para um projeto de turismo. Porque, continua o autor, “qualquer projeto de turismo na favela deve estar articulado com as outras atividades e com o território como um todo, mas até agora isso não aconteceu⁷⁰”.

O autor nos fala, por exemplo, da transformação que está interessando a área de Manguinhos⁷¹, que, nas palavras do arquiteto, cria e inaugura novas conexões, “por isso acredito que foi uma falha não ter incluído o turismo, enquanto projeto orgânico e concreto”. Nessa área em construção ele acredita que possa, sim, ter turismo, porque “aqui as pessoas chegam de trem, do centro da cidade para ver como se mora na favela”, e continua, “no Alemão⁷², por exemplo, há o teleférico”, que além de desenvolver um fundamental papel de conexão para os cidadãos da região, visto que “vai fazer com que aquele que estava isolado nessa área, agora está conectado rapidamente com centro da cidade”, além de desenvolver essa importante função de integração urbana, o autor continua afirmando que o teleférico possa ter um interesse turístico: “acredito que vai ser também outro ponto de visitação” (entrevista JJ).

⁷⁰ Nas comunidades do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho (localizadas na zona sul da cidade do Rio de Janeiro) o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), em parceria com a Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e com a ONG local MUF (Museu de Favela), incluíram entre os trabalhos de inserção social e urbana do programa um curso de Turismologia, que oferece para moradores da região uma oportunidade de capacitação profissional na área de turismo.

Fonte: <http://www.unirio.br/Conteudo/Noticias/Detalhes.aspx?idNoticia=1458>. Acessado em 15 de junho de 2009.

⁷¹ Esse projeto (PAC), inaugurado este ano pelo Presidente Lula prevê a construção do trem metropolitano, está prevista a realização de espécies de *ramblas*, áreas de passeio em baixo do trem, pensado como um parque urbano. Nas palavras do autor “esse espaço foi pensado como lócus de muitas atividades culturais e comerciais, como um Aterro do Flamengo, mas produtivo e, sobretudo, *interativo* porque vai conectar a nova estação de Manguinho com o centro cívico, onde há o hospital, a escola, o centro de orientação jurídica, o centro de emprego e renda, o centro cultural, a biblioteca pública, o centro de referencia de juventude, o centro habitacional (...)” nas palavras do autor, “vai ser uma enorme transformação, e-n-o-r-m-e” (entrevista JJ).

⁷² O conjunto de favelas conhecido como Complexo do Alemão encontra-se na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

Na visão dele “o turismo é uma atividade da mesma forma que os centros de geração de emprego e renda, portanto, por que não fazer um centro para o turista no centro cívico?”.

Concordamos com essa opinião porque é por meio da valorização das conexões na escala urbana, através o que ele chama de “passar de uma linha que divide a um ponto que conecta e junta” (entrevista JJ). é possível *mudar a subjetividade*, interna e externa, ou seja, a dos moradores sobre si mesmo e a da classe media sobre eles. E nesse processo o turismo, visto como parte integrante, como atividade incluída no processo produtivo, pode ser um grande estimulador de conexões e interligações.

Segundo Freire-Medeiros (2007, p.65) existem atualmente sete agências de turismo da cidade que organizam passeios na favela da Rocinha⁷³. A oferta é variada: há passeios “a pé, de van, de jipe ou de moto, de dia ou de noite, com refeição incluída ou não” (ibid.); mas o roteiro, mesmo nas diferentes agências, não sofre mudanças substanciais, e inclui, em todos os casos, alguns atrativos “clássicos”. O primeiro ponto de visitação, geralmente é a Praça dos Artesões, no “visual”, o mirante conhecido também com os nomes de “199” ou “escadão” pela comunidade, como referido pelo Estudo da SEBRAE-RJ (2008, p.29). Outro recente e interessante ponto de visitação é a “laje”, que já foi identificada como um “espaço sociológico relativamente novo que, entendemos ser um novo território cultural, onde se dão novas relações sociais e de poder” (MACHADO, 2007, p.13). Como relata a autora, existem várias “lajes” visitadas e contratadas pelas várias agências: a do Sr Carlinhos, a do Sr Fernando e a do ateliê dos artistas e artesões. No roteiro, normalmente, não faltam creches, como a do Centro Comunitário Alegria das Crianças, ou lugares onde é desenvolvido um trabalho social, e o Grêmio Recreativo Escola de Samba Acadêmicos da Rocinha; também nos passeios são incluídas visitas a vários pontos onde é possível admirar e comprar peças de artesanato, como no visual e no laboratório do Tio Lino, mas há também “pelo menos quatro pontos de vendas de produtos *by Rocinha*” (FREIRE-MEDEIROS, 2007, p66), onde é possível comprar camisetas, quadros, bordados, esculturas, Cds e outros *souvenirs*.

Na análise dessa forma de turismo em favela, gostaríamos de chamar a atenção, em primeiro lugar, para a figura dos guias. Segundo as entrevistas efetuadas pelo grupo de pesquisa do Gênesis da PUC-Rio, os “intermediários” são objeto de críticas incisivas por parte dos moradores. Segundo os autóctones os guias seriam responsáveis por fornecer informações distorcidas sobre a comunidade e contar histórias inexatas para os turistas. Em alguns depoimentos, por exemplo, se lê que “os guias falam e fazem o que querem” (MACHADO, 2007, p.58), ou ainda “os guias que têm que ter mais cautela. Ter respeito pelo trabalho dos outros. O guia teria que saber a história da Rocinha. O guia fala coisa sem pé sem cabeça” (MACHADO, 2007, p.57).

Esses poucos depoimentos já mostram quanto pouco, os “intermediários” são figuras de importância secundária, “marginais”, utilizando a terminologia de Burns (2002, p.124),

⁷³ Be a Local, Dont Be a Gringo; Exotic Tours; Favela Tour; Jeep Tour; Indiana Jungle Tour; Private Tours; Rio Adventures.

e quanto, ao contrário, nesse caso, são peças centrais no processo de construção da visão (alterada) da favela.

Isso se torna mais determinante pelo fato do guia ser, praticamente, a única pessoa com a qual os turistas estão em contato constante durante o percurso. Esses passeios, de fato, são caracterizados, em primeiro lugar, pela distância física entre os turistas e os moradores, visto que não incluem momentos de interação, a não ser no momento da compra dos produtos e da visita aos ateliers dos artistas locais, em lugares fechados ou ao ar livre, como no caso do mirante. Nos momentos da compra-venda, porém, as interações são “guiadas” pelos interesses comerciais de cada parte envolvida, de um lado, o interesse em comprar um presente bonito e, do outro, o interesse em fazer um bom negócio e tentar vender o próprio trabalho. Nesse tipo de modalidade turística, as interações, portanto, não aparecem livres e desinteressadas, dificilmente, portanto, poderão levar a um diálogo, isso acontece, é bom frisar, não apenas pelo pouco tempo à disposição, mas pela falta de contato. A questão da distância física, ou falta de proximidade que se registra nesses *tours* é percebida e comentada também pelos moradores. Pelas entrevistas efetuadas com os moradores da Rocinha, em particular com aqueles envolvidos com o turismo, o trabalho de campo do instituto Gênesis evidenciou, de fato, uma profunda distância entre visitantes e visitados:

esta distância que há entre o que a comunidade deseja que seja descoberto pelo turista e aquilo que o mesmo imagina que verá e viverá, mediada pelo trabalho dos guias turísticos, é percebida claramente pelos moradores, sem distinção de faixa etária, gênero ou envolvimento com o Turismo de Favela (MACHADO, 2007, p.57).

Há uma distância que não encontra canais dialogais para ser diminuída, e as relações continuam sendo marcadas pela presença de estigmas sociais e, como relatados nas entrevistas, pelos preconceitos que resultam, dessa forma, fortalecidos. Isso aparece claramente nos momentos da fotografia. Geralmente, os moradores reclamam de uma “invasão da privacidade” por gringos que querem fotografar tudo sem pedir permissão. “É um turismo predatório que expõe os moradores e que expõe a última coisa que sobra para uma pessoa, que é a *imagem*. As pessoas vêm, captam as imagens *sem autorização*, fotografam casas, interior das casas, crianças dormindo, *sem permissão*”. (Fernando Ermiro da Silva, Diretor da UPMMR – União Pró-Melhoramentos dos Moradores da Rocinha, SEBRAE-RJ, 2008, p.103, entrevista realizada no dia 26 de junho de 2008).

Nos momentos da fotografia, aparece uma dinâmica que nos lembra o que acontece na frente de uma vitrine: os turistas escolhem seu próprio sujeito, geralmente, sem lhe pedir permissão para tirar fotos, importando-se apenas com a existência de lugares proibidos, sobre os quais os guias já informaram, como os pontos de venda de drogas, indivíduos armados etc. (MACHADO, 2007; FREIRE-MEDEIROS, 2006) e, ao mesmo tempo, descuidando-se dos desejos dos moradores, desrespeitando o morador frente ao qual se sente com direito de “fazer ou que quiser” sem regras e livres de imperativos éticos. Como quando passa na frente de uma vitrine, o turista age pensando que quem está do outro lado está lá justamente para ser observado sem direito de reclamar, enquanto quem está do lado de fora estaria com o direito de observar, fotografar, julgar etc. numa posição de poder, ou, pelo menos, de superioridade. É fácil imaginar quanto uma imagem tirada nessas condições seja portadora de todos os *pré*-conceitos que o turista traz consigo. Mesmo quando não haja preconceito explícito, prevalece uma visão limitada, parcial e *singular* sobre os autóctones, os quais se sentem tratados como “pobres coitados” (MACHADO, 2007, p.50). Essa visão singular não está limitada apenas aos moradores, mas afeta à comunidade como um todo, que é apreciada exclusivamente pelos seus aspectos negativos: “essa forma de turismo deprecia as comunidades visitadas ao *explorar* justamente a sua pobreza como um dos temas centrais da visitação” (ibid., p.49 grifo nosso).

O depoimento do Claudinho da Academia⁷⁴ esclarece essa posição e resume a visão de outras lideranças comunitárias que participaram do Estudo da SEBRAE-RJ:

o turismo na Rocinha não gera um retorno social, é um turismo que *só vem explorar o narcotráfico*, um turismo que hoje é tese de mestrado em universidades no mundo inteiro, um turismo que a gente classifica como um *verdadeiro ‘safári de humanos’* onde *não se tem regras*, em que *eles* negam, escondem toda a história bonita e de resistência que a comunidade tem (...) esquecem todo esse histórico e vem aqui hoje fazer esse *turismo invasivo* (...). A Rocinha está sendo vendida no mundo inteiro e esse turismo não faz nada para combater essa miséria, para combater esse lixo, para estruturar a comunidade. O que eles querem é isso, é *explorar a miséria* (SEBRAE-RJ, 2008, p.118, entrevista realizada no dia 18 de julho de 2008, grifos nossos).

⁷⁴ Luiz Cláudio de Oliveira (Claudinho da Academia), atual vereador do PSDC, na época do Estudo das potencialidades turísticas da Rocinha SEBRAE-RJ (2008), era presidente da União Pró Melhoramento dos Moradores da Rocinha UPMMR.

Além de confirmar a percepção que a maioria das lideranças da comunidade tem desse tipo de turismo, que evidencia, exalta, ou melhor, *explora* mesmo, *apenas* os aspectos negativos que existem no lugar, como o narcotráfico, a pobreza e o lixo, há um elemento que repousa na base desse depoimento: a ideia de uma fundamental oposição *nós VS eles*, onde o “nós” indicaria a coletividade da comunidade, enquanto o “eles” estaria se referindo aos agentes “invasores” externos, sem distinção entre as agências e os turistas. Essa oposição evidencia a existência de dois mundos distantes e separados, porque mesmo que o turismo na Rocinha seja uma atividade econômica presente há mais do que 10 anos, ela continua sendo uma presença-ausência, também do ponto de vista econômico. *Esse* turismo, portanto, é percebido como algo externo e inimigo, que entra sem ser convidado, que explora e não deixa nada.

Concordamos com a ideia segundo a qual há “o conteúdo *preconceituoso* que anima essa forma de turismo” do qual fala a Machado (2007, p.57 grifo nosso). Estamos conscientes do fato que esse turismo, o turismo de realidade (*reality tour*) ou turismo de pobreza (*pro-poor tourism*), talvez mais do que outros tipo de turismo, seja baseado em claras ideias e conceitos *previamente* estabelecidos (*pré-conceitos*) e construídos pelos turistas sobre o que eles encontrarão. Já falamos, também, a respeito das motivações que movem a escolha da favela como destino turístico e vimos também que o olhar do turista é construído antes e longe do lugar visitado.

Pensando nas possíveis formas de modificar esses preconceitos, essas imagens predefinidas respeito às pessoas e aos lugares que serão visitados, é claro que não é possível mudar as motivações e nem o processo de construção do olhar do turista; porém, acreditamos que seja possível mudar o tipo de experiência turística vivenciada *in loco*, para que isso possa deixar espaço para uma mudança nos preconceitos. Isso, como vimos, depende da *forma* de pensar e fazer turismo. Enquanto de um lado temos experiências que simplesmente confirmam as imagens prévias que temos do destino turístico, do outro, temos experiências que podem deixar aberta a possibilidade de se questionar essas imagens prévias.

Para tentar entender melhor qual o tipo de experiências vivenciadas no caso de turismo aqui em análise, utilizaremos a fotografia, acreditando que esse meio, utilizado para registrar a experiência turística e servir de testemunha da mesma, seja uma forma adequada de registrar o *olhar* do turista e suas eventuais mudanças.

Os moradores concordam que os objetos privilegiados dos turistas que visitam a Rocinha sejam principalmente a paisagem, a pobreza e o lixo (MACHADO, 2007, p.49), mas, para examinar de uma forma mais sistemática esse fenômeno, utilizaremos o trabalho de Menezes (2007) sobre as representações visuais da favela dos turistas durante os *reality tours* na favela em questão. Ao analisar cinquenta *fotologs* contendo mais de setecentas fotografias tiradas durante o *tour*, Menezes nos mostra que, na maioria dos casos, confirma-se o mesmo repertório de representações que “exotizam” a favela, seus habitantes e seus moradores. Entre outros, gostaríamos de fazer referência a um fato que mostra claramente a reprodução, por meio da fotografia, de um dos mais clássicos dos estereótipos raciais existentes em relação à população da favela, não esquecendo, contudo, que os estereótipos culturais e sociais, também, são muito evidentes nas fotos analisadas por Menezes. Contradizendo os dados sobre a proveniência dos moradores da comunidade, formado por uma grande percentual de brancos, principalmente imigrantes nordestinos, a totalidade dos sujeitos das fotos dos blogs analisados pela pesquisadora, são *sempre e exclusivamente* negros.

Esse exemplo, junto aos outros, comprova as expectativas que se têm em relação a um determinado lugar. E fala, também, o fato de que existem formas de fazer turismo que favorecem a perpetuação de preconceitos e estereótipos de todos os tipos: sociais, culturais etc. e outras formas que, no mínimo, podem dificultar essa perpetuação, deixando mais espaço ao diálogo e ao encontro e, com isso, à possibilidade de mudar esses preconceitos.

Em todos os passeios organizados por agências externas⁷⁵, a fotografia mostra claramente o que esse tipo de experiência turística possibilita, a saber: a perpetuação de preconceitos e de imagem homogêneas e singulares do espaço favela.

Em um outro trabalho a Menezes nos traz uma interessante interpretação da fotografia como “instrumento de ligação” entre turistas e nativos (MENEZES, 2008a, p.9). A autora, baseada no trabalho desenvolvido na favela da Rocinha, sobre as fotografias realizadas durante vários passeios turísticos organizados por agências particulares, nos mostra como esse meio pode desenvolver um papel inovativo quanto às relações entre turistas e morador. Em particular, essa interpretação está baseada na ideia de que “o ato

⁷⁵ É importante esclarecer que na Rocinha existem também passeios organizados pelos próprios moradores da comunidade, donos da própria van, como nos foi informado durante a entrevista com o arquiteto Jorge Jauregui.

de fotografar, nesse caso, corresponderia não apenas à ação de captar lembranças, mas também à de se comunicar” (ibid., p.10), pois possibilitaria uma aproximação física entre visitantes e autóctones/moradores, como nos momentos nos quais os turistas mostram aos sujeitos das próprias fotografias, principalmente crianças, o resultado dos próprios *clicks* fotográficos.

Se de um lado reconhecemos que a perspectiva apresentada pela autora seja realmente interessante pelo fato de evidenciar a fotografia como talvez um dos únicos momentos de contato com moradores locais, mesmo se com uma pequena e limitada parte deles. Ao mesmo tempo, porém, acreditamos que o momento descrito represente apenas uma aproximação física, sendo movida, no máximo, pela curiosidade e pela busca de contato com o exótico, *de ambos os lados*, do gringo que busca o contato com a criança favelada e da criança que busca o contato com o “gringo”. O contato não se concretiza numa troca, mas apenas numa tímida observação. Não reconhecemos a presença daquela ‘reciprocidade viva’ da qual fala Buber (1982), e que é típica das relações Eu-Tu; nesses casos os contatos continuam sendo guiados, em nossa visão, pelo preconceito, em particular, porque não há espaço para uma comunicação verdadeira. É importante destacar que esse tipo de contato, geralmente acontece com as crianças, mais do que com os adultos.

Mesmo acreditando na possibilidade de que a fotografia possa desenvolver um papel positivo dentro do turismo, acreditamos que esse isso dependa do tipo de turismo. Nessa específica modalidade de turismo aqui tratada, a fotografia, por si só, não pode, em nossa visão, influir na desconstrução dos preconceitos e tampouco na mudança de atitudes das partes envolvidas. Acreditamos que a fotografia no turismo possa ser um veículo que aproxima, materialmente e simbolicamente, mas acreditamos, também, que essa aproximação material e simbólica dependa do tipo de turismo na qual está inserida e de qual seja o espaço a ela reservado. Nesse caso específico, por exemplo, acreditamos que esses esporádicos e fugazes momentos com as crianças não sejam suficientes para construir um diálogo intercultural e, provavelmente, continuarão reforçando preconceitos “construídos” antes da viagem. Porque é a forma segundo a qual o turismo é pensado, que influenciará o tipo de relação, e não apenas um simples ato, nesse caso a fotografia, mesmo que positivo em si, pois está inserido numa estrutura que, como nos casos dos *reality tours* na Rocinha, está fechada ao encontro e ao diálogo, uma estrutura, em suma, que não foi pensada para a convivência.

A condição de destino turístico internacionalmente reconhecido parece não influir no olhar do turista, que, mesmo depois da experiência *in loco*, continua preconceituoso e parcial, alimentando um círculo vicioso infinito, no momento que continua registrando apenas aquelas imagens que confirmam as ideias prévias.

Tudo isso nos mostra que os *reality tours* que são realizados hoje na Rocinha reduzem a experiência turística apenas a um “ver”, acompanhado, geralmente, de um reforço de preconceitos, em que não há espaço para o imprevisto e o desconhecido que uma experiência dialogal proporciona, em que não está prevista a aquisição de conhecimento inédito, que talvez ameace a estabilidade de algumas profundas certezas. Não há espaço, nesse tipo de turismo, para novas informações sobre outros aspectos que constituem o sítio Rocinha, como, por exemplo, a cultura, em *todas* as suas manifestações, e, sobretudo, a grande história de lutas e resistência que a comunidade tem⁷⁶. Mesmo sendo a Rocinha uma grande comunidade, um “Lugar” com várias e múltiplas identidades, raciais e culturais, sociais e econômicas, o que esse tipo de turismo realiza é o aniquilamento das diferenças e um não-lugar turístico, onde não existe convivência, mas, simples observação, porque nessa experiência o que aos turistas é possível ter acesso não são os moradores da Rocinha, mas apenas estéreis reproduções de preconceitos sem identidade.

Concluindo, é facilmente observável que a Rocinha aqui está representada como uma vitrine, fixa e sempre igual a si mesma, onde não são percebidos, por exemplo os fluxos econômicos que irrigam as férteis terras do enorme comércio local com mais de 6.500 empreendimentos⁷⁷ nem os fluxos sócias, as inúmeras redes ricas de história e de histórias que compõem o sítio-Rocinha. Definitivamente *esse* tipo de turismo não vê a Rocinha como um território produtivo culturalmente definido, ou seja, como um *sítio simbólico de pertencimento*, nos termos de ZAOUAL (2006), mas apenas como uma fria vitrine atemporal, ótima para ser fotografada, mas não para ser escutada.

⁷⁶ Ver o livro *Varal de lembranças. Histórias da Rocinha*, Projeto da Secretaria de cultura do MEC, com verba do FNDE, em parceria com a Associação de Moradores União Pró-Melhoramento dos Moradores da Rocinha (UPMMR). Ed. Tempo e Presença: Rio de Janeiro, 1983.

⁷⁷ Referência ao último censo, divulgado no dia 16 de Julho de 2009 (Notícia acessada pelo portal do Observatório de Favelas ao endereço :

http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatoriodefavelas/noticias/mostraNoticia.php?id_content=591 Acessado no dia 20 de Julho de 2009.

Mas, em todos esses casos de turismo ecológico, no âmbito urbano, parece faltar um elemento determinante que, encontramos nas definições anteriormente dadas de ecoturismo, a saber, a população local. Scheyvens (1999), por exemplo, nos fala do ecoturismo como de um turismo que inclui “benefícios para a população local”⁷⁸ (ibid., p.245) e Ceballos-Lascurain⁷⁹ (1996 apud SCHEYVENS, 1999) nos fala de “ativo envolvimento socioeconômico das populações locais”⁸⁰ (ibid., p.245).

O que nos parece, na realidade, é que o que está sendo chamado de ecoturismo, pelo menos na realidade carioca seja, no fundo, ‘simples’ turismo de natureza, pois geralmente não se registra a presença da comunidade.

O caso que estamos prestes a apresentar parece responder à visão de ecoturismo como foi apresentada no capítulo I, ou seja, como uma experiência que, além de um turismo de natureza, prevê o envolvimento da comunidade.

Os passeios turísticos na APA⁸¹ do morro da Babilônia são, a nosso ver, um interessante exemplo de ecoturismo urbano juntando, na mesma experiência, o passeio na natureza ao conhecimento da favela.

Os passeios são organizados pela CoopBabilônia, cooperativa formada por moradores da comunidade e, diferentemente do que acontece na Rocinha, não há presença de agências turísticas externas. O fato de “não querer jipes invadindo o nosso território” foi uma das primeiras colocações feita pelo Diretor de Ecoturismo na cooperativa, Raphael Raine durante nossa entrevista⁸², posição que mostra o caráter de autonomia assumida pelos participantes do projeto.

Essa clara e neta posição contrária à, assim chamada “invasão”, bem representada pela imagem do jipe carregado de gringos utilizada pelo Raphael durante a entrevista, está fundamentada em duas razões básicas, que se tornam princípios norteadores da ação da CoopBabilônia. Em primeiro lugar, há uma profunda consciência de que, baseado, não só no exemplo da Rocinha, mas também nos encontros que a cooperativa teve com

⁷⁸ Tradução nossa do original: “*Can involve both cultural and environmental tourism and, in addition, benefits to the local population should be an integral part of the activity*” (SCHEYVENS, 1999).

⁷⁹ CEBALLOS-LASCURAIN, H. *Tourism, ecotourism and protected areas*. IUCN (World Conservation Union). Switzerland: Gland, 1996.

⁸⁰ Tradução nossa do original: “*active socio-economic involvement of local populations*”.

⁸¹ Área de Proteção Ambiental.

⁸² Entrevista com Raphael Raine Forni, realizada na sede da CoopBabilônia, no morro da Babilônia, no dia 16 de junho de 2009, doravante indicada, no texto, como “entrevista R”.

alguns representantes dessas grandes invasoras, aceitar as propostas das agências de organizar passeios próprio na região significaria perder a autonomia e ser explorados. Como declara firmemente o Diretor de Ecoturismo “a proposta que as duas agências de turismo nos fizeram equivale a exploração, e isso não nos interessa, mesmo que isso signifique crescer menos e mais divagar” (entrevista R). Está claro para os colaboradores que o objetivo da cooperativa deva ser a sustentabilidade da iniciativa, seja no sentido de conseguir ser um projeto totalmente autônomo e que consiga se manter sem apoios externos, situação ainda não alcançada hoje, mas, sobretudo, que possa possibilitar um retorno econômico para a comunidade toda. A segunda razão pela recusa de agências externas operando no território está na consciência ambiental. Sentimos uma grande responsabilidade de ser tutores da APA e de dever responder ao Conselho Gestor da APA, atitude essa que mostra, ao mesmo tempo, o reconhecimento da autoridade desse órgão de gestão democrática horizontal. É pela mesma razão que a CoopBabilônia se responsabiliza pelas entradas de visitantes externos, impedindo a entrada na APA sem o acompanhamento de guias da cooperativa.

Essa consciência ambiental vem de uma longa história de mobilização comunitária e de luta em prol do meio ambiente. Em 1995, houve um mutirão de reflorestamento comunitário, que marcou o início das lutas pela salvaguarda da área, como se lê no site da cooperativa, essa iniciativa da prefeitura da cidade “foi o primeiro projeto permanente criado em prol do reflorestamento, deu origem à criação da CoopBabilônia”⁸³, que como afirma Raphael “foi o resultado de uma mobilização da comunidade” (entrevista R).

No ano seguinte, em 1996, a partir do Decreto Municipal nº14874, foi criada a APA que abrange os morros da Babilônia, São João e Leme.

Quanto à invasão de agências externas, Raphael nos diz claramente que a resistência a elas se baseia no fato de “não gostar da forma de turismo que elas desenvolvem na comunidade” (Entrevista R), em particular, da forma de apresentação da comunidade, que se reduz à uma exploração da miséria, mostrando apenas os aspectos ruins e negativos. Enquanto nos passeios organizados pela CoopBabilônia, diz-nos Raphael, “não cobrimos as coisas ruins, mas mostramos também o que a comunidade tem de bom, os trabalhos sociais que nelas são desenvolvidos, como os da escolinha da Tia

⁸³ Ao endereço: <http://www.coopbabilonia.com.br>, na sessão ‘reflorestamento’.

Percilia” (Entrevista R). A comunidade está aberta à solidariedade das visitas, num clima de troca. A escola, por exemplo, que funciona como reforço escolar para as crianças da comunidade, tem patrocínio de um ONG sueca e mantém relações com padrinhos internacionais que contribuem financeiramente com uma doação anual, voltada a manter os estudos das crianças apadrinhadas até a universidade; esse projeto, atualmente, beneficia 56 crianças da comunidade, tudo rigidamente fiscalizado e documentado.

Outro exemplo de contribuição da solidariedade internacional é a construção de um telhado verde, desenvolvido por uma universidade alemã, e que representa a experimentação de uma solução inovativa que contribui também para a resolução do problema da água, porque permite a reutilização da água da chuva de uma forma ambientalmente sustentável, inclusive porque, sem custos adicionais, a água está naturalmente filtrada e aproveitável nos vários usos domésticos, além, claro, de representar uma alternativa “verde” para o visual da favela.

Tudo isso, como o Raphael nos deixa intender, seria impossível se a responsável pelo passeio fosse uma agência externa, porque, segundo ele, melhorar o bem-estar e a qualidade de vida da comunidade não estaria entre os interesses das agências, as quais, continua, apenas enfatizam a pobreza, e “se o morador muda de vida ele deixa de ser ‘atração’ ” (entrevista R).

A CoopBabilônia parece estimular uma convivência entre o turista e a comunidade, uma relação que pode ser mantida de longe, com base na solidariedade e no conhecimento e respeito mútuo.

Não se percebe uma postura de “coitados” por parte dos responsáveis pela cooperativa e pelos trabalhos sociais e, pelo contrário, o que prevalece é a vontade de mostrar os lados positivos e propositivos da vida na comunidade. Na mesma direção vai também, a nosso ver, a visita à associação de moradores, recentemente restaurada e que inaugurou recentemente novos cursos profissionalizantes.

Durante essas visitas, os guias transmitem aos visitantes um forte sentimento de orgulho em mostrar suas próprias conquistas, sua própria história e, claro, também as dificuldades, mas colocando a ênfase maior nos aspectos positivos de sua realidade.

As visitas à escolinha da Tia Percília e à associação de moradores da comunidade são inseridas no roteiro turístico e normalmente precedem, podendo também seguir, a caminhada ecológica. Essas visitas estão incluída na parte do roteiro que contempla a visita da comunidade da Babilônia, na qual os turistas atravessa a área mais pobre da favela.

Houve uma experiência de capacitação de guias–mirins, que infelizmente não obteve muito êxito, para a qual jovens da comunidade foram escolhidos para receber o treinamento, entendido como forma de educação: inclui, de fato, a ampliação dos conhecimentos turísticos, ambientais e histórico-culturais sobre a comunidade. Dos oito que passaram a seleção, só dois conseguiram completar a capacitação porque “é difícil lutar contra a praia” (entrevista R), sobretudo, acrescentamos nós, quando a consciência ambiental está ainda em processo de formação.

Num segundo momento, nos informa Raphael, “começamos a treinar o próprio pessoal que trabalha com o reflorestamento; pensamos que nada teria sido mais justo que *quem construiu essa floresta* tenha algum lucro com ela”. No passeio do qual participamos tivemos como guias justamente duas das pessoas que “construíram essa floresta” que, ao longo da caminhada, iam contando a história e as etapas do reflorestamento, mostrando os resultados do duro trabalho cotidiano no campo, as mudas e os plantios; indicando para os leigos as árvores e as espécies nativas como Pau Brasil, Jequitibá e Aroeira entre outras, o viveiro com espécies nativas da Mata Atlântica, incluindo notícias detalhadas sobre a flora e da fauna da APA. Com grande orgulho por terem participado daquilo, mas, ao mesmo tempo, com uma imensa modéstia no momento de receber louvores apresentaram os resultados de anos de dedicado e constante trabalho, mostrando a paixão para a própria terra, o próprio lugar.

O passeio inclui também alguns momentos histórico-culturais como a visitação de ruínas da época colonial e de casamatas da época da 2ª guerra mundial, além de uma construção de pau-a-pique do começo do século, orgulho de seu morador.

Tivemos a sorte de escutar as histórias e as lembranças de uma antiga moradora da comunidade, mãe de um dos guias que participou da caminhada no dia 27 de junho, que, casualmente, estava entre os participantes do passeio. Ela nos contou, com interessantes detalhes, como era a vida na região 50 anos atrás, o dia a dia e as festas da

comunidade da Babilônia. Acreditamos que seria muito interessante se houvesse um acesso, planejado e não casual, à história e às memórias do morro.

Para a comunidade da Babilônia, com certeza, ser um destino turístico não representa o risco de reforçar os preconceitos, porque, apesar dos turistas não ‘invadir’ as casas dos moradores, como acontece, às vezes, na Rocinha, os visitantes são levados a observar com os olhos dos autóctones, sendo os guias sempre nativos do local. O passeio, dessa forma, tenta inserir os turistas na comunidade mostrando sim os problemas, mas não com o objetivo de despertar sentimentos de compaixão, e, sim, para mostrar as reais condições de vivência da população local. Durante o passeio sentimos também um esforço, por parte dos guias, em desmistificar a imagem da favela como “o” lugar dos bandidos, que é o mais clássico estereótipo associado à favela carioca.

Sobre essa questão, em particular, Raphael, durante a nossa entrevista, nos informou que o principal desafio vivido pela cooperativa, hoje em dia, é a divulgar a iniciativa para o morador do “asfalto” e estimulá-lo a subir para dentro da favela. Nas suas palavras: “nosso principal objetivo é que o morador do Leme conheça a comunidade, faça o passeio e se torne nosso parceiro” (entrevista R).

Contudo, Raphael desabafa conosco sobre essa dificuldade e os bloqueios encontrados na classe média carioca e, geralmente, em toda a classe média nacional. Enquanto, segundo um falso paradoxo, no caso do estrangeiro, encontra-se menos resistência. Segundo ele, com o estrangeiro seria mais fácil criar vínculos e ações conjuntas porque o estrangeiro “quer entender os problemas, para ver como se pode resolver aquilo e, no caso, dar a própria contribuição (...) enquanto o carioca se afasta, não quer entender” (Entrevista R). Isso faz com que a maioria da população do entorno, particularmente dos bairros do Leme, de Copacabana e da Urca, simplesmente, desconheça a existência do passeio de ecoturismo pela APA, deixando de conhecer, de uma outra perspectiva físico-geográfica, a beleza dos maiores cartões postais da cidade⁸⁴ e, sobretudo, um pouco mais de sua própria história. Com certeza, a imagem negativa e assustadora do morro⁸⁵ é a que prevalece, sobretudo entre os vizinhos do “asfalto” e parece que a

⁸⁴ De fato, dos vários mirantes e pontos de observação da trilha, é possível admirar, entre outros, as praias de Copacabana e da Praia Vermelha, a estátua do Cristo Redentor, a Bahia de Guanabara, a ponte de Niterói, o Pão de Açúcar.

⁸⁵ ‘Morro’ é outra expressão coloquial utilizada para indicar ‘favela’.

distância cultural aumenta proporcionalmente à diminuição da distância física e geográfica entre os autóctones e os eventuais visitantes. Talvez a recente desocupação do tráfico possa, se mantida, ajudar na reaproximação do morro com o “asfalto”, possibilitando novos encontros. Nessa mesma direção vão as ações de informação e sensibilização que a cooperativa desenvolve habitualmente nos bairros da zona sul da cidade, em particular, na praia do Leme e de Copacabana, e as caminhadas organizadas em ocasião especiais. Essas ações de divulgação do projeto são feitas, pelo próprio Raphael, também nas universidades da cidade e do país, para aproximar os estudantes e criar novos parceiros, com a intenção de quebrar antigos estigmas que separam e afastam e dar impulso às atividades de ecoturismo.

O trabalho de divulgação é feito também nas agências de viagens e, diretamente, nos hotéis dos entornos, através da apresentação do produto de ecoturismo e da criação de acordos comerciais. Porque o objetivo, nos informa Raphael, é também de alcançar uma sustentabilidade econômica do projeto, sempre em coerência com a proposta e seus valores, porque “estamos sim abertos a qualquer negócios, desde que a comunidade como um todo ganhe também”. O representante da cooperativa reconhece que é um trabalho lento e demorado, “mas quando se colocar um degrauzinho, ele será firme e forte” e, sobretudo, acrescentamos nós, coerente.

A dificuldade de implementação de uma experiência autogerida e que quer alcançar a autosuficiência econômica se junta ao desafio de alcançar um maior envolvimento da própria comunidade. Mesmo que a participação da comunidade de Babilônia e Chapéu Mangueira⁸⁶ nos trabalhos da cooperativa seja ainda de fato bastante limitada, por várias razões: sociais, culturais, econômicas etc., a cooperativa se apresenta como um lugar aberto e empenhado em prol do bem-estar da comunidade.

Esses desafios são, de qualquer forma, compensados pelo intenso sentimento de compartilhamento e “envolvimento” que a experiência propicia ao turista.

Hoje o apoio da empresa Brascan⁸⁷ sustenta os trabalhos e as atividades da CoopBabilônia, possibilitando, de forma mais ou menos direta, a realização dos

⁸⁶ As vizinhas comunidades de Babilônia e Chapéu Mangueira são de fato consideradas um conjunto, incluindo cerca de 6000 habitantes.

⁸⁷ A Brascan é a empresa administradora do Shopping Rio Sul que, desde 2005, ‘adotou’ a APA dos Morros da Babilônia, São João e Leme. Esta iniciativa possibilita o projeto de reflorestamento da região,

Figura 6: Entrada da favela



Fonte: site Favela Receptiva

O próximo caso apresentado é uma modalidade de turismo em favela que tem a ver com um tipo específico de hospedagem, a saber, a hospedagem domiciliar.

A hospedagem domiciliar no Rio de Janeiro teve um estímulo relevante com os jogos Pan-Americanos, em 2007, quando, com o apoio da Prefeitura da cidade, foi criada a Rede Carioca de Anfitriões, para acolher os turistas que chegassem à cidade para assistir aos jogos. A rede tem sua própria “carta de compromisso”, com o objetivo de garantir um padrão de qualidade para o serviço oferecido e fornecer, ao mesmo tempo, uma referência institucionalizada para os potenciais hóspedes. A Favela Receptiva, de Vila Canoas, é uma das únicas três redes de hospedagem domiciliar oficialmente credenciadas pela Riotur⁸⁸, e a única a ser situada numa favela.

⁸⁸ Ver no site da Riotur, na página da hospedagem domiciliar (<http://www.rio.rj.gov.br/riotur/pt/pagina/?Canal=339>). As três redes são a Cama e Café.com, em Santa Teresa, (<http://www.camaecafe.com.br>); a Bed&Breakfast Brasil, na Zona Sul e Barra da Tijuca (<http://www.bbbrasil.info/>), e a Favela Receptiva, em Vila Canoas, próxima ao bairro de São Conrado (<http://www.portaldehospedagem.com.br/Seusite.asp?ID=9073>).

Na cidade existem outros exemplos de hospedagem em favelas como, por exemplo, na Rocinha e na favela do Pereirão⁸⁹, em Laranjeiras, e na Tavares Bastos, que será objeto do próximo caso, mas essas representam casos isolados, não organizados e, sobretudo, não são integrados com o resto da comunidade da forma que a Favela Receptiva nos parece ser. Mas há uma outra característica que só encontramos nesse caso: ele é o único caso de *rede* de hospedagem domiciliar em favela e só por isso acreditamos que a Favela Receptiva mereça um destaque especial. Outro aspecto da iniciativa que merece ser relatado remete a seu sucesso, seja em termos sociais, seja ambientais, reconhecido em várias ocasiões⁹⁰, e não apenas pelo número crescente de hóspedes que passaram dos 10 turistas diários, durante o primeiro carnaval em 2005, quando havia apenas 4 residências e 3 anfitriões disponíveis na rede, aos 60 turistas diários registrados em 2007 nas 20 famílias registradas.

Mesmo reconhecendo o caráter “peculiar” de seu ser favela, a Vila Canoas não representa objeto de interesse pelo seu maior ou menor grau de “favelidade”, mas principalmente por ser um *sítio simbólico de pertencimento*.

Foi exatamente isso, em nossa opinião que contribuiu de forma decisiva para o desenvolvimento da iniciativa. Em outras palavras, essa experiência de TBC-urbano teve sucesso, em nossa opinião, também porque foi levada como um projeto comunitário: ou seja, foi instalada num lugar onde já existiam fortes relações de proximidade e de convívio construído ao longo do tempo⁹¹. Como relata Langenbach:

⁸⁹ Ver o caso da Favelinha na favela do Pereirão (<http://www.favelinha.com/po/index.php>). No caso da Rocinha, por exemplo, além da proposta, em 2007, de construção de uma pousada no subbairro do Laboriaux, na parte alta da comunidade (<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2007/01/18/287476076.asp>) durante a pesquisa recebemos informações pelo PC e pelo Ailton Macarrão da existência de formas de hospedagem domiciliar na favela, mas essas experiências não são conduzidas de forma organizada e padronizada, portanto não há informações detalhadas sobre elas.

⁹⁰ Além da participação na Rede Carioca de Anfitriões da Riotur, a iniciativa ganhou em 2007 o quinto lugar no Empreender é Show, organizado pela Anprotec - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. E também “o empreendimento conta com o apoio da Incubadora Afro Brasileira, patrocinada pela Petrobrás dentre outras grandes empresas. Após participar de um rigoroso processo seletivo concorrendo com 1.500 projetos de diversas áreas para 400 vagas na Incubadora. (...) Obtivemos a primeira colocação no Edital no Ministério do Turismo dentre os projetos enviados pelo Gênesis. Iniciamos no mês de Novembro/2007, a consultoria na Incubadora de Turismo do Gênesis/PUC-Rio; por um período de 18 meses (Investimento de R\$ 48.000,00 do Poder Público)” (do site da iniciativa, ao submenu ‘projeto’ http://w.favelareceptiva.com/index.php?g_op=menu&g_lng=bra&g_valor=Projeto. Acessado em 2 de junho de 2009).

⁹¹ Vila Canoas, localizada na Estrada das Canoas, no bairro de São Conrado, é a menor favela da cidade com suas 500 casas e seus 3000 moradores, a maioria dos quais moram lá desde sua constituição. É uma das mais seguras do município não tendo nem tráfico de droga nem milícia.

parece-me que a favela se constitui como um grande espaço de convivência e encontro, onde com seus pequenos becos e suas casas “grudadas” uma nas outras, há uma relaç

ão de maior proximidade entre as pessoas, com um convívio intensificado. Essa maior proximidade transforma as relações sociais na favela. Lá, conforme os próprios relatos dos moradores, se alguém tem uma notícia boa, as pessoas celebram juntas e, se alguém está numa situação um pouco mais difícil, as pessoas se ajudam. A relação social na favela é diferente do “asfalto” (...) em Vila Canoas, a própria favela se constitui num espaço de *convivência*, acentuando o caráter *dialógico* e espontâneo numa relação (LANGENBACH, 2008, p.112 grifos nossos).

O processo de constituição da iniciativa Favela Receptiva se deu de uma forma construtiva, democrática e participativa. Em um primeiro momento, houve receio, por parte dos moradores, em aceitar a ideia de outra moradora, Eneida, líder e estimuladora da iniciativa, de hospedar estranhos em suas próprias casas, mas, aos poucos, depois que os primeiros moradores abraçaram a iniciativa, a experiência se expandiu e, graças à participação e ao entrosamento cooperativo da comunidade, conseguiu encadear uma reação que levou a rede às proporções atuais. Graças ao plano de negocio, criado a partir de sua entrada na Incubadora Afrobrasileira (IA), por exemplo, foi possível realizar uma reflexão mais profunda sobre o processo, os seus problemas e as falsas percepções do começo, e foi possível recorrer à adoção de soluções criativas e inovativas (LAGENBACH, 2008).

De fato, nós acreditamos que instalar uma experiência de turismo hoteleiro numa comunidade é uma coisa, mas *outra* coisa é instalar uma *rede* de hospedagem domiciliar que tente compartilhar os ganhos e crescer junto com a comunidade que aprende a se perceber como um todo, com vista à melhoria de sua qualidade de vida. O desenvolvimento da iniciativa se dá segundo um plano organizado e estruturado, com espírito de colaboração e solidariedade. Sem desmerecer a grande importância que acreditamos tenham tido as iniciativas de capacitação e de apoio provindo da Prefeitura, da IA e da Incubadora Gênesis da PUC-Rio, o que queremos destacar aqui é o fato de que esse apoio externo não teria dado os mesmos frutos se não tivesse encontrado o terreno fértil do sítio-Vila Canoas e de sua comunidade.

Quanto ao serviço oferecido, o tratamento do turista é desde o começo personalizado e individual, e destaca-se uma atenção especial na recepção. O turista, ao chegar na

favela, é recebido pessoalmente pela responsável e organizadora da iniciativa e, logo em seguida, levado para a casa do anfitrião. É importante destacar que a escolha do anfitrião é feita pela Eneida, com base nos dados fornecidos pelo turista no momento da reserva pela internet, e nos dados dos anfitriões já possuídos e cadastrados nos arquivos da Favela Receptiva. O serviço de hospedagem domiciliar da Favela Receptiva destaca-se pelos traços típicos da convivência e do diálogo nele presentes, apresentando traços daquela “convivencialidade” da qual nos fala Illich (1976).

Pimentel (2007), entre as várias estruturas de hospedagem existentes, destaca a de *Cama e Café*⁹² ou hospedagem domiciliar, como a que mais favorece a convivência entre turista e autóctone. Nas palavras dela:

o bed and breakfast parece favorecer o intercâmbio cultural entre os turistas e os habitantes locais, estimulado pela convivência direta e cotidiana entre quem hospeda e quem é hospedado. A recepção do turista em uma estrutura domiciliar pode facilitar a troca de informações através de conversas, mas também, de um modo mais sutil, a observação do modo de vida de cada um (PIMENTEL, 2007, p.20 grifo nosso).

Acreditamos, porém, que a convivência direta e cotidiana, por si só, não explique a existência de um espaço *convivencial* compartilhado entre os atores.

Langenbach nos mostra, por exemplo, como entre os moradores de Vila Canoas o entendimento sobre esse determinado empreendimento veio mudando como o tempo. De uma posição onde o turismo era enxergado como uma atividade que teria permitido ganhar muito dinheiro com pouco esforço, graças também ao trabalho de capacitação, conversando com os anfitriões, percebe-se uma decisiva mudança de opinião em relação ao assunto. Hoje está claro que, para que o serviço dar certo, seja preciso bastante trabalho e dedicação. Precisa-se de dedicação, por exemplo, para “deixar o turista bem a vontade” (LANGENBACH, 2008, p.112), mas também de conhecimento e organização, ou seja, de capacitação profissional. Nesse sentido, as discussões e o trabalho cooperativo e colaborativo junto com as instâncias parceiras ajudaram muito.

Destacam-se depoimentos que afirmam que o turista é “tratado quase como um familiar” e isso é um sinal, em nossa visão, de que há um carinho especial, uma

⁹² Versão português do inglês *B&B (Bed & Breakfast)*.

intenção de criar um clima de convivência, mas, sobretudo, que nesse tipo de experiências existem as condições para se instaurar uma relação dialogal, que seja, antes de tudo, uma relação entre pessoas, num plano horizontal onde, de um lado, registra-se “o esforço em deixar o turista à vontade” (LANGENBACH, 2008, p.112) e, do outro, o esforço de “se adaptar às regras da casa”, (ibid.) que mostra, segundo o autor, “um esforço na tentativa de construir uma relação entre pessoas e de respeitar as diferenças” (ibid.).

Reconhecemos, aqui, aquela ferramenta *convivencial* de Illich que permite a transformação de relação fria e mecânica entre um prestador de serviço turístico e um usuário que paga por aquele serviço em uma relação convivencial “sempre nova [porque] é ação de pessoas que participam na criação da vida social” (ILLICH, 1976, p.25). A tentativa de construir uma relação pessoal faz com que o serviço deixe de lado o aspecto instrumental e olhe muito para o caráter emocional e humano (LANGENBACH, 2008).

Alguns resultados positivos são registrados, de ambas as partes envolvidas. Do lado material, para a comunidade, essa experiência de turismo representa a possibilidade real de melhoria nas condições de vida dos moradores, seja dos que estão envolvidos diretamente na iniciativa, seja dos que não estão diretamente envolvidos, como os donos dos vários comércios locais, das padarias etc. e dos outros serviços presentes na favela.

É bom frisar que a Favela Receptiva, ou seja, a instituição formal da atividade, onde se administra, gere e divulga a atividade turística no Brasil e no mundo⁹³, recebe 35% da diária paga pelos hóspedes, enquanto 65% vai diretamente para o anfitrião.

Além do lado material, resultados positivos são registrados também no lado simbólico e identitário. Registra-se, segundo Langenbach, uma valorização da própria identidade nacional, um aumento da auto-estima, junto com o orgulho de ser conhecido internacionalmente, em particular naqueles lugares que foram sempre investidos de um certo fascínio aos olhos dos brasileiros. As posições parecem se inverter. O contato e a vivência com o “outro”, culturalmente e socialmente distante, viabilizados nesse tipo de experiência turística, permite que a viagem, como “aventura da descoberta do

⁹³ Eneida, responsável pela gestão do empreendimento, além de cuidar do site e da divulgação da Favela Receptiva pela internet, participa de muitos eventos e feiras de turismo, na América Latina e na Europa, para divulgar e disponibilizar mais informações sobre a iniciativa.

desconhecido, do diferente” (VITULE, 2003, p.21), não seja apenas a dos turistas, mas aconteça também para o autóctone. De fato, o morador de Vila Canoas, assim como o turista, está “em contato mais direto com a diversidade: outras geografias, outras populações, outros costumes” (VITULE, 2003, p.24), que são os do “outro”, seja para ele, o autóctone, seja para o turista. Porque, nesse tipo de experiência turística, horizontal, livre e convивencial, ambos são atores e ambos experimentam a viagem como deslocamento cultural, que enquanto significa conhecimento do outro, ao mesmo tempo, representa também uma forma de autoconhecimento e autovalorização cultural e social.

O contato com pessoas de outras culturas e de outros países tem também consequências positivas, sobretudo, para os jovens, entre os quais se registra uma abertura de horizontes e um maior estímulo a viajar, acompanhado de um desejo de ampliar os próprios conhecimentos em relação aos idiomas, por exemplo, ou às outras culturas (LANGENBACH, 2008, p.109-110).

Do lado do turista, registra-se o prazer de conhecer, em completa segurança, a vida de uma favela carioca, perto de praias lindas e de uma natureza invejável, valendo-se da tranquilidade dum aconchegante lar e do carinho de uma família acolhedora, experimentando as relações de proximidade e solidariedade que caracterizam a vida numa pequena comunidade, mesmo que localizada numa imensa metrópole como é a cidade do Rio de Janeiro.

Um aspecto muito interessante desse tipo de experiência turística é o que está relacionado ao tema da *troca*. Isso tem a ver com aquela horizontalidade nas relações que registramos em precedência. De fato, o ganho maior para ambas as partes é a possibilidade de trocar informações e conhecimentos, sejam esses culinários -como nos foi relatado por uma das anfitriãs entrevistadas; sejam culturais, relativos aos hábitos e aos estilos de vida, por exemplo.

Enfim, o voluntariado oferecido pelos turistas, e atuado nas várias associações e entidades sem fins lucrativos presentes na favela⁹⁴ pode ser lido como uma forma de retribuição pela hospitalidade recebida, mostrando mais uma vez que a iniciativa

⁹⁴ Para um panorama geral das várias associações onde é possível prestar serviço de voluntariado, ver o site da iniciativa ao seguinte endereço: http://www.favelareceptiva.com/index.php?g_op=menu&g_lng=bra&g_valor=Voluntariado

conseguiu superar os limites de um serviços estritamente instrumental para alcançar uma dimensão simbólica superior, relacional. Esse aspecto é confirmado pelo fato de que frequentemente as relações com os hóspedes são mantidas ao longo do tempo, pela internet, mantendo correspondência e enviando fotos, para serem novamente experimentadas, vividas no ano seguinte, numa nova convivência, construindo uma relação que se parece mais com a de uma família ampliada. As relações experimentadas durante a hospedagem mudaram as pessoas, construindo laços de solidariedade e de amizade, diferentes e muito mais profundos do que simples laços comerciais.

5.4. Caso 4: *The Maze Inn* e jazz na favela

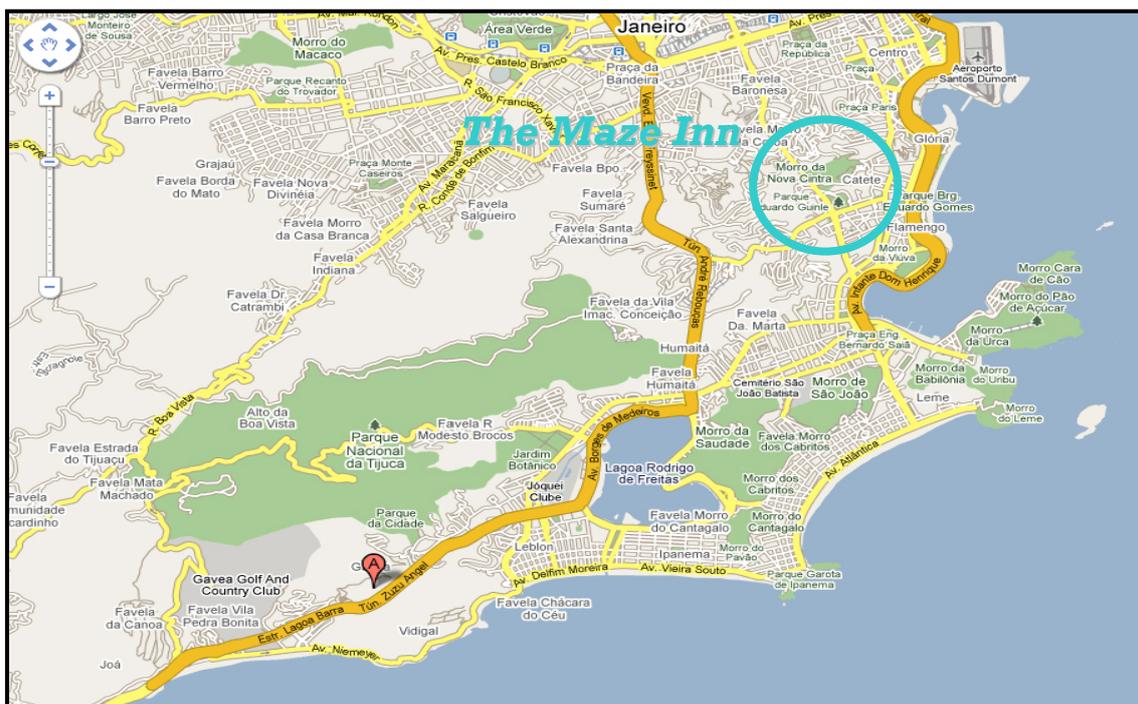


Figura 7: Vista da pousada

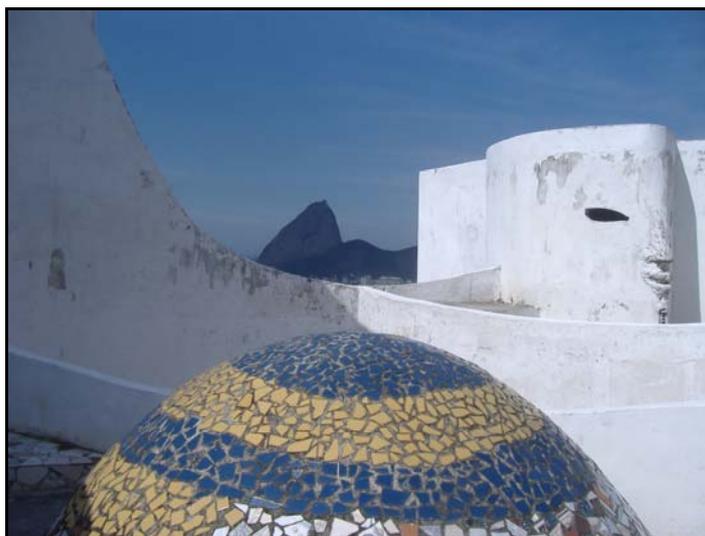


Foto: Elisa Spampinato

O próximo caso apresentado trata de uma outra modalidade de hospedagem em favela, em particular o caso da pousada *The Maze Inn*, na favela Tavares Bastos, no bairro do Catete, na zona sul da cidade do Rio de Janeiro.

O endereço da pousada é a Rua Tavares Bastos 414, que corresponde ao endereço de toda a favela, dividida apenas em casas. Entre as casas dessa favela, localizada no mesmo morro onde se encontrava a fazenda frente à Bahia de Guanabara, o “the Maze Inn” é *apenas* uma das casas, mas uma casa *especial*.

De longe se ergue uma belíssima e branquíssima construção que choca com o panorama cor terracota de tijolos das outras casas da Tavares Bastos 414. Lembra uma nave espacial vindo de um outro planeta. E praticamente de outro planeta vem seu comandante, Bob.

Jazz man, pintor, escultor, autor de mais de quatrocentos documentários, Bob Nadkarni, inglês, filho de indiano, trabalhou anos como correspondente pela BBC de Londres, viajando o mundo inteiro. Casado, pela segunda vez com uma moradora da Tavares Bastos, pai de 3 crianças de 23, 8 e 6 anos, todas nascidas e criadas no morro, Bob entrou pela primeira vez na favela em 1981 quando foi levar a própria empregada para casa. Gostou de lá e começou a freqüentar o lugar para tomar cerveja e bater papo com

os moradores e, como ele nos conta, “por osmose” em 1982 se mudou para lá. Hoje é dono do maior empreendimento da comunidade, a pousada *the Maze Inn*.

Inaugurada em dezembro de 2005, o nome, que em português significa “o labirinto”, que a pousada ganhou foi inspirado, como nos informa Bob, no território da favela, com sua estrutura caótica e anarquista, que cresce não tendo um desenho preestabelecido e que leva seus visitantes a se sentirem perdidos em seus meandros.

Essa ideia de labirinto, uma homenagem do ‘comandante’ Bob à favela, tomou forma a partir da própria estrutura da construção que inicialmente hospedava apenas sua moradia e que se transformou na belíssima pousada que impera atualmente na Tavares Bastos 414. As linhas e as formas que segue sua arquitetura continuam uma lenta expansão labiríntica, e atualmente abrigam 11 quartos particulares e um dormitório, as chamadas ‘catacumbas’, com oito camas.

Mas não é apenas a estrutura, imponente e labiríntica, o que chama a atenção.

Desde seu ingresso, o olhar do hóspede é raptado pelo ambiente que ao mesmo tempo fascina e aciona a curiosidade de seu observador. Respira-se arte, mas também paz e tranquilidade. Na *living-room* (a sala de estar), grandes pinturas estão penduradas nas paredes, imensos e aconchegantes sofás estão colocados em círculo; num canto da sala, a coleção de xícaras para chá e canecas de cerveja revela as raízes inglesas do proprietário; num outro canto, o palco quieto está pronto para receber os músicos nas noites musicais. Na área do café da manhã, onde se abre uma incrível vista para o Pão de Açúcar, a praia do Flamengo e a Bahia de Guanabara, há uma imensa mesa onde, até 11:00 da manhã, os hóspedes ficam conversando e tomando café com o anfitrião num clima familiar e relaxante.

O Bob se orgulha de relatar que este lugar para seus hóspedes “parece um retiro: todas as pessoas que vêm aqui se curam, de qualquer forma consertam a própria vida. Esse lugar tem um enorme poder curativo”. O *the Maze Inn*, além de abrigar ele e sua família, hospeda há 3 anos, desde quando começaram as sextas de jazz, dois músicos alemães, que o proprietário considera parte da família, dois irmãos nas palavras dele, e espera que nunca vão embora. O Bob “acolhe” feliz todas as pessoas curiosas e perdidas que atravessam a entrada e decidem permanecer em sua moradia-empreendimento. O artista polivalente é um ótimo anfitrião, divertido e descolado, e mostra claramente que

conversar e entreter as pessoas não representa trabalho para ele, e admite que “gosta de colecionar pessoas”, pois sua ideia de inferno é uma vida de solidão. De fato, desde que em 1982 voltou daquela que considera sua pior experiência de vida em Beirut como correspondente da BBC e se escondeu em seu ateliê na Tavares Bastos, o *the Maze* - antes como galeria e depois como pousada- tornou-se sua casa, seu retiro pessoal, que em seguida foi aberto também para as visitas.

Visitas que são, principalmente, de estrangeiros “gringos”, que chegam aqui graças a uma imensa rede internacional de contatos e que estão dispostos a pagar preços certamente não populares para permanecer num ambiente único e aconchegante, em quartos simples e minimalistas, escavados na pedra branca, numa construção que, durante o dia, ergue-se calma, tranquila e fresquinha, grande qualidade principalmente numa cidade tropical. Todos os hóspedes com os quais conversamos durante nossas visitas adoram o lugar que consideram especial e acolhedor, um verdadeiro retiro.

Um retiro que desde dezembro de 2005 não precisou de propaganda para se manter: se orgulha Bob, “nunca paguei para fazer propaganda da minha pousada. Nunca tenho lugar suficiente: a demanda é sempre maior, portanto, não precisa fazer propaganda” (entrevista B)⁹⁵.

O *The Maze* é um empreendimento de sucesso, um empreendimento que atrai uma grande quantidade de turistas internacionais, mas também de atores, produtores de Hollywood e músicos entre os mais famosos que frequentemente escolhem a pousada ‘do velho amigo Bob’ para descansar depois da filmagem, ou até para gravar partes dos próprios trabalhos, como no caso de vários clipes musicais, documentários e curta metragens que tiveram a Tavares Bastos 414 como cenário.

O *the Maze* tornou-se um lugar *cool* e *trendy*, fascinante e charmoso que já colecionou centenas de artigos e reportagem, além de virar, também, set de várias filmagens.

Mas, desde o momento em que se coloca o pé na nave espacial, é forte a sensação de entrar numa outra dimensão. O lugar onde a nave espacial estacionou parece apenas *um* lugar qualquer que de qualquer forma permanece *fora* da porta, não interferindo com a vida *dentro* das paredes do ‘lar’.

⁹⁵ Entrevista com Bob Nadkarni realizada no *The Maze* no dia 17 de junho de 2009.

Se, de um lado, há convivência dentro do retiro *the Maze*, entre os hóspedes e com o anfitrião, favorecida do ambiente aconchegante e acolhedor, do clima relaxado e aberto das visitas internacionais; do outro, não há praticamente nenhuma convivência entre os hóspedes da ‘nave’ e a comunidade, que fica do lado de fora da pousada.

Quando se entra no *the Maze*, esquece-se de estar na Tavares Bastos, quase se olvidando de estar no Rio de Janeiro, a não ser pela paisagem lá no fundo, fora da janela, porque do lado de dentro, o clima que se respira é certamente outro.

Essa divisão entre dentro e fora, esse contraste, essa sensação de afastamento é ainda mais forte nas sextas de jazz.

Durante essas noites de jazz (toda a primeira sexta-feira do mês), a sala de estar e a sala onde é servido o café da manhã se enchem de amantes da musica jazz. Na maioria são estrangeiros, mas há também muitos cariocas atraídos do asfalto pelo som e pelo glamour do lugar e o clima que lembra muito o ambiente elitista e refinado dos clubes londrinos. É claro que essas noites são organizadas exclusivamente para ‘o pessoal do asfalto’ e os hóspedes da pousada, e o preço da entrada e das bebidas são evidentes sinais que não é interesse da casa democratizar o ingresso. O contato que o visitante pode ter com os moradores, diz Bob, pode ser o do bêbado pedindo esmola na porta da pousada, que claramente não pode ser considerado um contato, mas mais como ‘cruzamento fortuito’ e representa, inclusive, uma possibilidade de confirmar preconceitos preexistentes relativos aos moradores da favela. O proprietário nos informa que moradores da comunidade não participam das noites, a não ser como garçom trabalhando no bar, porque “geralmente não têm dinheiro para entrar”, mas, de vez em quando, são convidadas pelo proprietário algumas pessoas, mas com umas reservas: “só quem se comporta bem [sic.!] acaba sendo convidado”, nos informa o Bob.

Se a convivência/interação entre os moradores da Tavares Bastos e os frequentadores das noites de jazz é praticamente nula, com os hóspedes do *the Maze* é um pouco maior, mesmo continuando muito limitada.

Por exemplo, há a possibilidade dos hóspedes almoçarem e/ou jantarem em alguns dos restaurantes locais, como o da Dona Antonia, ou tomar uma cerveja num boteco da Tavares Bastos com os vizinhos de Bob.

Segundo a visão de ‘ajuda’ que o proprietário tem, o empreendimento ajuda a comunidade: “minha ideia de ajudar não é dando coisas, acho isso até deprimente, porque a pessoa acaba se tornando dependente. Eu quero fazer a minha vida de forma que as pessoas digam ‘é assim que se faz’ e vão copiar”. Certamente a ideia do Bob é de que seu empreendimento possa criar uma reação à cadeia na comunidade, mas essa, no caso, seria apenas uma consequência secundária, porque o empreendimento, definitivamente, não é um empreendimento comunitário, ou seja, não tem como primeiro objetivo a melhoria do bem estar da comunidade, mas o do próprio proprietário. E se isso pode ter uma consequência positiva para a comunidade em termos econômicos, o Bob continuará se orgulhando de estar, em parte, participando do desenvolvimento econômico da favela: “o vento que me levanta vai levantar todo o mundo junto” disse.

Hoje em dia, a comunidade da Tavares Bastos está vivendo um período de tranquilidade econômica e social, em particular desde que alí foi instalado o comando da Bope, em novembro de 2000. Desde então, de fato, “o valor dos imóveis triplicaram, abriram mais comércios, como cabeleireiros e hortifrutí (...), a comunidade toda ganhou desde que estamos livre da droga”, e ele se sente completamente parte do processo quando afirma que 20 anos atrás começou esse projeto conversando com as autoridades públicas, pressionando para que fosse instalado um comando da policia na comunidade, participando da identificação e da denúncia de policiais corruptos “Eu me orgulho disso porque conseguimos mostrar que é possível quando ninguém acreditava (entrevista B).

Também, nesse caso, o proprietário mostra novamente o próprio envolvimento pessoal com da comunidade. Seu envolvimento como *morador* da Tavares Bastos há praticamente trinta anos. Esse envolvimento com o *lugar* se concretizou também na participação, durante três anos, como conselheiro da associação de moradores da comunidade. O sentimento de pertencimento comunitário é visível também no sentimento de solidariedade e cooperação que dirige a vários projetos comunitários, como o da escola de Balé.

Mas assim como a sua casa não é *apenas* uma casa, ele também não se considera *apenas* um morador da Tavares Bastos.

Ele, de fato, se reputa responsável também pela melhoria da economia e de imagem da favela. As filmagens, por exemplo, que se tornam possíveis, como ele mesmo faz questão de sublinhar mais de uma vez durante a entrevista, graças a sua imensa rede de amigos e conhecidos da indústria cinematográfica hollywoodiana e que, junto a indústria musical americana, trouxeram ganhos econômicos para a comunidade, infelizmente representada, às vezes, de forma não democrática.

De uma forma geral há um ganho não material, mas, simbólico positivo para a comunidade, com o qual Bob acredita estar contribuindo de forma decisiva, a saber, o levantamento da autoestima dos moradores.

A simples existência de um empreendimento turístico na comunidade e o fato de estar continuamente em contato com turistas internacionais contribui para que os moradores da Tavares Bastos não sintam mais vergonha de falar onde moram. (...) e de não se considerar mais “cidadãos de segundo ou terceiro grau” como declara um velhinho.

Mas, a maior “responsabilidade” da qual o ‘comandante’ Bob se orgulha é de ter construído uma estável conexão entre o asfalto e o morro por meio de ações que, segundo ele, foram importantes para “quebrar o gelo” entre *os dois mundos*. “*Two world*” –dois mundos em inglês- é, também, o nome do documentário produzido por Luiz Eduardo Lerina⁹⁶, que descreve o acontecimento que ele considera a primeira grande ação de encontro entre o “asfalto” e o morro: estamos falando de quando, em 1997, pela inauguração da galeria *the Maze* quatrocentos pessoas da zona sul da cidade deixaram o asfalto para se aventurar no morro, convidados pelo artista britânico, para visitar sua exposição de arte. O evento chamou muitas pessoas e ganhou visibilidade em muitos jornais locais, nacionais e internacionais. Iniciativa interessante e inovativa, por ter estimulado, de um lado, uma “invasão cultural” do morro pelas suas obras, e, do outro, por ter convidado pessoas normalmente externas a esse contexto e, geralmente, com receio de botar um pé nele. Mas se, de um lado, não pode ser negado o caráter inovativo do evento, por ter possibilitado uma ação que não teria acontecido sozinha, devemos, ao mesmo tempo, reconhecer que aquele foi principalmente um encontro dos moradores do asfalto *com o morro* e não com os moradores do morro, coisas, a nosso ver, extremamente diferentes.

⁹⁶ Referências: *Two World* parte 1 <http://www.youtube.com/watch?v=Moy9RqUjf20>;
Two World parte 2: <http://www.youtube.com/watch?v=T6yK-F4MVbE>;
Two World parte 3: <http://www.youtube.com/watch?v=tWvGrJ9wJM8>

Claramente, reconhecemos que é impossível ‘encontrar’ os moradores sem primeiramente ‘encontrar o morro’, ou seja, sem entrar em contato físico com o lugar, mas, por outro lado, estamos conscientes de que isso, embora possa ser descrito como um ‘primeiro passo’, por si não representa uma garantia de que haja, em seguida, um verdadeiro encontro com as pessoas que ali residem.

Como vimos em outras experiências turísticas, a simples presença e proximidade física não se transforma *automaticamente* em experiência dialógica. Nesse caso, também, como no caso da hospedagem no *the Maze*, o que há é o encontro de turistas com o lugar favela, mas pela intermediação de um grande e bonito vidro separador.

O *the Maze* é considerado, pelos autores, aqui como um exemplo de “bolha experiencial”, parafraseando e enriquecendo a expressão de Boorstin (1964), que isola o turista de uma experiência direta e dialogal com a comunidade, porque permite, ao mesmo tempo, que ele observe tudo muito de perto (aliás até de *dentro* da favela), mas o deixa, de qualquer forma, longe (*fora*), mantendo a imagem da contraposição dos dois mundos. Porque o que se vivencia no *the Maze* não pode ser considerado uma experiência de convivência com a comunidade em sentido estrito, pois, como vimos, até as ocasiões de encontro físico são reduzidas, ou praticamente nulas. Mesmo reconhecendo a validade da proposta ‘alternativa’ do retiro na ‘nave espacial’ que o Bob oferece, voltamos a sublinhar que não se trata de uma proposta comunitária.

Observando o empreendimento a partir do conceito de território produtivo, é possível fazermos algumas observações. Se de um lado é verdade que a presença praticamente constante de turistas traz um aumento dos negócios na Tavares Bastos, para as lanchonetes, os restaurantes, e, particularmente, para a empresa de van e para os motos taxi que transportam os hóspedes da pousada e, nas primeiras sextas de cada mês, os numerosos frequentadores das noites de jazz; do outro lado os ganhos que vêm da atividade turística não foram planejados, previstos e preparados pela comunidade como um todo. Além disso, o único empreendimento turístico do sítio Tavares Bastos é o *the Maze*, que, definitivamente, não é um empreendimento comunitário, porque, se há um ganho para a comunidade provindo do turismo ele vem apenas como *reflexo* da atividade instalada na ‘nave espacial’, e não o resultado de uma ação própria da comunidade que, democraticamente, se organizou para planejar o próprio turismo.

Resumindo, a Tavares Bastos não é pensada como território produtivo em relação ao turismo.

5.5. Caso 5: o Museu de Favela –MUF

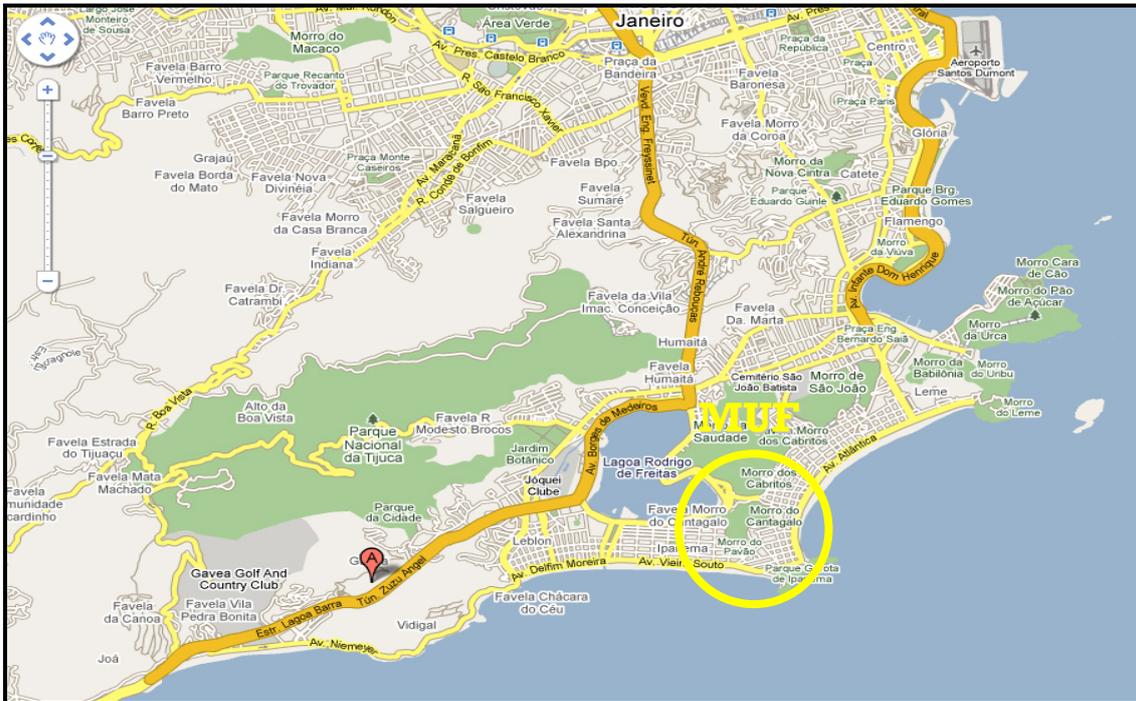


Figura 8: Logo do MUF



Fonte: site MUF

A seguir o caso do MUF (Museu de Favela) do complexo das favelas do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, localizadas na zona sul da cidade do Rio de Janeiro.

O MUF – Museu de Favela- é o nome da organização não governamental situada na comunidade, e formada por moradores da mesma que se propõe a “transformar o morro em um monumento turístico que valorize a memória cultural coletiva: um museu a céu aberto que percorrerá os morros dessa favela localizada em Copacabana e Ipanema na zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.” (Vídeo MUF⁹⁷).

O MUF nasceu de um desejo de autonomia da comunidade e de sua vontade de assumir um papel ativo na própria história, propondo uma alternativa de turismo para o local. Como declara o grupo no primeiro jornal informativo da organização: “o MUF começou como um vento de ideias voando na cabeça de um grupo de moradores que não está nada satisfeito com o estado das coisas e não perdeu a motivação e energia para promover mudanças” (revista institucional MUF, p.2).

Desde o começo, era claro para eles que a proposta comercial do turismo deveria ter algo diferente, deveria ser feita *por* eles e *para* eles: “vamos mostrar ao turista que as favelas têm um lado melhor do que aquele mostrado em outras favelas, onde sobem turistas estrangeiros que acham que favela é *zoológico* e morador é bicho” (revista MUF, p. 2 grifo nosso). É clara aqui a referência aos *reality tours* organizados na Rocinha, dos quais falamos no primeiro caso.

Nessa comunidade já existiam roteiros turísticos: uma das sócias fundadoras do MUF - Silvia Perrone- moradora “do asfalto”, mas praticamente adotada pela comunidade, já organizava visitas turísticas no morro do Cantagalo através do projeto sócio-cultural “Tecendo Rede de Turismo e Solidariedade”. As visitas eram organizadas em colaboração com vários segmentos da comunidade, que participavam expondo e apresentando os próprios trabalhos, como no caso dos artistas plásticos, do mestre de capoeira, das mulheres da cooperativa Corte e Arte. Em outras palavras, esses passeios eram integrados na comunidade, elaborados em conjunto com os atores locais e, sobretudo, voltados para o respeito e para a valorização da identidade cultural do local.

Já existia o turismo no morro, mas, com o MUF, a comunidade queria tomar posse do processo como um todo, ela queria ser *protagonista* do próprio desenvolvimento por meio de um projeto comunitário autodesenvolvido.

⁹⁷ Transcrição nossa do texto contido no vídeo institucional do MUF, disponível no endereço: <http://www.youtube.com/watch?v=SWCLI7Ni5Ps> Acessado em 2 de junho de 2009.

A iniciativa nasceu como proposta de moradores e lideranças locais que quiseram se unir e realizar uma proposta participativa que pretende ser “uma grande transformação territorial, de mudança social e desenvolvimento sustentável para ser realizada com muitos parceiros e acontecer sob a liderança direta da gente desse morro, guiada pela alma e pela reunião dos sonhos comunitários” (vídeo MUF).

A organização do MUF está apoiada em quatro pilares de atuação: 1- infraestrutura e logística; 2- gestão e governança; 3- projetos pedagógicos e de animação cultural e 4- e inserção da cidade na comunidade (vídeo MUF).

Pretende-se, por meio do turismo, valorizar a memória e a cultura local e direcionar essa atividade econômica em prol da comunidade:

o MUF assume doravante a realização de um *plano cívico comum* que traz uma visão de futuro transformadora das condições de vida na favela porque todo o morro será desenvolvido para se tornar um *destino turístico organizado e hospitaleiro*. A ideia é que o MUF seja um grande roteiro de visitação turística nacional e internacional da cidade com a missão de contar a história de formação de favelas, das origens culturais do samba, da cultura do migrante nordestino, da cultura negra, das artes visuais e da dança (vídeo MUF).

Está latente aqui o tradicional risco de olhar para o turismo como uma panacéia, remédio definitivo para os problemas econômicos de uma dada comunidade, em vez de vê-lo apenas como uma atividade que poderia complementar, mesmo que de forma significativa em alguns casos, a renda da população. Mas é de qualquer maneira interessante a ideia, apresentada pelo MUF, de pensar o morro de forma global e organizada para criar alternativas turísticas integradas ao território.

Para analisar o processo de criação do MUF escolhemos um ator que, mesmo não pertencendo ao grupo dos sócios fundadores, acompanhou praticamente de dentro todo o processo, desde o começo, aliás, antes ainda que o MUF surgisse.

Mario Chagas nos contou que foi procurado pelos representantes da empresa responsável pelo trabalho social das obras do PAC, a Kal, justamente por suas ligações

com o Museu da Maré⁹⁸, porque o grupo das lideranças locais queria instituir um museu na favela e, ao mesmo tempo, trabalhar com o turismo.

A ideia do turismo, portanto, já existia, já estava embutida na proposta, que veio inteiramente e integralmente deles, como nos informa Chagas, assim como a ideia do museu: “eles queriam um museu, inspirados também na experiência da Maré, mas não sabiam em quais termos (...)”. Portanto, antes ainda que o MUF fosse constituído, Mario Chagas começava a colaborar com as lideranças “para apresentar e levantar opções e possibilidade de trabalho (...). Foram dois meses de reuniões, oficinas, trabalhos e discussões” (entrevista M⁹⁹).

A ideia de museu de percurso, também, foi uma ideia elaborada pelos participantes do processo. “Isso inclusive é muito freqüente: eles queriam que fosse um percurso, mas não sabiam que isso tem um nome, chama-se de ‘museu de território’ ou ‘de percurso’, o que eu fiz foi apenas ajudá-los a se empoderar de uma teoria e de conceitos” (entrevista). Foram realizadas cinco oficinas: a de museu, a de memória e cidadania, a sobre museus e educação, uma sobre elaboração de planos museológicos e outra sobre elaboração de projetos. Portanto, se, de um lado, o apoio do IBRAM, na pessoa de Mario Chagas e de sua equipe, com as oficinas, os cursos e as capacitações foi fundamental, o que mais contribuiu de forma determinante para o sucesso do processo de empoderamento progressivo do grupo dos futuros sócios fundadores do MUF foi definitivamente o entusiasmo e a dedicação que todos eles colocaram no projeto, a energia e, sobretudo, o espírito crítico do grupo, como comenta Chagas: “eles são sempre muito críticos com eles mesmos e sempre prontos a se colocar em questão para tentar se melhorar e para que o projeto dê certo” (entrevista M).

Mario nos conta emocionado sobre o momento da criação do MUF, do qual, indiretamente, participou. Ele nos relata que, durante aquela determinada oficina, houve uma discussão muito ‘quente’ e o grupo das lideranças locais -os futuros sócios fundadores- estavam em dúvida em relação ao modo como isso poderia ser conduzido: “Em alguns momentos me pareceu que, na percepção deles, o museu seria um projeto

⁹⁸ O Mario Chagas entrou em contato com o grupo da Rede de Memória da Maré do CEASM, antes que o Museu da Maré fosse inaugurado em 2006 e participou da curadoria participativa responsável pela exposição “a força da Maré” realizada em 2004 no Museu da República, importante evento comunitário que deu origem ao Museu da Maré.

⁹⁹ Entrevista com Mario Chagas, realizada na sede do IPHAN no Rio de Janeiro, no dia 17 de julho de 2009.

que cairia de cima pra baixo, vindo de fora, que alguém faria para eles” e foi exatamente naquele momento que eles assumiram o próprio projeto:

Eu lembro perfeitamente que num certo momento eles pediram para que eu e a Rose (minha colaboradora) saíssemos da sala. Eles ficaram meia hora conversando e, quando voltamos, eles disseram que tinham decidido de criar a própria ONG dele e que iria se chamar Museu de Favela (!). Achei completamente extraordinário porque no momento de maior dúvida, no momento no qual se questionaram sobre o que queriam, eles decidiram e, a partir daí, começaram a trabalhar forte nessa ideia (entrevista M).

Esse depoimento testemunha a assunção do projeto do MUF como projeto comunitário autogerido.

Lideranças locais, mas também figuras “do asfalto” ligadas ao turismo e em contato com a comunidade, ajudaram a construir e a definir os passos do processo que também conta com parcerias que o grupo está formando ao longo do tempo, como no caso da parceria com a Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Hoje, Tânia Omero, professora da UNIRIO é responsável pelo curso de guias turísticos oferecido para jovens da comunidade, resultado da primeira visita do MUF à instituição de ensino.

Como já foi colocado, a experiência inspiradora para o MUF foi o Museu de favela da comunidade da Maré, que representa *realmente*¹⁰⁰ o primeiro museu de favela da cidade do Rio de Janeiro.

O que dá destaque à experiência da Maré é a participação e envolvimento integral da comunidade. O processo que levou a experiência da Rede de Memória a organizar a exposição intitulada “A força da Maré”, momento decisivo na história do museu, baseia-se numa vontade de resgate da história e da memória locais enquanto opera, ao mesmo tempo, uma valorização de sua cultura. Nas palavras de Chagas, o museu da Maré, e, de forma diferente, também a experiência do MUF, insere-se naquela categoria que ele chama de “novo museu”, o museu *na primeira pessoa*, o museu que não fala

¹⁰⁰ Mesmo que, quando foi inaugurado o museu da Maré já existissem outros dois museus em favelas cariocas - o primeiro instalado em 1996 na favela do Caju e o outro no Morro da Providencia em 2005- acreditamos que o da Maré represente o primeiro visto que esses não são considerados Museus de Favelas por serem projetos alheios à comunidade, nos quais ela não se reconhece, e que foram desenvolvidos a partir de atores externos (pela Conlurb, no primeiro caso, e pela Prefeitura da cidade no segundo) e, sobretudo, segundo uma diretriz *top-down*.

mais do outro distante, exótico, mas fala de um “nós, da comunidade local, da sua história que, mesmo que local, não deixa de ser universal, por ser representante de uma história universal.

Esse movimento, que começou no Brasil nos anos 80, registra a democratização do espaço do museu.

O museu está passando por um processo de democratização, de ressignificação e de apropriação cultural. Não se trata de democratizar os acessos aos museus já constituídos, mas sim de democratizar o próprio museu compreendido como tecnologia, como ferramenta de trabalho para uma relação nova e criativa com o passado, o presente e o futuro. (...) os museus se apresentam como práticas comprometidas com a vida, com o presente, com o cotidiano e com a transformação social (depoimento de Mario Chagas em: <http://vanhoni.wordpress.com/2009/04/23/museu-de-favela-muf-pavao-pavaozinho-e-cantagalo-rio-de-janeiro-memoria-e-cidadania/> A cessado em 30 de maio de 2009, grifo nosso).

O museu se democratiza.

Parece-nos bastante interessante que o MUF tenha escolhido exatamente a forma do museu para pensar uma alternativa de turismo na comunidade, não apenas um museu de memória, um espaço físico, mas também um museu a céu aberto, demonstrando considerar a comunidade toda como um patrimônio.

Com o caráter de um museu comunitário, além da meta de ter um edifício sede central, tem-se um museu a céu aberto, integral, que é todo o morro dando a oportunidade de o turista subir, *conhecer e experimentar o território*, a arte, a música e a dança desse morro, a hospitalidade, a animação e calor humano da favela, comprar produtos e serviços de conveniência turística oferecidos pela comunidade (revista MUF).

Como sugere o depoimento institucional mencionado, a forma escolhida do ‘museu a céu aberto’ permite a realização de um outro tipo de experiência turística: enquanto há uma valorização da história e da cultura da comunidade, ao mesmo tempo, permite uma maior interação entre o turista e o autóctone, possibilitando, de um lado, ao turista vivenciar uma relação com o território, e, do outro lado, ao autóctone, através disso, afirmar, mais uma vez, a própria identidade:

a revitalização e defesa da riqueza e herança cultural do complexo Cantagalo, Pavão e Pavãozinho é um bom caminho para fortalecer a

identidade desse território, seu papel na cidade do Rio de Janeiro, sua estrutura de vida e de negócios integrada à vida e aos negócios de Ipanema e de Copacabana (vídeo MUF).

Podemos afirmar que o turismo imaginado pelo MUF seja um turismo comunitário que favorece o encontro, que está aberto à visitação do estrangeiro, mas a partir do próprio sítio, ou seja, parece favorecer, em termos potenciais, aquela experiência dialógica na qual, nos termos buberianos encontram-se dois *sujeitos*, num nível de igualdade, característica que, infelizmente, parece faltar a outras experiências de turismo em favela.

Já analisamos a motivação que leva o turista a visitar a favela, que é, principalmente, a busca pelo exótico, a necessidade de experimentar o contato direto com realidade fora do alcance de sua cotidianidade.

Acreditamos que esse tipo de proposta possa, sim, responder a essa demanda, mas acreditamos que tenha também as potencialidades para se tornar uma experiência bem sucedida de TBC urbano. Isso, em nossa opinião, acontecerá só se o grupo todo conseguir *não apenas* responder à demanda por turismo em favela, ou seja, se o MUF conseguir não se assentar numa ideia de turismo voltado apenas para o recebimento do estrangeiro, de quem vem de fora, e se mantiver uma postura ativa em relação ao turista, quer dizer, se o grupo e a rede do MUF conseguirem mostrar o que há *além* das visões externas, *pré-conceituosas* sobre a favela. Em outras palavras, depende de quanto o MUF conseguir mostrar e valorizar realmente os aspectos e os recursos autóctones, independentemente das demandas dos turistas, é só dessa forma que essa poderá se transformar numa experiência de turismo de base comunitária numa favela carioca.

Mesmo sendo inspirado na experiência do museu da Maré, o MUF tem características próprias, como o fato de nascer como um projeto de empreendedorismo comunitário. Segundo nos relata Chagas, “no MUF, eles se consideram um *museu empreendedor* ligado ao artesanato, à capoeira, à arte naif etc. Para ele, [tudo isso] tem a ver com geração de emprego e renda” (entrevista M).

E essa característica, própria dessa proposta, deveria ser trabalhada levando em conta que, ao mesmo tempo em que representa uma força propulsora de energias produtivas,

Figura 9: Foto da posse da Secretaria do Fórum de Turismo da Rocinha



Fonte: Fórum de Turismo da Rocinha

Com o próximo, e último, caso voltaremos a falar da Rocinha, objeto de nosso primeiro caso, mas também, como já foi colocado, a primeira favela da cidade do Rio de Janeiro a registrar casos de turismo.

Com a Rocinha queremos fechar um círculo simbólico que nos levou por uma viagem pelas favelas cariocas, por várias e variadas experiências turísticas, que começou exatamente com o caso dos *reality tours* nessa comunidade. Fecharemos esse círculo falando da mesma comunidade que, ao mesmo tempo em que nos apresenta como a menos dialógica das experiências turísticas em favela na cidade, desafia a si mesma apresentando *sua* própria proposta de enfrentar os limites daquele tipo de turismo monológico e impessoal, aquele ‘que vem de fora e não deixa nada’, e faz isso através de uma experiência comunitária promissora e inovativa, um espaço público em construção: o Fórum de Turismo da Rocinha.

Criou-se¹⁰¹ um novo espaço público para discutir o turismo na Rocinha: o Fórum de Turismo, cuja Secretaria Executiva tomou posse no dia 1º de junho deste ano.

¹⁰¹ Um importante apoio e estímulo foi o do SEBRAE-RJ, que já vem atuando na comunidade a partir de vários projetos de incentivo ao comércio local, como o projeto “Rocinha empreendedora”.

Esse espaço nasce como uma proposta desafiadora do *status quo* na área do turismo na comunidade, àquele *status quo* turístico criado e mantido apenas por alguns atores que, é bom lembrar, não são atores comunitários.

Segundo as lideranças locais, diretamente envolvidas na proposta,

o turismo na Rocinha hoje é um turismo desorganizado (...) que *não tem responsabilidade social*, (...) que não integra com o comércio, com o artesanato e nem com as pessoas que querem trabalhar com o turismo (...) hoje o turismo *não soma em nada para a nossa comunidade* (Ailton Macarrão em SEBRAE-RJ, 2008, p.78, grifos nossos, entrevista realizada no dia 26 de junho de 2008).

A proposta do Fórum reflete as insatisfações em relação à forma como o turismo é desenvolvido hoje em dia na comunidade, não apenas da perspectiva econômica, mas também social. Como comenta o atual secretário geral do fórum, Fernando Ermiro, o turismo que existe hoje na comunidade

é um turismo muito rápido, o turismo aqui é feito em uma hora (...) o turista vem, passa, olha, tira foto e vai embora (...) não consome nada, *não interage com a comunidade*. A única interação que o turista tem é de passar, ele não conversa, não senta, *não descobre nada de novo aqui*, então acaba sendo um turismo meio superficial. Tem que ser uma coisa mais profunda e mais interessante (Fernando Ermiro Da Silva – historiador, ex-diretor da UNPMM e atual Secretário Geral do Fórum em SEBRAE-RJ, 2008, p.104, entrevista realizada no dia 26 de junho de 2008).

Apesar das avaliações positivas dos moradores da Rocinha respeito à presença dos turistas na comunidade registradas por Freire-Medeiros em seu trabalho (2009)¹⁰², que podem ser apenas o resultado do reflexo do espírito acolhedor de seu povo, ou também do hábito, criado durante muitos anos, pelos moradores às visitas estrangeiras. Registramos uma grande insatisfação respeito à *forma* como ele está sendo conduzido. Essa afirmação se baseia, por exemplo, nos relatos dos momentos de “invasão” das casas particulares pelos turistas que querem, ‘a qualquer custo’, adquirir lembranças fotográficas da favela. Concordamos com Ailton quando afirma que o povo da Rocinha se sente um pouco ofendido por um turismo que invade as ruas com suas jipes desde de

¹⁰² O trabalho registra uma forte predominância de atitudes positivas em relação à presença de turistas entre os moradores da comunidade (com 83,5% contra o 3,2% de respostas negativas) (FREIRE-MEDEIROS, 2009:118).

manhã cedo, atrapalhando o trânsito e não se preocupa com a rotina dos moradores, obviamente “isso gera uma certa antipatia para o turismo”, finaliza. (SEBRAE-RJ, 2008, p.78).

Temos também algumas afirmações que nos confirmam que o problema não é o turismo em si, mas o *como* ele é desenvolvido atualmente. Como afirma um comerciante: “[o turismo] é uma forma de gerar renda para dentro da comunidade. É uma coisa muito importante, muito interessante, que poderia se desenvolver mais, *se fosse vista com mais carinho, mais responsabilidade*” (FREIRE-MEDEIROS 2009, p.120 grifo nosso); ou uma outra moradora “o turismo aqui não me incomoda, não me diz nada, porque eu não posso dizer nada, mas me entristece um pouco. Uma boa oportunidade podia ser aproveitada e passa assim” (ibid., p.119).

Reconhecemos que não temos condição de dar uma posição definitiva sobre os que os moradores da Rocinha pensam quanto ao turismo, mas temos alguns elementos para serem levado em consideração. Baseados nesses, acreditamos que o turismo na Rocinha hoje não seja satisfatório para sua comunidade, nem para suas lideranças e tampouco para seus moradores. Frente a *esse* turismo espera-se algo *diferente*.

Olhando para o tipo de turismo existente hoje na comunidade, fica evidente que as agências externas, responsáveis pelos *favela tours*, ocupam um espaço predominante, monopolizando a atividade na comunidade de uma forma duplamente insatisfatória, econômico e socialmente.

Do ponto de vista social e cultural, como já analisamos anteriormente, a forma como os roteiros são organizados inibe o encontro, limitando-o apenas a rápidas fotos e compras de *souvenirs* e evidenciam apenas os aspectos negativos, presentes na vida da comunidade, como comenta uma moradora:

eu não vejo aquela publicidade por parte de quem está trazendo [agências e guias] de ir lá mostrar a arte que acontece dentro da comunidade. Tem uns lugares que eu não vejo eles visitarem, como programas de assistência social. As coisas legais que acontecem ninguém visita (entrevista R. 45 anos, professora do Ensino Fundamental em FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.119).

Justamente por ser um agente externo, as agências não têm um interesse especial em contribuir na construção de uma visão positiva da comunidade, pelo contrário, elas estão, provavelmente, muito mais interessadas no reforço e na reafirmação de todo aquele conjunto de estereótipos e preconceitos a respeito da favela, possuídos pelos turistas antes da visita, e que para as agências representam, no fundo, o motor da demanda e, portanto, de seus negócios. Da mesma forma, do ponto de vista econômico, sua contribuição é praticamente irrelevante, como observamos com a Freire-Medeiros:

os passeios não oferecem à Rocinha a chance de usufruir em pé de igualdade os benefícios econômicos gerados com o turismo. Os turistas gastam pouco durante a visita e, como não há nenhum tipo de distribuição dos lucros, os capitais suscitados pelo turismo são reinvestidos apenas minoritariamente na favela e sempre pela via da caridade (FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.77).

Além de não estarem particularmente interessadas em dividir os lucros resultantes dos passeios na favela, as agências estão, tampouco, interessadas em promover o desenvolvimento local. Além das etapas na Rua 1 e em alguns pontos de vendas preestabelecidos as agências não levam os turistas para o comércio, preferindo desencorajar as compras nas lojas locais, por supostos motivos de segurança, provavelmente. Existe a possibilidade dos pagamentos “fiados”: “com consentimento prévio dos vendedores, o guia sugere ao turista que leve o souvenir desejado e pague depois, no hotel” (FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.62) porque prevalece o medo de levar dinheiro e serem roubados na comunidade, segundo as declarações dos artesões entrevistados.

Tampouco no rico comércio local do Largo do Boiadeiro, as atividades comerciais, os restaurantes do bairro Barcelos entram em contato com este turismo. “Os comerciantes do Largo do Boiadeiro, por sua vez, nos contaram que as vendas para turistas são eventuais e que não têm impacto nos lucros de seus estabelecimentos” (FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.115). É fácil imaginar quão pouco seja interessante mostrar para um turista em busca do exótico, o fermento comercial dos lugares mais modernos e “desenvolvidos” da comunidade porque isso implicaria uma necessária explicação socioeconômica que ameaçaria os estereótipos previamente construídos. É por isso, supomos, que as agências limitam-se a oferecer exatamente e *exclusivamente* o que os turistas esperam.

O Fórum de Turismo da Rocinha chega com a intenção de modificar essa situação, mostrando a necessidade de se levar em conta, sobretudo, os interesses da comunidade, ao lado dos tradicionais interesses das agências de turismo.

É contra esse tipo de turismo que a proposta do Fórum se posiciona, principalmente por meio de parcerias, em particular, mas não exclusivamente, com as agências. Isso, porém, representa, em parte, uma novidade.

Pelas conversas que tivemos com o atual presidente do Fórum, Ailton Macarrão, descobrimos que houve uma mudança de postura em relação às agências. Há dois anos, quando começou a primeira tímida mobilização turística da comunidade, se queria exclusivamente uma sua total expulsão da comunidade; hoje, pelo contrário, apesar de sua presença e seu trabalho decenal na comunidade criarem mal estares, as agências são consideradas atores do processo, com os quais estabelecer parcerias e, também, das quais cobrar maior responsabilidade e engajamento com os projetos comunitários e as necessidades locais. Como nos relata claramente Hélio Almeida, assessor de comunicação do Fórum:

queremos que o próprio turista possa estar contribuindo em alguma coisa para a comunidade. Nós não queremos que as agências que trabalham com o turismo atualmente dêem dinheiro para a comunidade, não é isso que estamos propondo (!) mas que contribuam de outra forma. Por exemplo, elas poderiam financiar cursos de capacitação para guias comunitários junto com o fórum. (...) Elas poderiam estimular e contribuir para a criação de guias locais. (...) poderiam contribuir para que elas aprendam o inglês (...) se, por exemplo, o futuro guia tivesse acesso ao passeio acompanhando os guias, isso poderia ajudar (entrevista H¹⁰³).

As sugestões propostas por Hélio mostram-nos a postura de colaboração e parceira que está na base do projeto e nas diretrizes do Fórum. De fato, como confirmado por Ailton, ‘articulação’ é a palavra-chave fundamental das ações do novo espaço de governança. Uma articulação que dará prioridade às instâncias de representação da própria comunidade, a saber, as associações de moradores (a UPMMR -União Pró-Melhoramentos dos Moradores da Rocinha- e a AMABB -Associação de Moradores e Amigos do Bairro Barcellos-), as associações de comércio locais, como a ACIBRO -

¹⁰³ Entrevista com Hélio Almeida, assessor de comunicação do Fórum de Turismo da Rocinha, realizada na sala do Canteiro Social da Rocinha, no dia 11 de agosto de 2009, doravante indicada, no texto, como “entrevista H”.

Associação Comercial e Industrial da Rocinha- e as várias agências de turismo externas, ativas no território.

Faz parte da estratégia de articulação e colaboração do Fórum a inclusão de instâncias de representação externas, como a AMASCO (a Associação de Moradores de São Conrado) o Pólo Turístico de São Conrado (ligado à AMASCO e criado em julho de 2008). Nesse sentido, já foram estabelecidos contatos, e todas essas instituições participaram da cerimônia de posse do fórum, na quadra da Escola de Samba da Rocinha.

Nas palavras de seu presidente, o principal objetivo dessa articulação seria resolver o problema da falta de organização da comunidade em relação a essa atividade econômica, por meio da “união de forças” da comunidade (SEBRAE-RJ, 2008, p.80), mas sem desconsiderar as lideranças e os atores externos, porque, se de um lado é importante fortalecer a comunidade, do outro, é fundamental manter os contatos com o resto da cidade, evitando uma autoguetização (entrevista com Ailton Macarrão e Hélio Almeida). Objetivo específico seria combater as ações isoladas que fragmentam os vários atores locais (entrevista A¹⁰⁴).

E a fragmentação dos atores locais, atualmente envolvidos com o turismo, aparece como um problema relevante. Como relata a Freire-Medeiros em seu trabalho (2009) hoje em dia, as agências de turismo têm contratos de exclusividade com vários pontos de venda de suvenires e produtos artesanais (ibid., p.61) e a mesma coisa acontece também com o aluguel das lajes particulares (ibid., p.51), como a do Seu Carlinhos. As agências contribuem, portanto, para aquela fragmentação do território produtivo detectada como principal problema pelos integrantes do Fórum de turismo num processo no qual, ao mesmo tempo em que induz uma relação de dependência, também inibem o desenvolvimento do espírito empreendedor e comunitário dos empreendimentos locais.

Por essas razões Ailton nos fala da proposta de juntar esse “turismo 1”, que em suas palavras é o turismo das agências, o turismo externo, no “turismo 2”, que é o turismo que a comunidade quer, que é o do “turista que vem para somar, para ajudar, para

¹⁰⁴ Entrevista com Ailton Macarrão, atual presidente do Fórum de Turismo da Rocinha, realizada no prédio do Canteiro Social da Rocinha, no dia 11 de agosto de 2009, doravante indicada, no texto, como “entrevista A”.

fomentar o comércio, para interagir, para realmente conhecer o que é a comunidade” (SEBRAE-RJ, 2008, p.79-80). Porque, como comenta conosco durante a entrevista, “todo o mundo hoje se sente incomodado de ver o turismo que está aí, o “turismo 1”, o turismo 2. O que nós queremos estimular vai fazer com que o turismo seja *único!* Para todos nós, também para as agências” (entrevista A). Então, uma proposta de integração para que todo o mundo ganhe e não apenas as agências externas. Consideramos as propostas que estão sendo concebidas no Fórum como uma espécie de requisito, de *conditio sine qua non* que a comunidade está cobrando dos atores externos, numa assunção do próprio papel e da própria autonomia e vontade de auto-organização.

Entre as propostas que estão sendo discutidas no Fórum, encontramos várias voltadas diretamente para as agências, como a de incluir o comércio local nos roteiros delas, mas as mais interessantes dizem respeito aos guias turísticos, porque é uma questão, a nosso ver, central na discussão sobre o tipo de turismo que se quer desenvolver na Rocinha. Como já vimos, tratando dos *reality tours*, a figura do guia é a mais crucial porque nesse tipo de turismo é a única forma de contato, material e simbólica, entre a comunidade e os turistas, e vimos também que os atuais guias são figuras externas à comunidade. Por isso, uma das condições básicas é trabalhar para que se chegue a ter apenas guias comunitários trabalhando nos roteiros, “obrigando” as agências a ter um acompanhante local e a contribuir para sua capacitação, como sugerido na declaração do assessor de comunicação:

as agências poderiam contribuir dessa forma, mas elas, infelizmente, veem a educação como um gasto e não como investimento, elas não conseguem ver que elas também estariam ganhando com uma equipe aqui dentro (...) por meio dos guias locais poderiam conhecer novas atividades que se criam na comunidade (...) receber sugestões de variações nos passeios etc. (...). A delas é o medo de perder espaço, eu entendo, porém... (entrevista H).

Com respeito à questão dos guias, Ailton mostra um interesse particular:

há alguns guias e motoristas que trabalham nessas agências que são moradores da comunidade, mas não é isso que a gente quer! A gente quer mais informação, queremos que o guia dê mais informação, que fale mais da história da Rocinha. Você sabia que esta foi a primeira pista de corrida do Brasil? Que já teve um quilombo aqui dentro? (...) Tudo isso deve ser contado e mostrado! (...) Nós vamos tentar, por meio da qualificação passar essas histórias (...). Nós queremos que o

turista venha e diga “NOSSA! a Rocinha é mais do que aquilo que queria ver, que é mais do lixo, da “fiação”, etc. (entrevista A).

Esse depoimento constata, de um lado, a preocupação com a reprodução de informações erradas sobre a história da comunidade, que são registradas nos *reality tours*, e que foram comentadas anteriormente quando foi apresentado o primeiro dos nossos casos, e nos mostra também a vontade de resgatar, valorizar e difundir a própria história para o turista conhecer, mas, ao mesmo tempo, representa uma valorização e reapropriação para toda a comunidade antes que “a história da Rocinha se perca” (entrevista PC¹⁰⁵).

Essa preservação e valorização da própria história e da cultura local é uma questão central nos trabalhos do Fórum e já inspirou vários projetos que estão sendo discutidos, como o centro de memória, que poderia encontrar seu lugar no espaço do C4, o centro de cultura, que figura entre as obras do PAC e que já está em construção na Estrada da Gávea.

Além dessas propostas, a Secretaria do Fórum, junto com a SEBRAE-RJ, formulou várias outras, como a criação de uma feira de artesanato, a rede de hospedagem domiciliar, a valorização e institucionalização do pólo gastronômico da Rocinha, entre outras.

Acreditamos que outras ações que estão acontecendo na comunidade possam ser trabalhadas também em prol do turismo, como a criação do Parque Ecológico da Rocinha, cujo plano foi apresentado no dia 25 de junho desse ano e que virá à luz em oito meses. Segundo o projeto,

o acesso ao Parque, que terá 3.900 metros de extensão, será pela região conhecida como Portão Vermelho. O local terá cerca de 20 diferentes equipamentos para o turismo, lazer, esporte e cultura, distribuídos por uma área de 8 mil metros quadrados. Uma ciclovia de 600 metros de extensão e dois de largura, um dos anseios dos moradores, uma praça para idosos, parque infantil, uma área chamada redódromo, onde será possível amarrar redes, são apenas alguns dos componentes do local

<http://www.jusbrasil.com.br/politica/2731699/icaro-moreno-apresenta-parque-ecologico-da-rocinha>).

¹⁰⁵ Entrevista realizada com Paulo César, o PC, no prédio do Canteiro Social da Rocinha, no dia 12 de junho de 2009, doravante indicada, no texto, como “entrevista PC”.

Nas ideias surgidas e sugeridas no espaço do fórum há também aquela de criar diferentes roteiros, o ecológico seria mais um, e, certamente, a criação desse parque facilitaria a atuação dessa ideia. Os outros roteiros, segundo o que nos informa Hélio, seriam: o religioso, o das instituições, o cultural, o gastronômico. “Porque não dá para ver tudo em um dia”, e assim se criariam alternativas para que o mesmo turista volte mais do que uma vez para a comunidade, porque “ela tem muito a oferecer” (entrevista H).

Entre outras propostas, há a de fazer um levantamento com os artesões para se conhecer os trabalhos deles e os vários grupos que trabalham com arte na comunidade; criar e disponibilizar para os turistas um mapa; criar uma recepção na Rua 1 etc.¹⁰⁶.

Nas conversas com o assessor de comunicação e com o presidente do Fórum, ficou evidente a existência de problemas e dificuldades que a instância precisa enfrentar para que comece a andar sozinha. Entre esses problemas o mais grave seria, sem dúvida para os entrevistados, a fragmentação dos comerciantes e dos grupos produtivos presentes no território, que, junto com o ceticismo por decepções anteriores, leva a uma escassa participação em suas atividades, fazendo com que os que deveriam ser seus principais atores, ficam esperando por ações que dependeriam fundamentalmente de sua participação, ativando, dessa forma, um perigoso círculo vicioso de inatividade organizativa e baixa participação comunitária.

O Fórum, portanto, se apresenta como potencial espaço de realização da Rocinha como território produtivo, definido, nas palavras de seus representantes, como um espaço flexível e dinâmico, que são as qualidades pelas quais foi escolhida exatamente essa, e não uma outra, forma institucional. Ele deveria ser um espaço onde os gargalos existentes na área do turismo pudessem vir à tona e serem trabalhados, um espaço móvel e fluido, e não fixo, que buscasse institucionalização *dentro e fora* da comunidade. Deve ser olhado como um processo, que, nas palavras de seus representantes, não quer se “fossilizar” numa empresa, porque quer ser um espaço público de discussão que abra caminhos e trace percursos (entrevista A e H). Um espaço

¹⁰⁶ Para mais informações ver blog do Fórum de Turismo da Rocinha <http://turismorocinha.blogspot.com>.

que poderia representar a “cura” para corrigir o que seu atual presidente considera como a “culpa” da comunidade: a saber, sua falta de auto-organização.

Esse espaço sobretudo, poderia representar o canal por meio do qual a comunidade possa se autoafirmar, resgatando as imagens negativas com as quais é reconhecida nacional e internacionalmente. Nós lemos o fórum como essa grande oportunidade para se construir um turismo diferente, incorporando o esforço da comunidade em mostrar ao turista que a Rocinha é mais do que isso que eles conhecem e vêm procurando, porque, como afirma uma moradora “se o turista pudesse ver a favela *com os próprios olhos*” (FREIRE-MEDEIROS, 2009, p.122), e não com os olhos das agências, acrescentamos nós, veria que na comunidade há muito mais do que lixo e casas amontoadas, há cultura, há história, há comercio e há um povo, há *pessoas*.

Concordamos com Freire-Medeiros quando afirma que o turismo de favela não é imoral e nem tem a culpa pela miséria e pela desigualdade (ibid., p.152), e acrescentamos que pode ser um recurso interessante e até crucial para o desenvolvimento local se estiver incluído num plano/projeto baseado num outro paradigma de desenvolvimento que assuma a favela como território produtivo e, sobretudo, como sítio simbólico de pertencimento capaz de constituir a partir dos próprios recursos internos, sobretudo culturais e identitários, a base/o fundamento de seu próprio desenvolvimento.

Acreditamos que o fórum possa contribuir fortemente nisso pelas premissas com as quais quer trabalhar.

At last, but not least há um elemento fundamental que chama a nossa atenção e que consideramos indispensável para que haja real mudança no projeto de turismo, a saber, que haja participação da comunidade, através de todos os seus segmentos, lideranças e representações, para poder se pensar na possibilidade de um TBC em âmbito urbano e também na Rocinha, *parte* da múltipla, polimorfa e polissêmica metrópole que é o Rio de Janeiro.

6. Análise comparativa dos casos

Após esta apresentação analítica dos casos consideramos necessário completar a exposição com uma análise dos mesmos segundo alguns critérios previamente escolhidos. Esses últimos foram considerados apropriados para permitir uma classificação dos mesmos utilizando a ferramenta proposta no capítulo 1. Isso renderá possível uma comparação entre eles e, uma reflexão sobre suas características básicas para poder-se pensar um outro tipo de turismo. Em última análise, de fato, nossa esperança é que isso estimule uma nova reflexão e favoreça a criação de uma tipologia de iniciativas de turismo urbano comunitário.

A apresentação discursiva dos seis casos, baseada nas técnicas etnográficas, que acabamos de realizar, respeita ao máximo as irreduzíveis diferenças próprias de cada caso, mas, ao mesmo tempo, impede, ou pelo menos, inibe qualquer tentativa de reflexão que tente recolher e reconstruir as similaridades, as quais, dessa forma, perdem-se dentro da unicidade de cada caso. Esta é a razão pela qual acreditamos necessário aprofundar a análise e investigar sobre os tratos comuns entre os casos de turismo em favela, indo além das respeitáveis e ricas diferenças apresentadas e contidas em cada um. Entendemos, de fato, como um dos fins das ciências sociais, e da engenharia de produção como uma delas, permitir, ou pelo menos, facilitar as reflexões e o entendimento da realidade, mas, sobretudo, acreditamos na possibilidade de recriar formas de convivência e sugerir outros caminhos. Para isso faz-se necessário efetuar a comparação de realidades variadas, e sem desconhecer sua unicidade, tenta-se descobrir seus traços comuns, ou, ao contrário, anômalos e diferentes.

A seguir analisaremos os seis casos, apresentados anteriormente, utilizando um grupo de sete critérios criados pelos autores e escolhidos porque considerados úteis para classificar as experiências turísticas como uma experiência de “ver” ou, ao contrário, de “*com-viver*”. Esses critérios tratam das características-chave na construção do entendimento acerca do que significa ‘experiência’ turística dialógica. O primeiro, e mais básico, é a) *a origem da proposta de turismo*, em particular, esse critério interessa-se em verificar se a proposta surgiu dentro da própria comunidade ou se foi estimulada por algum agente externo. Seja o serviço turístico oferecido um passeio turístico ou uma forma de hospedagem, o próximo critério analisa b) o *modo de gestão*, ou seja, se a gestão da iniciativa turística é coletiva, individual, comunitária, familiar etc. Outro

critério tem a ver com c) os *recursos financeiros*, graças aos quais a iniciativa existe, se mantém e, eventualmente, cresce. Esses podem ser internos, ou seja, comunitários ou individuais, podem representar reinvestimento de lucros que provêm do turismo, mas podem ser, também, externos, sustentados em vários tipos de vínculos com o agente provedor. Outro critério importante a ser analisado, em nossa visão, é relativo aos guias, no caso de roteiros, ou a figuras que conheçam a história e a cultura local para podê-la expor e comunicar aos turistas. Esse critério d) a *origem do guias*, trata de observar se esses são comunitários-autóctones ou externos, com conexões/ligações com a comunidade. Outro critério de classificação diz respeito e) ao *grau/nível de interação* presente nas experiências turísticas entre turistas e autóctones. Esse critério procura a presença e, sobretudo, o tipo de interação existente entre os sujeitos envolvidos no turismo, pode estar presente, mas ser baixo, ou pode ser alto, mas controlado ou conduzido por agentes externos. Com ligação nisso pensamos de incluir um outro critério, sobre f) os *espaços de convívio*, para verificar a existência não apenas de momentos, mas também de espaços físicos pensados para poder experimentar e vivenciar a convivência. Enfim, escolhemos o critério g) *voluntariado* porque acreditamos que a presença de formas de ações de voluntárias por parte de turistas indicam, em nossa visão, uma vontade de retribuir por algo recebido durante a experiência, que vai além do serviço turístico pelo qual pagaram, em outras palavras, indica que naquela experiência se produziu algo além de um valor monetário: a instauração de uma relação de troca.

Esses critérios nos servirão de referência na colocação das experiências apresentadas no *continuum* proposto no final do capítulo 1, ou seja, a partir da análise das características apresentadas, os casos serão colocados numa determinada posição no *continuum*, entre os extremos de “ver” e de “com-viver”.

A seguir apresentaremos uma análise sintética comparativa dos seis casos de turismo em favelas cariocas com base nos critérios propostos.

	Origem da proposta de turismo:	Modo de gestão:	Recursos financeiros:	Origem dos guias:	Grau/nível de interação turista-autóctone:	Espaços de convívio (grau de convivencialidade):	Voluntariado:
Caso 1: A Rocinha e os favela tours	agências de turismo externas à comunidade	empresarial	privados	não comunitários	limitado à relações comerciais (compra-venda de <i>souvenirs</i>), controladas e conduzidas pelos guias que acompanham os grupos	não presente	não presente
Caso 2: Passeios ecológicos no Morro da Babilônia	comunitária, a partir de uma longa história de mobilização comunitária e de luta em prol do meio ambiente, marcada por momentos importantes como o mutirão de reflorestamento comunitário em 1995.	cooperativo mais que comunitário, visto que não todos os moradores participam da cooperativa, mas dentro da cooperativa é democrático e horizontal	a cooperativa não consegue se sustentar apenas com as entradas dos passeios de ecoturismo, e recebe apoio da Brascan	comunitários	livre/não controlado, mas baixo (os turistas são livres de interagir com os moradores que encontram nas ruas o na associação, mas não há muitos encontros e muita interação)	limitado aos momentos das visitas à associação de moradores e à escolinha comunitária e à sede da cooperativa, não há espaços pensados especificamente para o encontro entre turista e autóctone.	presente no apadrinhamento a distância para os estúdios das crianças da escolinha de Tia Percília e em projetos/colaborações com universidades européias e brasileiras.

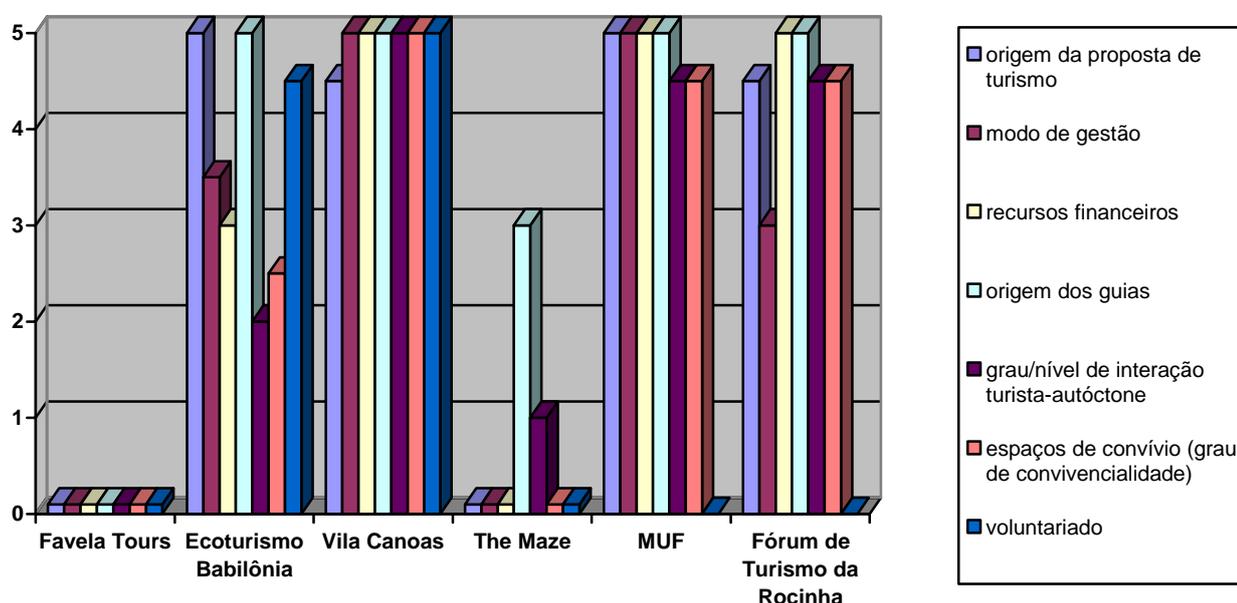
	Origem da proposta de turismo:	Modo de gestão:	Recursos financeiros:	Origem dos guias:	Grau/nível de interação turista-autóctone:	Espaços de convívio (grau de convivencialidade):	Voluntariado:
Caso 3: Vila Canoas e a Favela Receptiva	comunitária	coletivo, colaborativo e participativo, guiado por uma forte e carismática liderança comunitária. Usufruiu do apoio da Incubadora Gênesis (PUC-Rio) e da IA.	comunitários	comunitários	alto e livre/não controlado ()	presentes espaços não controlados de encontro e convívio, dentro e fora das casas dos anfitriões (o turista está livre de circular pelas ruas e nas praças da favela, se entreter com os moradores ou visitar a associação de moradores e as outras instituições presentes na comunidade; mas nas casas dos moradores há o maior momento de convívio e diálogo)	presente, estruturado e organizado nas associações e entidades sem fins lucrativos da comunidade.
Caso 4: The Maze Inn e Jazz na favela	individual	empresarial-individual	individuais-privados	o proprietário é um autóctone por adoção, morador da comunidade há mais de 20 anos, participou das lutas sociais e políticas internas e compartilha os problemas da comunidade, engajado	baixo e limitado a encontros casuais nas ruas da favela e, sobretudo, a relações comerciais com os donos de restaurantes e botecos da	não presente	não presente

				com a história local.	comunidade.		
	Origem da proposta de turismo:	Modo de gestão:	Recursos financeiros:	Origem dos guias:	Grau/nível de interação turista-autóctone:	Espaços de convívio (grau de convivencialidade):	Voluntariado:
Caso 5: O Museu de Favela – MUF	comunitária	coletivo, comunitário, horizontal, democrático dentro do grupo de lideranças e de moradores que participaram da proposta inicial (os sócios fundadores), prevista e desejada uma ampliação da iniciativa com progressiva inclusão de outros moradores da comunidade nas atividades e, também, na gestão.	comunitários	comunitários	na proposta livre, organizada, mas não conduzida	na proposta presentes espaços físicos de encontro, interação e convivência.	(* trata-se de proposta ainda não completamente ativa, portanto esse item não pode ainda ser analisado)
Caso 6: O Fórum de Turismo	lideranças comunitárias com apoio da SEBRAE-RJ	coletivo, horizontal e democrático	comunitários	na proposta devem ser comunitários, mas está prevista a possibilidade de colaborações com os guias externos fornecidos pelas	na proposta deve ser alto, livre e não conduzida	na proposta são previstos espaços físicos de encontro, interação e convivência.	(* trata-se de proposta ainda não completamente ativa, portanto esse item não pode ainda ser analisado)

da Rocinha				agências, aos quais o Fórum impõe, porém, a posse de um conhecimento profundo sobre a história e a cultura local, como pré-requisito para estar presente no território como guias turísticos			
-------------------	--	--	--	--	--	--	--

A tabela em baixo mostra, de forma resumida, a análise das seis iniciativas comunitárias, com base nos sete critérios propostos, que serão avaliados em uma escala de 0 a 5 onde ao valor 0 corresponde uma característica típica de uma experiência de “ver” e, portanto apresenta baixos níveis de dialogicidade, de participação da comunidade, de envolvimento do turista; ao contrario, ao valor 5 corresponde uma característica do “*com-viver*”.

Tabela 1. Análise dos casos de turismo comunitário em favela



Fonte: Elaboração dos autores

Com base nesta análise é possível, agora, sugerir uma tipologia das experiências comunitárias de turismo utilizando a ferramenta do *continuum*, proposta na primeira parte deste trabalho.

A seguir, propomos uma representação gráfica dessa tipologia, onde as seis iniciativas apresentadas e analisadas serão colocadas entre os extremos do “ver” e do “*com-viver*”.

CONCLUSÕES

Na apresentação declaramos que este trabalho pretendia aprofundar o conhecimento acadêmico sobre o fenômeno ainda pouco explorado do turismo comunitário em âmbito urbano, especialmente em favelas, e pensamos que o resultado desse esforço represente uma contribuição interessante nesse sentido.

Acreditamos que o trabalho conseguiu também traçar interessantes reflexões sobre as possibilidades de pensar um modelo de desenvolvimento *situado* na área específica do turismo.

Entre nossas “pretensões” havia também a possibilidade de operar uma re-significação do território favela em relação ao setor do turismo, com o objetivo de estimular a desconstrução de uma visão parcial sobre essa realidade e, mesmo que parcialmente, ensejar novas perguntas para a construção de uma visão mais complexa e diversificada em relação a “elaS”.

Mostramos que o fato de uma favela ser um destino turístico não representa necessariamente degradação ambiental, cultural e identitária. Pelo contrário, alguns dos casos apresentados nos mostram exatamente o contrário, ou seja, que o turismo, se “pensado” de uma determinada forma, pode servir de estímulo para a valorização sócio-econômica, e também cultural, de um território.

O caso da Favela Receptiva, por exemplo, nos mostra como o sentido comunitário e identitário pode ser estimulado e impulsionado por uma atividade turística onde o autóctone encontra seu espaço livre de expressão. Espaço no qual sua própria autoafirmação não significa cega autoreferencialidade, mas, ao contrário, enriquecimento mútuo e ampliação dos horizontes do saber. O caso das atividades da CoopBabilônia, do outro lado, nos mostra como a consciência ambiental pode se juntar com ações de solidariedade internacional, construindo laços humanos estáveis.

Outras experiências nos ajudaram, em particular, na reflexão sobre o aspecto econômico do turismo, entendido como projeto de desenvolvimento local, mostrando que é possível pensar a atividade turística de forma integrada ao território, como no caso do MUF.

Nesse caso as vielas da favela e as redes de relações e atividades nelas sediadas se tornam o cenário e o ponto de partida para a proposta autóctone de passeios turísticos. Ao mesmo tempo, esses casos nos mostram que existem maneiras através das quais a atividade turística pode ser um ulterior fator de integração e consolidação de um determinado território, como no caso da proposta do Fórum de Turismo da Rocinha. Nesse caso o turismo se apresenta como um instrumento -e não um fim- por meio do qual é possível experimentar formas de integração e de crescimento para a localidade, pensada em sua inteireza de *sítio simbólico de pertencimento*, contra as “invasões” que não respeitam sua singularidade e seu direito de construir seu próprio caminho.

Esses exemplos nos fazem refletir sobre as ligações entre turismo e desenvolvimento local. De fato, enquanto mostram as potencialidades do turismo em termos de desenvolvimento material de uma comunidade, ao mesmo tempo, nos alertam sobre o risco que o turismo seja entendido como uma panacéia para todos os males econômicos de um lugar. Mas, sobretudo, nos advertem que para ser realmente benéfico e construtivo para um território, o turismo não pode ser um projeto desenhado fora e apenas automaticamente aplicado dentro de uma comunidade. Nesse sentido foram mostradas as limitações do pensamento uniformizante que impera, por exemplo, nos projetos de turismo dos *favelas tours* na Rocinha.

Esses exemplos frisam mais uma vez que qualquer projeto de turismo, assim como o modelo de desenvolvimento que o guia, não pode ser entendido como neutro, único, e por isso como uma solução que pode ser aplicada de forma idêntica para todas as realidades.

Baseando nossas reflexões na teoria dos sítios simbólicos de pertencimento de Zaoual, vimos como a unicidade do projeto de desenvolvimento local por meio do turismo, deve ser enraizado e construído a partir do território, em outras palavras, deve ser “pensado” a partir do território.

Nossa preferência para o verbo “pensar” deriva de sua referência a uma clara consciência, a uma intencionalidade, que o projeto de turismo deve ter relativamente a seu aspecto de territorialidade. Em outras palavras, os projetos de turismo “situado”, como vimos, nascem com a consciência de ser tais e, sobretudo, normalmente, são assumido como tais pelos *homos situs*.

O caso do MUF, por exemplo, nos mostra claramente como o turismo possa representar, de forma construtiva e colaborativa e não destrutiva ou invasora, uma alternativa econômica autorganizada para a favela. Aqui o *situs* foi entendido como referência básica para os projetos de desenvolvimento local e os *homos situs* foram quem construiu e dirigiu o olhar turístico sobre aquela realidade.

Essas reflexões, estimuladas pela observação das iniciativas, remetem à possibilidade de pensar um “outro” turismo ou, em outras palavras, *pensar de outra forma* o turismo.

Isso quer dizer que o turismo pode ser um recurso importante a ser “desfrutado” pela comunidade, que corre, porém, o risco de ser “instrumentalizada” por ele se não souber utilizá-lo. Esse é o desafio que enfrentam as experiências inovadoras, como a do MUF.

Pensar de outra forma o turismo, por exemplo, significa entendê-lo como meio e não apenas como fim. Utilizá-lo, como na proposta do Fórum da Rocinha, como meio para contrastar a fragmentação interna criada, em parte, próprio por aquele turismo “de zoológico”, estrangeiro e invasor, e tentar aumentar a integração da comunidade e, também, a própria representatividade no projeto turístico na medida em que aumentam as visitas e, potencialmente os negócios.

Pensar de outra forma o turismo, significa, então, baseá-lo em outros valores e outros pressupostos.

O primeiro capítulo abre-se e fecha-se com uma pergunta: será que estamos assistindo ao surgimento de uma *nova cultura* no turismo?

Essa pergunta representa o *leitmotiv* de toda a primeira parte do trabalho, desdobrando-se em outras perguntas e abrindo para novas reflexões e aprofundamentos.

Em particular, notamos como algo de novo está de fato acontecendo no turismo contemporâneo, no qual registramos respostas a novas demandas e novos protagonistas. A questão passa a ser se as mudanças observadas têm a ver com “novos” valores.

Claramente essa novidade seria, de qualquer forma, relativa. Os valores dos quais estamos falando, de fato, não são novidade para o ser humano, mas talvez o sejam para o setor do turismo, especialmente aquele denominado de “turismo de massa”.

Vimos também que esses valores não podem ser simplesmente identificados através da utilização de uma ‘etiqueta’, como por exemplo, a de ‘Turismo Alternativo’.

Como já foi amplamente colocado no texto, o que nos interessa, mais que criar estereótipos ou novas etiquetas, é refletir sobre *os processos* em ato no turismo contemporâneo. A esse respeito, destacamos algumas tendências atuais, que consideramos coerentes com a possibilidade de pensar de outra forma o turismo.

Estamos falando de um lado, do surgimento de um protagonismo das populações autóctones e, de outro, de uma maior responsabilidade dos turistas, mais conscientes de suas ações e mais atentos e respeitosos do “outro”.

Nosso trabalho concentrou-se apenas na análise na primeira dessas duas tendências, o protagonismo dos autóctones no turismo, ou melhor, da assunção, por parte da comunidade, ou de um seu grupo, de um papel ativo no próprio desenvolvimento, limitando-se a registrar a consolidação de uma atitude mais responsável e mais conscientes nos turistas estrangeiros.

Não queremos aprofundar ulteriormente as causas deste aspecto neste contexto, mas imaginamos que essas tendências representem uma resposta aos extremos desequilíbrios provocados pelas dinâmicas e o funcionamento do turismo “de massa”, em termos de alienação cultural, distância e afastamento humano e social no turismo.

A observação e a análise dos casos concretos estimulou, porém, uma reflexão quanto à relação existente entre essas tendências. Acreditamos, de fato, que as duas tendências sejam, de certa forma, complementares e, sobretudo, que estimulem uma à outra. De fato, suponhamos que a existência de uma demanda por contato cultural e vivência do estilo de vida dos autóctones tenda a estimular o surgimento de iniciativas comunitárias exógenas, enquanto uma autovalorização histórico-cultural dos autóctones imponha mais respeito e responsabilidade aos turistas.

Isso evidencia, de um lado, a importância de uma análise comparada dos dois processos e a necessidade de levar em consideração essa influência recíproca no momento de pensar um projeto de desenvolvimento local “situado” e baseado em outros valores.

Mesmo admitindo o grande interesse que esse tema e seus desdobramentos estimulam nos autores, deixamos, porém, o aprofundamento dessas questões a futuros estudos e pesquisas.

Voltando às nossas reflexões sobre uma “nova” cultura no turismo, podemos facilmente evidenciar que todas as experiências de turismo que foram positivas para as comunidades, em termos simbólicos e materiais, têm algo em comum: o fato de ter colocado no centro o *homem* e sua *cultura*, mas, principalmente, suas *relações*, com os outros homens de sua comunidade e com o próprio território –material e simbólico.

Entre as experiências de turismo nas favelas cariocas, porém, existem também experiências que nos mostram a ausência da comunidade, um desconhecimento mútuo entre o turista e a comunidade que provoca um distanciamento/afastamento entre os atores e aprofundamento, ou ao menos uma confirmação dos preconceitos e do desentendimento recíproco, como nos casos dos *favelas tours* na Rocinha ou do *The Maze* na Tavares Bastos.

Isso demonstra, a nosso ver, que para que a atividade turística possa ser “outra” é fundamental que esse movimento de estímulo e valorização inclua as relações com os turistas. Baseando-nos na contraposição buberiana entre experiências monológicas e experiências dialógicas, podemos observar que o diálogo entre culturas pode significar crescimento material e simbólico e desenvolvimento social e cultural, para ambos os atores envolvidos, apenas se estes se assumirem como sujeito-objeto da atividade, protagonistas ativos do processo turístico. Porque, mesmo que o turismo seja espetáculo e os turistas em suas próprias viagens sempre procurem pelo exótico “outro”, a favela - assim como outros territórios- pode ser o lugar do encontro de diversidades, o lugar da troca de saberes e de experiências vividas.

Dessa perspectiva, a análise das iniciativas confirma o surgimento de novos valores no turismo que apontam para a valorização e o aprofundamento das relações diretas e abertas entre os dois sujeitos ativos do intercâmbio, representando, ao mesmo tempo, uma mudança qualitativa e um substancial retorno do homem e da cultura na atividade turística.

Se o turismo de base comunitária e o turismo responsável podem ser interpretados como respostas aos desequilíbrios humanos e culturais do “turismo de massa”, então, eles

podem, também, ser vistos como representantes de uma nova cultura no turismo, onde a relação torna-se um valor em si.

E se a relação torna-se um valor a troca representaria um símbolo desse valor. De fato, a análise das iniciativas nos mostrou, entre as outras coisas, que a presença de ações de voluntariado é um indicador do nível dialogal da experiência turística. A vontade do turista de retribuir com ações de voluntariado a comunidade que o hospedou, carrega em si um grande valor simbólico, pois demonstra que a experiência foi além de uma relação comercial, na qual simplesmente se paga por um serviço oferecido. Acreditamos que a observação desse aspecto também deveria ser levado em consideração ao analisar uma determinada experiência turística, porque representa, em nossa perspectiva, uma chave de leitura interessante.

Este trabalho mostra que o turismo pode ser um importante momento de encontro e diálogo intercultural, seja entre culturas distantes, seja entre culturas aparentemente próximas.

Nossa análise evidenciou, como já destacamos, a importância de “pensar” de outra forma o turismo. Dato que é a forma segundo a qual o turismo é pensado que influencia o tipo de relação entre turista e autóctone, ao analisar uma determinada experiência de turismo faz-se necessário perguntar-se antes de tudo *como* foi pensado o turismo, naquele caso, ou seja, “qual” foi o modelo de turismo que inspirou o projeto. Mas, mais importante ainda, *por quem* foi pensado, *para quem* e *para que*.

Vimos como um projeto de turismo comunitário que represente uma experiência dialogal deve ser inspirado em outros valores e baseado em outros pressupostos. Ter consciência disso, para a comunidade significa ter a possibilidade de criar uma proposta de turismo que seja eficaz, mas, sobretudo, sustentável do ponto de vista econômico, mas também humano.

Vimos como uma proposta de turismo “situado” deva ser uma proposta dialógica, na qual se vivencie aquela “reciprocidade viva” entre seres humanos, mas isso, normalmente não acontece automaticamente e espontaneamente, mesmo tendo observado casos que se aproximaram desse tipo de experiência sem tê-la planejadas antes.

Mas, se quisesse sugerir a casos incipientes de turismo comunitário um caminho para estimular essa “reciprocidade viva”, primeiro passo deveria ser o de criar as condições para que esse tipo de relação possa acontecer e ser vivenciada livremente.

A análise comparativa dos casos nos mostrou como um alto grau de interação entre turista e autóctone, normalmente, está associado à existência de espaços de convívio, como no caso da Favela Receptiva de Vila Canoas. E mesmo nos casos onde não existem obstáculos a essa interação e onde não há a presença controladora dos guias, como no caso dos passeios organizados pela CoopBabilônia, esse nível de interação permanece baixo, em nossa opinião, justamente por não ter “pensado” antes em “criar” e reservar momentos e espaços específicos para isso.

Esses exemplos indicam, portanto, que para ter um alto nível de interação entre o turista e o autóctone, é necessário, também, “pensar” em espaços de convivência não controlados nem pré-formatados, onde as relações possam fluir espontaneamente e o encontro entre pessoas possa simplesmente *acontecer*.

Concluindo, acreditamos que o turismo possa ser um momento de aprendizagem e conhecimento mútuo, mas para isso acontecer, devem-se mudar as referências. Sair de uma lógica mercantil, entrar na lógica da solidariedade e da troca, criar possibilidades concretas para que o encontro *aconteça* e para que o diálogo de sentidos entre os visitantes e os visitados (ZAOUAL), dentro da atividade turística, encontre um espaço não formalizado e nem fixo para se expressar.

Gostamos de olhar para a viagem como a grande metáfora do turismo. Viagem que indica um deslocamento e, mesmo quando o deslocamento espacial não é tão evidente, o deslocamento cultural está presente porque, como vimos com Van Der Bergue (1994) e MacCannell (1976), por exemplo, quem faz turismo, no fundo procura o exótico, o diferente. Mas, mesmo que seja sempre uma forma de relação étnica, nada nos impede de falar em experiência dialógica. Ou seja, mesmo comportando um deslocamento, acreditamos que viagem não signifique sempre distância, mas possa até significar (re)aproximação e diálogo. Concordamos com Somoza quando ele afirma que pode existir uma forma de viajar que não seja “considerada como um ‘consumo’, mas antes crescimento cultural, político e humano” (SOMOZA, 2007, p.66).

A viagem pode, sim, favorecer esse diálogo de sentidos entre visitado e visitante, assim como a experiência turística pode significar aproximação e troca, e isso testemunha que é possível experimentar outras formas de viagem.

Por isso, *nós* turistas temos que reaprender a viajar. A viagem precisa voltar a significar a possibilidade do encontro com o desconhecido, com o “outro” que há em nós.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, S. M., 2003, “Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica”. In: Banducci, A., Barretto, M. (orgs.), 2001, *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 3ª ed. Campinas, SP, Papirus, pp.49-64.
- AUGÉ, Marc, 1992, *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. 6ª ed. Campinas, SP, Papirus.
- BANDUCCI, A., 2003, “Turismo e antropologia no Brasil: um estudo preliminar”. In: Banducci, A.; Barretto, M. (orgs.), 2001, *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 3ª ed. Campinas, SP, Papirus, pp. 21-48.
- BANDUCCI JR., A., BARRETTO, M. (org.), 2001, *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 3ª ed. Campinas, SP, Papirus.
- BARRETTO, M., 2003, “O imprescindível aporte das ciencias sociais para o planejamento e a compreensão do turismo”, *Horizontes Antropológicos*, ano 9, n.20 (outubro), pp. 15-29.
- _____, 2004, “Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sócio antropológicos”, *Turismo em análise*, vol.15, n.2 (novembro), pp. 133-149.
- BARTHOLO, R., 2001, *Você e Eu: Martin Buber*, presença palavra. Rio de Janeiro, Garamond.
- _____, 2009, “Sobre o sentido de proximidade: implicações para o turismo situado de base comunitária”. In: Bartholo, R., Sansolo, D., Bursztyn, I. (orgs.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 45-54.

- BARTHOLO, R., DELAMARO, M., BADIN, L. (orgs.), 2005, *Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Garamond, 2005.
- BAUMAN, Z., 2003, *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.
- _____, 2005, *Identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.
- BOORSTIN, D. J., 1964, *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York, First Vintagebooks Edition.
- BUBER, M., 1982 *Do diálogo e do dialógico*. São Paulo, Perspectiva.
- _____, 1987 *Sobre comunidade*. São Paulo, Perspectiva.
- BURNS, P. M., 2002, *Turismo e Antropologia*. São Paulo, Chronos.
- BURSZTYN, I., DELAMARO, L.S., SAVIOLO, S., 2003, “Benchmarking: Prainha do Canto Verde”, *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 3, n. 3, pp. 18-32.
<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>
- BURSZTYN, I., BARTHOLO, R., DELAMARO, M., 2009, “Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil”. In: Bartholo, R.; Sansolo, D.; Bursztyn, I. (orgs.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 76-91.
- BUTLER, R. W., 1990, “Alternative tourism: pious hope or Trojan horse?”, *Journal of Travel Research* 28(3), pp. 40-45.
- CARLOS, A F. A., 1996, *O Lugar no/do Mundo*. São Paulo. Hucitec.

- COCCO, G., 2006, “Mobilizar os territórios produtivos: para além do capital social, a constituição do comum”. In: Silva, G., Cocco, G. (org.), *Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local*. Rio de Janeiro, DP&A. pp. 171-200.
- COHEN, E., 1974, “Who is a tourist? A conceptual clarification”, *Sociological Review*, n. 22, pp. 527-555.
- CORIOLOANO, L. N. M. T.; LIMA, L. C. (orgs.), 2003, *Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental*. Fortaleza, Eduece.
- CORIOLOANO, L. N. M. T, 2003, “O ecoturismo e os hóspedes da natureza”. In: Coriolano, L. N. M. T.; Lima, L. C. (orgs.), *Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental*. Fortaleza, Eduece, pp. 113-131.
- DAVIDSON, R., 1992, *Tourism in Europe*. Londres, Pitman Publishing.
- D´AVILA, M. I. N., PEDRO, R. (orgs.), 2003, *Tecendo o desenvolvimento: saberes, gênero ecologia social*. Rio de Janeiro, Bapera.
- DELAMARO, M. C., TOMASELLA JR, S., BRITO, R. M., GASPAR, T. A., 2007, “A dinâmica das políticas públicas do setor de turismo nos municípios do Cone Leste Paulista: reflexões sobre a dimensão político-institucional da sustentabilidade”, *Caderno Virtual de Turismo*, v. 7, p. 104-116.
<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>
- FENNELL, David A., 2002, *Ecoturismo: uma introdução*. São Paulo, Contexto.
- FEIFER, Maxine. *Going places*. London: Macmillan, 1985

FONSECA, D., 2004, “Discutindo Os Termos De Uma Equação De Congruência: Cultura E Desenvolvimento Sustentável”. *Seminário Internacional Política de Habitação popular e Trabalho Social*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil (6 de abril de 2004).

FRATUCCI, A. C., 2000, “Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico”, *GEOgraphia*, Ano.II, n.4, pp.121-133.

FRATUCCI, A. C., 2005, “Participação comunitária na gestão do turismo nos municípios do Estado do Rio de Janeiro: Análise do processo do PNMT”. In: Bartholo, R., Delamaro, M., Badin, L. (orgs.), 2005, *Turismo e sustentabilidade no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Garamond,. 348 p. pt. III, pp. 246-266.

FREIRE-MEDEIROS, B., 2005, *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

_____, 2006, “A construção da Favela Carioca como destino turístico”. Palestra proferida no CPDOC em 22/03/2006.

_____, 2007 “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, pp.61-72.

_____, 2009, *Gringo na laje: produção, circulação e consumo da favela turística*. Rio de Janeiro, Editora FGV.

GIDDENS, A., 1991, *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, Editora UNESP. Trad. Raul Fiker.

_____, 2002, *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. Trad. Plínio Dentzien.

- GRÜNEWALD, R., 2003, “Turismo e etnicidade”, *Horizontes Antropológicos*, ano 9, n. 20 (outubro), pp. 141-159.
- HALL, S., 2003, *A identidade cultural na pós-modernidade*. 8ª ed. Rio de Janeiro, DP&A. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro.
- ILLICH, Ivan, 1976, *A convivencialidade*. Lisboa, Publicações Europa-américa. Trad. Arsênio Mota.
- IRVING, M. A., 2003, “Turismo como instrumento para desenvolvimento local: entre a potencialidade e a utopia”. In: D’Avila, M. I. N., Pedro, R. (orgs.), 2003, *Tecendo o desenvolvimento: saberes, gênero ecologia social*. Rio de Janeiro, Bapera. pp. 167-184.
- _____, 2009, “Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível?”. In: Bartholo, R.; Sansolo, D.; Bursztyn, I. (orgs.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 108-121.
- IRVING, M. A., BURSZTYN, I., SANCHO, A., MELO, G., 2005, “Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico”, *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 5, n. 4, pp. 1-7. <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>
- KRIPPENDORF, Jost, 1989, *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- LANGENBACH, M., 2008, *Além do apenas funcional inovação social e design de serviços na realidade brasileira*, Dissertação de M. Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

- LANGENBACH, M., SPAMPINATO, E., 2008, "Social Innovation and Service Design of community-based tourism. The case of Prainha do Canto Verde, in the State of Ceará (Brazil)", *Changing the Change International Conference on the role and potential do design research in the transition toward sustainability*, Turin, Italy (10-12 de Julho de 2008).
- LIMA, R. P., 2005, *Contribuições para repensar o desenvolvimento humano: conceituação, indicadores e especificidades*, Dissertação de M. Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- LOMNITZ, L. A., 2002, *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana*. 2ª ed., México, FLACSO, Ed. Porrúa.
- _____, 2006, *Lo formal y lo informal en las sociedades contemporáneas*. Centro de Investigaciones Diego Barros Arana
- LUCHIARI, M. T. D. P., 1999, "Urbanização turística. Um novo nexos entre o lugar e o mundo". In: Lima, L. C. (org.), *Da cidade ao campo: A diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza: FUNECE. pp. 15-29.
- MACCANNELL, D., 1976, *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York, Schocken Book Inc.
- MACHADO, D. S., 2007, *Turismo de Favela e Desenvolvimento Sustentável. Um estudo do Turismo de Favela no bairro de Vila Canoas, zona sul do Rio de Janeiro*, Dissertação M.Sc., PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- MASINI, Fabio. "Bed and Breakfast in Italia: dall'emergenza alla politica turistica" In: *Turistica*, Ano X, nº 1-2, Jan/fev 2001, Firenze: Mercury S.r.l.

- MENDONÇA, T. C. M., IRVING, M. A., 2004, “Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turísticos no Brasil - Prainha do Canto Verde, Beberibe (CE)”, *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 4, n. 4, pp. 12-22. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>. Acesso em: 5 de fevereiro de 2009.
- MENEZES, P. V., 2007, “Imagens da favela: as representações que os turistas constroem a partir de tours pela Rocinha” (Apresentação de Trabalho/Congresso).
- _____, 2008a. “Objeto e sujeito da fotografia: gringos e câmeras na favela da Rocinha”. *Cadernos de Antropologia e Imagem* (UERJ) (Artigo aceito para publicação).
- _____, 2008b. “Quando a favela se torna museu: reflexões sobre os processos de patrimonialização e construção de uma favela carioca como destino turístico”. V *Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, Caxias do Sul, RS, Brasil (27-28 de junho de 2008).
- MESQUITA, W. S., 2006, “Crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável no turismo”, *Caderno Virtual de Turismo*, Vol. 6, n. 3, pp. 81-89. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>. Acesso em: 23 de março de 2009.
- MOLINA, S., 2003, *O pós-turismo*. 2ª ed. São Paulo, Aleph. Trad. Roberto Sperling.
- MORIN, E., 2008, *Saberes Globais e Saberes Locais: o olhar transdisciplinar*. Rio de Janeiro, Garamond.
- PANHUYS, H., 2006, *Do desenvolvimento global aos sítios locais: uma crítica metodológica à globalização*. Rio de Janeiro, E-papers. Trad. Michel Thiollent.

- PIMENTEL, A., 2007, *Hospedagem domiciliar na cidade do Rio de Janeiro: o espaço de encontro entre turistas e anfitriões*, Dissertação de M.Sc., EICOS/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- PRATT, M. L., 1992, *Imperial eyes*. London/New York: Routledge
- PRETECEILLE, E., VALLADARES, L., 2000, “Favela, Favelas: unidade ou diversidade da favela carioca”. In: Ribeiro, L. C. Q. (org.), *O futuro das metrópoles: desigualdades e governabilidade*, Rio de Janeiro, FASE, pp. 375-403.
- RIBEIRO, A. C. T., 2005a “Outros territórios, outros mapas”, *OSAL*, ano VI, n. 16, (enero-abril), pp. 263-272.
- _____, 2005b, “O desenvolvimento local e a arte de ‘resolver’ a vida”. In: Lianza, S.; Addor, F. (orgs.), *Tecnologia e desenvolvimento social e solidário*, Porto Alegre, Editora da UFRGS, pp.109-120.
- RITZER, G., LISKA, A., 2002, “Mc Disneyization and post tourism: Complementary perspectives on contemporary tourism”. In: Rojek, C., Urry, J. (orgs.), *Touring cultures. Transformation of travel and theory*, London/New York, Routledge.
- ROCHA, S., 2003, O turismo na Prainha do Canto Verde (CE): Comunidade e sustentabilidade. MSc., Engenharia de Produção. COPPE/UFRJ Rio de Janeiro.
- ROCHA BRITO, B., 2004, *Turismo ecológico: uma via para o desenvolvimento sustentável em são tomé e príncipe*. Tese de D.Sc. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, Portugal.
- RODRIGUES, A. A. B., 1997, *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: HUCITEC.

- SACHS, I., 2004, *Desenvolvimento incluyente, sustentável sustentado*. Rio de Janeiro, Garamond. Pref. Celso Furtado.
- SAMPAIO, C. A. C., 2005, *Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário*. Santa Cruz do Sul, Edunisc.
- SANSOLO, D., BURSZTYN, I., 2009, “Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro”. In: Bartholo, R.; Sansolo, D.; Bursztyn, I. (orgs.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 142-161.
- SANSOLO, D., 2009, “Centralismo e participação na proteção da natureza e desenvolvimento do turismo no Brasil”. In: Bartholo, R.; Sansolo, D.; Bursztyn, I. (orgs.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 122-141.
- SANTOS, M., 1994, *Técnica espaço tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*.
- _____, 1996, *A natureza do espaço. Tempo e técnica. Razão e emoção*. São Paulo, Hucitec.
- _____, 1999, “O território e o Saber Local: algumas categorias de análise”, *Caderno IPPUR*, XIII, n. 2, pp. 15-26.
- _____, 2008a, *Da Totalidade ao Lugar*. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo.
- _____, 2008b, *Por uma outra globalização*. 17ª ed. Rio de Janeiro, Record.

- SCHEYVENES, R., 1999, "Case study: Ecotourism and empowerment of local communities", *Tourism Management*, v.20, pp. 245-249.
- SEBRAE-RJ, 2008 *Estudo sobre as potencialidades turísticas da Rocinha*. Realização IDEIAS. Rio de Janeiro.
- SEN, A., 1987, *On Ethics and Economics*, Oxford, Basil Blackwell.
- _____, 1999, *Development as Freedom*. Oxford, Oxford University Press.
- SILVA, G.; COCCO, G. (orgs.), 2006, *Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local*. Rio de Janeiro, DP&A.
- SILVEIRA, C. B. M., 2006, "Etnografia de turistas em Resort – Cotidianidade e Rupturas na Contemporaneidade", *IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, Caxias do Sul, RS, Brasil (7-8 de julho de 2006).
- SOMOZA, A., 2007, "Por um turismo responsável e solidário: a experiência italiana", *@local.global*, n. 4, pp. 65-68.
- SOUZA, V. S. F., SAMPAIO, C. A. C., 2006, "Em busca de uma racionalidade convergente ao ecodesenvolvimento: um estudo exploratório de projetos de turismo sustentável e de responsabilidade social empresarial", *RPA*, 40(3) (maio/junho), pp.411-425.
- STEIL, C. A., 2002, "O turismo como objeto de estudo no campo das ciências Sociais". In: Riedl, M., Almeida, J., Vianna, A., *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, pp. 51-80.
- TALAVERA, A. S., 2003, "Turismo cultural, culturas turísticas". *Horizontes Antropológicos*, ano 9, n. 20 (outubro), pp.31-57.

- TAYRA, F., 2003, *Sobre a compatibilidade entre Economia e Ecologia: Cultura, Técnica e Natureza na Gênese da crise ambiental*, Tese D.Sc., PUC-SP, São Paulo, SP, Brasil.
- URANI, A., SILVA, G., COCCO, G., GIURISATTI, P., 2006, “Territórios produtivos e desenvolvimento local: um desafio para o Brasil”. In: Silva, G., Cocco, G. (org.), *Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local*. Rio de Janeiro, DP&A. pp. 235-240.
- URRY, J., 2001, *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3ª ed. São Paulo, Studio Nobel.
- VALLADARES, L.P., 2000, “A gênese da favela carioca. A produção anterior às ciências sociais”, *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.15, n. 4 (outubro), pp. 6-33.
- _____, 2005, *A invenção da favela: do mito de origem a favela.com*. Rio de Janeiro, Editora FGV.
- VAN DER BERGUE, P., 1994, *The Quest for the other: ethnich tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle/Londres: University of Washington Press.
- VARANDA, A. P. M., 2009, “Espaço e trabalho autogestionário nas periferias das grandes cidades”. In: Bocayuva, P. C. C.; Varanda, A. P. M. (orgs.), *Tecnologia social, economia solidária e políticas públicas*, p.III(3), Rio de Janeiro, FASE, IPPUR, UFRJ, pp. 143-166.
- VITULE, M. L., 2003, *Guia de Viagem - cultura e mundo contemporâneo*. São Paulo, Ed. Unimarco.
- ZALUAR, A., 2006, *Um século de favela*. 5ª ed. Rio de Janeiro, Editora FGV.

ZAOUAL, H., 2006, *Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global*. Rio de Janeiro, DP&A, Consulado da França, COPPE/UFRJ. Trad. Michel Thiollent.

_____, 2008, “Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transações?”, *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 8, n. 2, pp. 1-14.

_____, 2009, “Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?”. In: Bartholo, Roberto; Sansolo, Davis; Bursztyn, Ivan (org.), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro, Letras e imagem, pp. 55-75.

WWF International, 2001, *Guidelines for community-based ecotourism development*.

REFERÊNCIAS DE WEB-SITES

Be a Local	www.bealocal.com
CoopBabilônia	www.coopbabilonia.com.br coopbabilonia.blogspot.com
Favela Receptiva	www.favelareceptiva.com
<i>The Maze Inn</i>	www.jazzrio.com
MUF	www.museufavela.com.br
Fórum de Turismo da Rocinha	turismorocinha.blogspot.com