

4

As Primeiras Inquietações no Campo

Ir a uma favela carioca, sozinha e pela primeira vez, para alguém de outro Estado do país e da classe média tradicional brasileira, é motivo de inquietação, em especial por não saber exatamente o que é uma favela, a não ser pelas exposições que frequentemente esse espaço ocupa na imprensa e na televisão. Receios semelhantes a esse são relatados em pesquisas cujo foco central é o turista (MKONOS, 2016), associando à visita a sensação de ansiedade e dúvidas, características de um estado de baixo poder (SHAKEELA; WEAVER, 2012).

É provável que a maioria de nós tenha crescido ouvindo e repetindo frases que caracterizam a favela como lugar perigoso, do qual deve-se manter distância - ver (BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013; FRENZEL, 2014; NUISSL, HEINRICHS, 2013, BURGOLD; ROLFES, 2013).

Para mim, isso ficou bastante evidente à medida que me aproximava, teoricamente, do tema favela. Eu tentava administrar não só o conhecimento a respeito, mas minhas próprias inquietações sobre como chegar e permanecer em uma favela, ambiente absolutamente desconhecido para mim.

Perguntas do tipo como me comportar, sobre o que falar, o que levar, como fazer para transparecer normalidade diante de algo que poderia ser tão inusitado, são apenas algumas das questões que estiveram comigo durante semanas, em conformidade com as observações de Castilhos e Rossi (2009) e de Meschkank (2011) e Burgold, Frenzel e Rolfes (2013) quando retratam preocupações de turistas *pré-tour*.

Comentários de pessoas que questionavam minha aparência física, tipo de roupa, modo de falar e de me comportar agravavam minha inquietação. Hoje percebo que falavam como se eu e os moradores de uma favela fôssemos incomunicáveis e, naturalmente, fôssemos nos negar ou dificultar a presença um do outro no mesmo ambiente. Ainda assim, é compreensível, em parte, visto todas as crenças e os estereótipos com os quais nos acostumamos a referir à favela.

Ouvia, com muita frequência, exclamações de surpresa e de desaprovação quando anunciava meu tema de pesquisa. O principal argumento era o medo da violência,

confirmando o que Brum (2011) afirma a respeito da nova roupagem do estigma das favelas, a partir dos anos 80, centrado na violência.

Fui tendo ainda mais clareza do quanto a incompreensão acerca do tema favela encontra-se presente em nossa sociedade, gerando frágil conhecimento, reforço de estereótipos e, paradoxalmente, repulsa por um lado e atração por outro. Repulsa pela falta de segurança, de infraestrutura e de recursos básicos. Atração pelo diferente, inusitado, exótico. Por meio disso, não só o espaço, mas seus moradores (UN HABITAT, 2003), vão sendo qualificados (ou desqualificados) de acordo com o julgamento de cada um. Os localizados nas categorias mais inferiores da hierarquia social são vistos como desprovidos de poder, uma vez que é tendência dos localizados em classes sociais mais elevadas considerar assim os pertencentes a classes inferiores (DUBOIS; RUCKER; GALINSKY, 2015).

Isso são alguns apontamentos que podem ajudar a compreender o quanto o turismo de favela é ainda mais inusitado e polêmico do que a favela em si. Enquanto uns fogem daquele ambiente, outros optam por visitá-lo como um espaço de consumo, lazer, turismo e cultura. Entende-se porque estudos capazes de explicar as várias relações derivadas do turismo de favela são apontados como carentes de resposta (FRENZEL et al, 2015; FRENZEL, KOENS, 2012).

Todas as expressões de espanto e surpresa aqui mencionadas foram feitas por indivíduos pertencentes a classe social e econômica distante da que habita as favelas, reforçando a importância da reflexividade (MKONOS, 2016) que pode ser causada pelo turismo de favela e na possibilidade de estabelecer um senso crítico referente ao estigma associado à favela e a seus moradores.

O contato semanal com um grupo de estudos sobre consumidores de baixa renda foi uma forma de me aproximar da favela, pois alguns participantes do grupo, estudantes de mestrado, são moradores de favelas, com suas histórias e conquistas que não eram marcadas, necessariamente, pelos pré conceitos iniciais que vem ao pensamento comum quando se fala desse ambiente e do seu morador.

Ao fazer perguntas aos membros do grupo a respeito do preparo para ir a campo, recebi como principal recomendação “não vá sozinha, e sim com um guia, é mais seguro”. É relevante destacar que essa recomendação, vinda de pessoas acostumadas ao dia a dia da favela, além de reforçar o estado psicológico de baixo poder do visitante, acompanha uma tendência internacional, “devido às associações

de perigo, ainda é incomum turistas visitarem as favelas como um viajante independente” (FRENZEL et al, 2015, p.243).

4.1

Conhecendo a favela da Rocinha

Um guia-morador foi selecionado na Rocinha. Estabeleceu-se como ponto de encontro a Praça General Osório, em Ipanema. Após tantas alertas sobre os supostos perigos da favela, senti-me insegura ainda na praça, enquanto esperava pelo guia que estava atrasado e com quem não conseguia contato telefônico. Importante relembrar que a teoria sobre poder diz respeito a gatilhos que conduzem o indivíduo a uma sensação de alto ou de baixo poder (RUCKER, DUBOIS, GALINSKY, 2011) – a espera em um ambiente desconhecido, e sem conseguir contato com o guia, foi um desses gatilhos.

Acostumada ao turismo tradicional, acreditei haver uma *van* destinada à condução até a Rocinha, mas, ao contrário, o trajeto foi feito em ônibus urbano. Saltou à minha mente o fato de que essa é a proposta do turismo de favela: inserir o turista em um *reality tour* de interação com o modo de vida da comunidade visitada (BURGOLD, ROLFES, 2013; ROLFES, 2010; FREIRE-MEDEIROS, 2007b).

Após pouco tempo, o guia disse “*aqui já estamos entrando na Rocinha*”. Eu me encontrava em uma rua larga, com casas de um a três andares, com comércio intenso, muitas pessoas e motos, ônibus e carros circulando, e crianças uniformizadas. Naquele instante, a favela não parecia tão exótica ou incomum (JONES; SANYAL, 2013) e nem tão insegura (BRUM, 2011).

O primeiro local visitado foi o posto de saúde, na Estrada da Gávea que corta a favela. Não me senti confortável em entrar em um ambiente como este e ficar olhando parte das pessoas trabalharem, outra parte esperando para ser atendida pelo serviço de saúde público, enquanto o guia explicava aquele espaço em torno de números, especializações e horários. Claramente entendi os receios que os turistas apontam em serem tomados como *voyeurs*, situação de desconforto tal que resvala sobre seu comportamento, pois teme-se ser mal interpretado (MKONOS, 2016; BURGOLD, FRENZEL; ROLFES, 2013). Esse estado gera embaraço, culpa e vergonha, externalizando o estado psicológico de baixo poder (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003) em que me encontrava naquele ambiente nada familiar para mim.

Pessoas e seu modo de vida são o principal produto com o qual um turista se depara durante um *tour* na favela. Bauman, em entrevista a Franklin (2003), e outros estudiosos falam sobre isso: a espetacularização da vida e de seus protagonistas, por consequência “preocupações éticas continuam a ser um tópico perfeito também nas discussões acadêmicas” (FRENZEL; KOENS, 2012, p.03).

É a situações como essa - espetacularização da vida e de seus protagonistas - que a literatura se refere ao caracterizar o turismo de favela como um possível safári ou um zoológico de gente. Afinal, qual o propósito do turismo de favela? Ver como vivem os pobres e partir (MEKAWY, 2012) ou gerar inclusão e benefícios à população a partir das visitas (RODRIGUES, 2014)? Para além disso, qual o impacto desse tipo de consumo no dia a dia da comunidade receptora?

Apesar de questionamentos assim serem presentes na literatura, ao cruzar com algum morador, conhecido do guia, ele sempre repetia a mesma frase, após os cumprimentos comuns: *“trouxe a Anne para conhecer nossa comunidade”* (Célio, guia-morador). Isso se repetiu ao longo de toda a etapa de observação realizada junto a esse guia. Um breve cumprimento era trocado entre eu e o morador, sem aparentemente nenhuma interrogação ou incômodo com minha presença, fazendo lembrar da frase de Eduardo, proprietário de agência e guia externo que entrevistei na primeira fase de entrevistas, pioneiro em conduzir turistas até a Rocinha, em entrevista concedida em outubro de 2015:

Mas é claro que no começo, do ponto de vista do morador tinha uma curiosidade: “esse povo aqui, por que será?”. Então na época era uma curiosidade de mão dupla. Hoje em dia a curiosidade é de mão única porque o turista segue curioso, mas o morador local nem olha mais para o turista (Eduardo, guia externo).

A partir de determinado trecho, as ruas largas davam lugar a vielas, escadarias, becos, casas bem mais simples do que as anteriores, comércio menor, menos circulação de pessoas e nenhum trânsito de veículos - a favela de fato, que reside no imaginário comum. A certa altura, o guia-morador Célio disse *“aqui de fato é a Rocinha, é onde o bicho pega”*. Naturalmente, pela estrutura física desse ponto em diante, o contato com o morador foi mais próximo, não do ponto de vista de conversas e interação, mas sim físico, pois eles estavam sempre de passagem, seguindo seu caminho.

Enquanto, na rua principal - a Estrada da Gávea - tive a sensação de que era apenas mais uma naquele universo de cerca de 70.000 moradores e de vários grupos de turistas, dali em diante isso mudou. Eu era “a de fora”, o que impactou ainda mais sobre meu comportamento, pois como afirma Brinol *et al* (2007), o estado de baixo poder faz com que a pessoa sinta-se mais confortável em situações nas quais consiga passar mais despercebida.

Decidi não fotografar o que me interessava, controlando o desejo e a curiosidade que, eu pensava, poderiam ser ofensivos ao olhar do morador. Afinal, não se trata apenas do olhar do turista (URRY, 2001), mas também do olhar dos moradores sobre o turista, capaz de influenciar o comportamento do visitante (MAOZ, 2006).

O número de fotos foi limitado, em especial na primeira visita, ao ponto do próprio Célio ter comentado ao final “*mas você quase não tirou fotos*”. De fato, a literatura me recordava que a fotografia, em locais como a favela, é um dos questionamentos éticos para o qual não se tem resposta exata até o momento (SCARLES, 2013; WAGSTAFF, 2008; MENEZES, 2007).

De fato, parte de minha espontaneidade esteve tolhida, pois me sentia em um ambiente desconhecido, em que eu era estranha aos moradores e aos comportamentos aceitáveis, sensação que se alterou à medida que a inserção junto aos moradores aumentava, com as idas frequentes. Recordei-me da pesquisa de Linke (1993) que discute a importância do contexto no qual as relações se estabelecem, como ponto fundamental para que sejam despertadas sensações de alto ou de baixo poder nos envolvidos.

Parecia que ali o contexto favorecia mais o morador, por uma ordem lógica, conforme destacam Inesi *et al* (2011): pessoas em estado de potência sentem-se no controle do seu próprio ambiente, ao passo que aquelas em estado impotente sentem-se vulneráveis.

Ao longo dos meses as experiências foram tornando-se mais diversificadas. Fui fotografada por um grupo de turistas e filmada duas vezes por outros grupos, que eu tenha percebido, o que me permitiu compreender, em alguma medida, o que pode sentir o morador ao ser pego de surpresa por câmeras e ter sua imagem registrada sem nenhuma autorização.

Na primeira ocasião, eu estava junto a alguns integrantes do grupo “Acorda, Capoeira”, na área em que fazem as apresentações diárias para os turistas. Estava

acompanhada de meu guia e conversava com três capoeiristas. Sem nenhum pedido de licença, uma equipe de TV da Dinamarca começou a nos filmar ainda de longe e assim continuou à medida que se aproximava de nosso grupo.

Já próximos, nos cumprimentaram em inglês, sem interromper em nenhum instante a filmagem feita com uma câmera profissional. Um dos capoeiristas iniciou diálogo com o homem que segurava a câmera, e logo em seguida os jovens capoeiristas deram início à apresentação para o grupo de estrangeiros, que foi integralmente filmada, inclusive a plateia da qual eu e meu guia fazíamos parte.

Enquanto a apresentação acontecia, conversei com o guia que os acompanhava e ele explicou que estavam no Brasil em função da proximidade das Olimpíadas e que estavam fazendo matérias em alguns pontos turísticos no Rio de Janeiro. Tratava-se, então, de captura de imagens que, após edição, seriam divulgadas em algum programa dinamarquês e que levariam nossa imagem, inclusive a minha, como moradores da Rocinha e seu dia a dia.

Na segunda ocasião, eu, dois moradores da Rocinha, além do meu guia, estávamos parados em frente à Casa de Cultura, quando um grupo de quatro estrangeiros e um guia brasileiro, não local, passaram nos filmando. Ao que parecia, eu e o grupo com quem estava, éramos protagonistas de uma cena comum na favela. Sequer nos cumprimentaram ou pediram licença quando passaram no meio do nosso grupo.

Nesse instante, a jovem que nos acompanhava comentou: *“viu, é isso. Eles passam aqui, sequer olham para a Casa de Cultura, o guia não se importa em explicar a eles que movimento é esse. Não cumprimentam, não falam nada, e ainda nos filmam”* (Larissa, Rocinha).

A terceira ocasião ocorreu quando eu estava junto a outro morador e meu guia, sentados a uma mesa localizada na calçada de um bar local. O morador, quando viu um carro branco passando lentamente por nós, comentou *“olha eles passando. Ficam nos olhando assim, das janelas”* (Raimundo, Rocinha). Enquanto ele chamava nossa atenção para o grupo, uma de seus integrantes, da janela do carro, apontou a máquina fotográfica para nós e fez o registro.

Percebi, com alguma frequência, a presença de jovens parados em determinados pontos, conversando em grupos de três ou quatro. Em duas ocasiões, pareceu terem droga nas mãos, mas desviei o olhar e mantive meu curso junto ao guia. Ou fiquei

parada após cumprimentá-los, mas sem olhar na direção de suas mãos, enquanto o guia conversava com eles.

A região em que me encontrava nessas ocasiões dá acesso a uma das áreas mais carentes da Rocinha, onde há presença de traficantes armados. Nesse dia, não segui nessa direção, somente ao final da pesquisa, em julho de 2016 cheguei a explorar a área.

Em virtude da carência que observei, perguntei a Célio, o primeiro guia-morador que me acompanhou sua visão a respeito da pobreza e da violência serem associadas a um produto turístico: *“aqui, os turistas querem ver a pobreza e não a violência. Violência não atrai ninguém, espanta”*, explicou:

Por isso que eu acho o turismo importante nas favelas, porque é uma forma de mudar o que as pessoas pensam sobre a favela e até mesmo sobre a pobreza. Já teve turista que ficou decepcionado porque não viu aquilo que achava que ia encontrar (Célio, guia-morador).

A fala do guia é rica em dois sentidos. Primeiro, porque confirma o que a literatura aponta sobre uma das expectativas do morador em relação ao turismo: a mudança de concepção acerca da favela, de si e da pobreza (MEKAWY, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2010). Mesmo assim, é necessário considerar estudos como o de Steinbrink et al (2015), citado por Frenzel et al (2015), que apontam para a necessidade de prudência em relação à possível desmistificação proporcionada pelo turismo, uma vez que, não obstante o efeito na percepção do turista ocorrer durante a visita à favela, quando novamente entrevistado um ano após a viagem, os efeitos haviam desaparecido.

O segundo aspecto relevante que surgiu a partir da fala do guia-morador é que, como afirmam Bott (2015) e Steinbrink (2012), há lugares em que a pobreza é esperada e essa é uma curiosidade que acompanha o homem há séculos. Por isso, a decepção citada pelo guia quando o turista não se depara com aspectos da pobreza tão significativos.

O guia externo Eduardo, em entrevista, reafirmou que a pobreza exerce curiosidade no turista:

A pobreza interessa pra quem vem de um país rico, porque a pobreza é algo que não é normal. Eu moro em um país pobre, então para mim a pobreza não me surpreende, não é isso que alguém de um país como o Brasil vai procurar em uma favela (Eduardo, guia externo).

Ainda na área carente, outro aspecto que chamou bastante atenção foi a quantidade de animais soltos entre os becos e vielas. Cachorros, galinhas, muitos gatos e alguns ratos, em especial na região onde a água do esgoto descia rua abaixo após intensa chuva na noite anterior.

A condição de higiene nos ambientes externos da Rocinha carece de bastante melhoria. Além do esgoto e dos animais, há lixo exposto, visto que é impossível haver coleta de lixo nesse miolo. Cabe aos moradores levar o lixo doméstico até as caçambas de coleta.

Viu-se com constância a precariedade da higiene, o que me fez refletir sobre as consequências para a saúde dos moradores e seu impacto sobre o turista. “Eu me senti apreensivo quanto a minha própria segurança por razões de saúde. Estava preocupado em contrair alguma doença” (DIEKMANN; HANNAM, 2012, p. 1330).

Além disso, a Rocinha foi considerada com um dos locais com maior índice histórico de tuberculose no Brasil. Vários são os locais por onde passei em que havia menção à doença e à necessidade de prevenção. Para alguém que vem de fora esse pode ser mais um motivo de medo, da doença e de seu contágio silencioso. Entende-se porque alguns autores associam o turismo de favela ao *dark tourism* (FREIRE-MEDEIROS, 2007a, 2007b) e dizem porque a observação participante nesse segmento, o de *reality tour*, é intensa (PODOSHEN, 2013).

Segundo informações do guia-morador, o turista, em especial o que vem com guias externos, não consome nada na Rocinha. Não há aproximação do guia com o comércio local, não há impacto ou geração de renda. O guia-morador, Célio, contou, em tom crítico, que *“o que as agências lá debaixo fazem é transportar o turista pela via principal da Rocinha. É um passeio motorizado, e só, sem interação nenhuma com a comunidade e nem com o comércio local”*.

Perguntei para que serve o turismo na Rocinha e a quem serve. Pedi que me apontasse uma ou outra situação que tivesse melhorado na favela por causa do turismo. Como resposta eu ouvi um curto *“nada”*. Segundo ele, o turismo no formato tradicional não tem essa capacidade porque é apenas um passeio de *van* ou de jipe pela via principal. O que eles fazem é uma apresentação visual do espaço, as pessoas fotografam, olham e vão embora – o safári urbano.

A esse respeito, o guia externo disse:

Eu já fui lá por dentro, eu deixei de fazer por questão de segurança inclusive numa época já passada de 12, 13 anos atrás que tinha uma guerra séria lá na Rocinha e eu deixei de fazer caminhada dentro da Rocinha. Já fiz em final de semana e feriado, não faço mais (Eduardo, guia externo).

Este entrevistado complementou dizendo que tem que oferecer um produto seguro aos seus clientes, por isso abandonou caminhos em que *“tinha muito traficante e era uma área mais vulnerável”* (Eduardo, guia externo).

Outro fato que me chamou a atenção, pela repetição dentro da Rocinha, foi quantidade de moradores que abordaram o guia-morador, solicitando “uma moeda” ou “um real”, parecendo ser um comportamento comum. Recordei que a favela não é um espaço homogêneo, que existe uma hierarquia, por mais informal que seja, que separa o pobre dos mais pobres e dos menos pobres (RODRIGUES, 2014; LOBOSCO, 2008; VALLADARES, 2000; VALLADARES; PRETECEILLE, 2000).

O guia informou: *“aqui, por eu andar com turistas, as pessoas acham que tenho sempre dinheiro”* (Célio, guia-morador), e brincou dizendo que o custo de vida mais alto da Rocinha é o dele, pois para ele tudo é inflacionado, não só em virtude dos turistas, mas também por ser uma pessoa reconhecida na favela, por já ter participado de *reality show* na televisão e por ser, com certa frequência, convidado para participar de documentários ou para conceder entrevistas a respeito da favela.

Essa situação pareceu torná-lo uma pessoa de referência no meio, aspecto apontado como uma das bases de poder social (RAVEM; SCHWARZWALD; KOSLOWSKY, 1998). O que sugere que, entre seus pares, esse morador seja visto como alguém dotado de mais poder, com mais capacidade de influenciar comportamentos.

Na intenção de saber se a insistência dos moradores em pedir dinheiro não seria uma forma indireta de pedir ao turista (recordando uma afirmação de Freire-Medeiros (2010, p. 38): “outras vezes, ‘tirar um dinheiro do turista’ pode ser experimentado como uma maneira de subverter a assimetria de relação”) ele foi categórico em negar *“nós guias já não permitimos esse tipo de assédio do morador em relação ao turista”* (Célio, guia-morador).

4.1.1

Conhecendo a Rocinha com guias externos

Após as primeiras visitas à Rocinha, guiadas por moradores locais, agendei um retorno à favela, sob outra forma de condução. Marquei um *tour* com uma agência tradicional, pioneira em turismo de favela no Rio de Janeiro, desde 1992.

Entrevistar o guia externo e fazer um *tour* com sua agência era um meio de entender como ele havia criado esse produto na Rocinha, ao mesmo tempo em que colher algumas impressões sobre o turismo de favela e suas dinâmicas.

No horário e local combinado, uma *van* estacionou em um hotel na zona sul do Rio de Janeiro e o guia que nos conduziria o grupo apresentou-se. Dentro do veículo, havia oito turistas, entre eles uma brasileira, moradora de Uberlândia, que estava pela primeira vez no Rio de Janeiro, acompanhada por um amigo holandês. Perguntei o motivo do interesse pelo passeio à favela e ela disse simplesmente “curiosidade, a gente nunca foi a uma favela, e queria saber como era”.

Durante o trajeto até a Rocinha, o guia forneceu uma série de informações sobre o Brasil, Rio de Janeiro e a favela, como carnaval, futebol, Pelé, praias, e também política, corrupção, índice de analfabetismo, constituição das favelas, tráfico de drogas, violência, UPPs.

Eduardo, em entrevista, explicou que o objetivo de sua empresa não é apenas apresentar uma favela para estrangeiros, mas usá-la de forma contextualizada, para que o turista entenda melhor o Brasil como nação:

Esse é o meu objetivo como gestor da empresa. É a de que o turista não saia achando que conheceu melhor a favela apenas, porque alguns turistas não estão interessados em favela, mas conhecer e entender melhor o Brasil todos estão (Eduardo, guia externo).

Diferente da visita feita com guia-morador, todo o trajeto foi feito de carro. Isso de fato foi mais confortável para tirar fotos que me interessavam – um estado psicológico diferente do experimentado durante o *tour* a pé, pois, dentro do veículo, era possível que minha presença passasse despercebida dos moradores (BRINOL et al, 2007).

O guia passou algumas informações, como localização de escolas e creches. Os turistas comportaram-se da mesma forma que ao longo do trajeto até a favela: nenhuma pergunta ou comentário. Cada um conversava e fotografava com seu grupo,

nada mais que isso. Pareciam tolhidos e apáticos, pelo tom de voz, apresentando menos movimentos corporais e mais lentidão em seus gestos. O que me fez lembrar a fala de uma das moradoras da Santa Marta: *“é até engraçado, eles entram aqui quietinhos, em fila, não falam muito, como se fossem alunos seguindo um professor numa excursão”* (Nice, Santa Marta). Maoz (2006) já havia apontado para isso, os moradores olham, comentam e também são capazes de exercer influência sobre o comportamento do turista.

4.2

Conhecendo a favela Santa Marta

Cheguei ao local de táxi, quarenta minutos adiantada para o encontro que havia marcado com a guia-moradora, o que me permitiu observar a Santa Marta “de baixo”. A favela quase se confunde, geograficamente, com o bairro de Botafogo, na Zona Sul carioca. De uma das ruas do bairro tem-se acesso ao morro.

Enquanto aguardava pela guia-moradora, recebi informação de outros dois guias que aquele era um posto de informação específico dos guias-moradores da favela e que havia sido construído pelo governo do Estado do Rio de Janeiro, mediante o projeto Rio *TopTour*. Mesmo projeto que oportunizou a formação de guias-moradores e condutores locais, há seis anos - para mais informações, ver Rodrigues (2014) e Steinbrink (2013).

A proposta de Santa Marta turístico partiu do setor público, direcionando o turismo de favela por meio de uma proposta bem diferente do turismo na Rocinha, de iniciativa privada. O projeto faz parte do Programa de Turismo de Base Comunitária, do Ministério do Turismo, que repassou para a comunidade meios para se capacitar e dar início à atividade turística. O turismo comunitário enquadra-se na categoria de produto pró-pobre (FRENZEL; KOENS, 2012), a utilização do termo pode ser estratégica, ao mostrar para os turistas, para a sociedade e, especialmente, aos agentes e guias externos que o controle da produção e reprodução do turismo na Santa Marta está com os moradores.

O turismo de favela, nos moldes do turismo de base local ou comunitária, pode ser visto como uma forma de barrar a exploração descompromissada com os interesses da comunidade, como ocorre em outras favelas no Brasil e no mundo. Reafirma o

poder local, pois os moradores tomam para si a sua organização. Na Santa Marta, o turismo tornou-se capaz de favorecer a economia local, pela geração de receita ou de postos de trabalho, formais ou informais. A iniciativa local fez com que os benefícios gerados permanecessem dentro da favela. Rodrigues (2014) afirma que a exploração da pobreza por uma atividade de consumo, como o turismo, só é lícita e justificada se retornar vantagens econômicas e sociais para quem vive nela.

A despeito disso, os moradores da Santa Marta travaram luta com agências externas que, no início do Projeto Rio *TopTour*, já exploravam a favela, da mesma forma que fazem na Rocinha. Chegavam de *van*, pelo alto da favela, e os turistas desciam a Santa Marta, ao invés de subi-la, enquanto o carro fazia o mesmo sentido, esperando por eles na rua principal de Botafogo. A atitude dos guias externos incomodava, gerando resistência nos moradores (DOGAN, 1989), como narra uma entrevistada:

Faziam pouco da gente. Às vezes a gente ia falar com eles 'olha nós somos guias também, estamos nos formando, vamos fazer parceria?' E eles diziam que tínhamos que falar era com o dono da empresa. Muitas das vezes, eram grossos com a gente, não contavam a história direito. Eu já ouvi guia deles falar que o Brizola fez o bonde. Os guias não orientavam, então os turistas metiam a cara na janela do morador, que aí xingava o turista. Tirava fotos das crianças e das mulheres tomando banho e sol na laje. Aí daqui a pouco a comunidade já estava por aqui com eles (Paula, guia-moradora).

Em 2013, quando ainda existia o Comitê de Turismo da Santa Marta, seus membros tiveram a ideia de filmar moradores locais falando sobre seu descontentamento em relação ao trabalho desenvolvido pela principal agência externa que explorava a favela na época, e por outras agências. A iniciativa resultou em um filme de treze minutos.

O Comitê convidou os donos das agências para uma reunião em que os depoimentos seriam apresentados. O proprietário da principal agência só aceitou na condição de o encontro ocorrer dentro da UPP, pois antes disso, houve uma passeata da *Light*, companhia energética do Estado do Rio de Janeiro, em que os guias-moradores, valendo-se da ocasião, manifestaram-se, durante a passeata, contra a presença da agência na favela. Estavam indignados pelo fato de a agência não aceitar contratar guias-moradores, em formato de parceria, para fazer o tour com os turistas que para lá levavam.

Durante a reunião, os guias passaram o vídeo para os proprietários presentes, mostrando que a maioria dos moradores sentia-se incomodada com a forma de exploração da favela. O comportamento invasivo dos turistas, em especial no tocante à fotografia, somado ao fato de não haver nenhum benefício para a Santa Marta, era a

justificativa principal - à exceção do valor de R\$400,00 mensais que era entregue a associação local, em acordo com a principal empresa que explorava o turismo.

Nesse caso, a agência exercia uma relação com a associação baseada no poder de recompensa (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003). Sendo o poder uma relação diádica (SIMPSON et al, 2015), de um lado estava o agente, a agência externa, com a capacidade de entregar ou retirar a recompensa tangível do alvo, a associação de moradores. Contudo, como informam Keltner, Gruenfeld e Anderson (2003) para que o poder se estabeleça não basta que o agente tenha o recurso em mãos, mas que o alvo tenha interesse nele. O caso da associação encaixa-se perfeitamente na teoria, tanto é que, após a saída dessa agência da Santa Marta, o grupo de guias-moradores foi chamado pela associação para estabelecer novo acordo e repasse financeiro, pois aquela era uma quantia que fazia falta aos trabalhos a que a associação se propunha.

A saída desta principal empresa foi motivada porque o Comitê de Turismo local exigiu que todo grupo que a agência acompanhasse até a favela, fizesse o *tour* acompanhado por um guia-morador, e para isso o solicitado foi o valor de R\$25,00 por turista. Na negociação, o valor caiu para R\$ 15,00, explica uma guia, com indignação, pois *“a gente sabia que ele oferecia o pacote por 130,00 euros. Vinham quatro a sete jipes por dia, R\$ 15,00 pra ele não era nada, mas ele não ficou nem mais um mês aqui e disse ‘ah, vou pra Rocinha, lá não preciso pagar pra guia’”* (Paula, guia-moradora).

As iniciativas da comunidade aqui descritas mostram propensão na definição de situações e a capacidade de agir em prol dos interesses em que acreditam. Estado que os deixa em conformidade com o alto poder, conforme Galinsky, Gruenfeld e Magee (2003) e com a abordagem comportamental (KELTNER; GRUENFELD; ANDERSON, 2003). O mesmo ocorre com a capacidade de expor seu ponto de vista e arriscar-se em uma negociação (ANDERSON; GALINSKY, 2006). Agiram com foco em recompensas, pois da negociação com o proprietário da agência, esperavam conseguir estabelecer uma parceria comercial, que seria benéfica para si (RAVEN; PIERRO. KRUGLANSKI, 2012).

Apesar disso, ainda existem guias independentes e agências que sobem desacompanhadas de guia-morador, o que não passa despercebido aos locais que, dentro de suas possibilidades, agem para estabelecer parcerias:

Essa menina, com quem eu guiei hoje, foi um sacrifício convencer ela a trabalhar com a gente. Ela veio o ano inteiro sozinha com os turistas dela. Não sei se ela levou algum susto, ou o que foi, mas há uns dois meses, ela apareceu com 17 franceses, e veio negociar o preço (Paula, Santa Marta).

Turistas que sobem sozinhos não são raros. Sempre que estava na Santa Marta, presenciava, pelo menos, um grupo por dia. Caso passassem antes pelo posto de informação os guias ofereciam seus serviços, mas havia aqueles que não passavam pelo posto.

Em uma ocasião, uma moradora, ao vê-los subindo, comentou “*são loucos, eu jamais chegaria em um país desconhecido e subiria uma favela sozinha*”. Em outra oportunidade, observando dois rapazes estrangeiros, minha guia comentou “*se o turista me pergunta se é seguro subir, eu respondo a verdade ‘se você sobe com morador é seguro. Já se você for sozinho, não posso te garantir o mesmo’*” (Paula, guia-moradora).

Depoimentos que elucidam o que Frenzel et al (2015) afirmam em seus estudos: o estigma e os estereótipos relacionados às favelas são suficientes para que, em maioria, os turistas optem por entrar em uma favela acompanhados por agentes ou guias. Ainda assim, a prática da observação revelou atitude contrária, na Santa Marta. O mesmo não se deu na Rocinha, pois nenhum grupo de turistas desacompanhado por guia foi identificado ao longo do período em que lá estive.

O sentimento de receio, medo e dúvida, que acompanha alguns turistas, é reforçado pela presença da polícia na entrada da favela, o que também ocorre na Rocinha. Os policiais de forma indireta revelam o estigma relacionado às favelas brasileiras: local perigoso e violento. Em alguma medida, é possível comparar a presença de viaturas e de policiais armados com as marcas físicas a que Goffman (1963) se referia como indicadores de estigmas.

Do mesmo ponto em que se vê as viaturas policiais, vê-se parte do morro, como muitos moradores chamam a favela. No morro, várias construções, muitas coloridas, arquitetura e geografia próprias e capazes de atrair o interesse e a curiosidade do turista. As cores da Santa Marta a diferenciam de outras favelas do Rio de Janeiro e são sempre motivo de promoção do turismo local.

Um casal, ela brasileira, ausente do país há mais de 20 anos, ele chileno, de férias no Rio de Janeiro, passando por Botafogo, foi atraído pelas cores da favela e dirigiu-se até o posto de informação para saber sobre aquele lugar. Ao entenderem que era uma

favela que poderiam visitar, recuaram, tiveram receio. A mulher dizia à guia-moradora “*mas vamos só nós dois e você?*”. Ao receber resposta positiva, ela respondeu “*não, não acho seguro. Se tivesse mais turistas, pelo ou menos, pra subir com a gente, mas sozinhos não vamos*”.

A guia insistiu que o *tour* era seguro, e justificou dizendo que Santa Marta é uma favela pacificada. Ainda assim, o casal negou-se a entrar sempre reafirmando o medo. Quando saíram, a guia comentou, desapontada: “*eles acham que lá em cima tem o que?*” (Paula, guia-moradora).

Tapias et al (2007) afirmam que certos estereótipos ativam emoções e sentimentos específicos. Parece que o estereótipo da favela e de seus moradores ativa medo, insegurança, dúvida e descrença, nos indivíduos externos, e desapontamento e decepção em seus próprios moradores.

Ainda sobre a pintura das fachadas das casas, para Steinbrink (2013) esse processo de embelezamento estético e externo das favelas deve ser questionado. A advertência vem no sentido de que isso pode se tratar de um ato meramente político, a fim de promover um olhar seletivo sobre as favelas cariocas, passando a impressão de o Estado ser um “zelador sociopolítico” (p. 141) da pobreza urbana. Ao passo que na verdade representa mais uma ação pública a fim de atrair a atenção da sociedade em geral para essa pequena parcela de favelas “enfeitadas” e deixar as demais na “invisibilidade” (p. 141).

O colorido das casas torna-se agradável ao olhar do turista e serve de motivador para “mostrar as favelas de um novo ponto de vista” (p. 141). Logo, o autor questiona se essa iniciativa objetiva o bem estar do morador ou do turista. Isso porque ao criar esse novo *branding* (HERNANDEZ; LOPEZ, 2011) para as favelas o risco que se corre é, segundo Steinbrink (2013):

As condições de vida nas favelas já não são observadas como uma expressão da injustiça social, mas como um lugar característico e uma forma típica da vida no Brasil. Em outras palavras: a desigualdade social é desproblematizada e o olhar do turista é despolitizado. E isso é definitivamente bom para gerar um festival de visitantes felizes (p. 142).

São ponderações sérias a respeito da real intenção do embelezamento e da estetização da pobreza, como se fossem formas eufêmicas de apresentar as favelas para a sociedade, mas sem, de fato, gerar mudanças nas condições de vida dos moradores locais.

Contudo, trago para essa discussão o valor simbólico que ações assim podem ter sob a comunidade, como a apresentada na obra de Rivadula e Bocarejo (2014) ao investigarem o efeito da promessa do governo local em implantar um teleférico em Cazucá, uma favela na Colômbia.

Os críticos apresentavam suas dúvidas a respeito do que um teleférico traria de benefícios efetivos para a comunidade que carecia de tantos outros bens mais relevantes e imediatos. Apesar do acesso e transporte serem um dos problemas que a iniciativa solucionaria, os céticos diziam que uma estrada poderia solucionar isso, com gastos bem menos onerosos. Opção que parecia sensata em função da existência de outras carências na favela, como educação, segurança e saneamento.

Mas então, porque a comunidade almejava e apoiava tanto tal iniciativa, se nitidamente a intenção por detrás era possibilitar o trânsito turístico na localidade, nos moldes como já havia ocorrido em outras localidades, inclusive no Rio de Janeiro, se questionavam Rivadula e Bocarejo (2014).

A pesquisa dos autores foi fundamental para compreender que o embelezamento de Cazucá, via teleférico, era permeado pela esperança dos moradores em vivenciarem uma “mudança social, material e simbólica” (p. 2026) por meio da qual ganhariam visibilidade, impactando “o orgulho e a autoestima da população” (p. 2035)

Situação que utilizo para questionar se a despeito das dúvidas de Steinbrink (2013) e de todo o debate em torno dos riscos do turismo de favela ser propulsor de uma pobreza romantizada, se o mesmo efeito simbólico ocorrido com os moradores de Cazucá não ocorre com os moradores da Santa Marta?

Apesar de a presente tese não se dedicar a responder essa pergunta, cumpre informar que apenas um morador mostrou ser contrário a essa iniciativa:

Eu acho um esculacho, vem a instituição “ah vou pintar”. Depois vem um monte de gringo tirar foto e põe não sei aonde. A instituição trabalha a imagem porque pintou aqui umas casas. Pinta uma paredinha aqui, ah que isso? E não é só a Coral. Tem outras instituições que entram aqui dentro, não só aqui, como em outras comunidades, e faz a mesma coisa. Isso muda P.... nenhuma, querida. Por que isso dá oportunidade? Não dá (Júnior, Santa Marta).

Ainda a respeito de estigma e estereótipos, Paula, a guia-moradora que me acompanhou ao longo desse processo é uma mulher de pele clara, cabelo liso, castanho claro, magra, estatura mediana. A guia mencionou ocasiões em que outros turistas teceram comentários a respeito de sua aparência, afirmando que não se

enquadra no estereótipo do morador de favela, como o pobre, negro e feliz (BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013; FRENZEL, KOENS, 2012; MENEZES, 2007).

Uma turista da França teria dito “*você não tem cara de favelada, você tem cara de francesa*”. Ela expõe: “*durante a Copa, umas turistas disseram que eu deveria ir embora morar na Costa Rica, porque me pareço com as pessoas de lá*”. Outro turista disse que eu não parecia dali, que parecia ter sangue azul (Paula, guia-moradora).

São exemplos do que Urry (2001) chama de o “olhar do turista” e das relações de poder que podem daí surgir, pois as sugestões de que a moradora da Santa Marta poderia passar por pertencente a outras localidades, sempre mais desenvolvidas que a favela, reforça a compreensão do quanto o estigma territorial acompanha o estigma social (WACQUANT; SLATER; PEREIRA, 2014).

Na entrada da favela, em direção ao plano inclinado, para a subida e descida gratuita dos moradores, turistas e cargas, gratuitamente, uma das coisas que mais me chamou a atenção foram os muros artisticamente pintados com imagens e frases como “os ricos querem a paz para continuarem ricos. Nós queremos a paz para continuarmos vivos”.

Não fiz muitas fotos dessas pinturas porque tinha várias pessoas assentadas em frente e não queria fotografa-las, aliás essa é uma orientação que minha guia passa todo o tempo para seus turistas, em conformidade com as preocupações expostas por autores como Scarles (2013). Aliás, durante a entrevista, Paula mencionou: “*Então quando eu subo a primeira coisa que eu falo pra grupo ‘vou pedir pelo amor de Deus pra não fazer foto de morador. Se gostou, fala comigo, eu conheço esses 5.000 que moram aí*”.

As expressões artísticas estão sempre presentes nas paredes, muros e escadarias da favela. Logo no começo, me deparei com três mosaicos da Mona Lisa, dispostos um ao lado do outro, feitos com pedaços de azulejos: representando a clássica obra de Leonardo da Vinci ornada com cores, flores, folhas e coração, fixas em muro chapiscado. Na entrevista, quis saber mais sobre essas obras e recebi como retorno o quanto que essas expressões artísticas podem surpreender o visitante positivamente, criando um clima mais ameno do que os estereótipos acerca de uma favela podem anunciar:

Aqui na favela tem cultura, e muita gente não sabe disso. Eu falo sobre as pessoas que sobem e podem descobrir ali uma realidade diferente da que imaginavam. É pobre? É, mas perai, eles acham que na favela só tem miséria, traficante (Paula, Santa Marta).

Vê-se uma reprodução do desejo do morador local em ter no turismo um meio de ampliar o conhecimento do turista e demais visitantes, em relação à favela e suas peculiaridades. É um espaço plural, mesclando aspectos negativos, mas muitos também positivos que, em muitos casos, não ganham espaço no noticiário. É a isso que Mkonos (2016) fala sobre a reflexividade que o turismo de favela pode gerar no turista, ampliando seu conhecimento e entendimento acerca dos aspectos físicos e sociais do local. Mesmo desejo expresso em trabalhos que se dedicaram ao estudo de comunidades locais associadas ao *dark tourism*, como em Mekawy (2012) e em Wu, Funck e Hayashi (2014): ou seja, o turismo, mesmo que ocorra em meio a relações de poder assimétricas justifica-se caso reverta benefícios à comunidade, que não limitam-se apenas ao econômico.

Na Santa Marta, embora haja preocupação com a questão da higiene e saúde locais, ainda assim encontramos bastante lixo ao longo do caminho. Entre uma estação e outra, do plano inclinado, é possível ver placas com mensagens como “Joga no lixo o que é pra jogar no lixo. Na lixeira o que é da lixeira. Acorda Santa Marta. Acorda, cuida do lixo, não fica de bobeira”; “Colhemos o que plantamos. Não jogue lixo, jogue semente”; “Eu quero Santa Marta limpo”.

Conforme a literatura aponta, o lixo é quase sempre um problema presente nas favelas e, em certa medida, os turistas esperam-se deparar com um cenário que de alguma forma denuncie pobreza e condição de vida degradante (FRENZEL; KOENS, 2012). “Tais significados podem ser, por exemplo, a sujeira e de uma forma determinada passeios parecem procurar imagens de sujeira” (FRENZEL; KOENS, 2012, p. 09). Mas contraditoriamente receiam que seja um ambiente insalubre que possa transmitir alguma doença (DIEKMANN; HANNAM, 2012).