1 Introdução

Nesta tese de doutorado investigo o que o turismo de favela representa para os moradores locais e como são afetados pela atividade turística, considerando estigma (GOFFMAN, 1963) e relações de poder (ANDERSON; GALINSKY, 2006), possíveis aspectos influenciadores dessa representação.

Conduzi um estudo, de caráter exploratório, nas favelas Rocinha e Santa Marta, no Rio de Janeiro, a partir de observação sistematizada e de entrevistas em profundidade com moradores.

O turismo tem formas diferentes em relação a sua comercialização e operacionalização nas duas favelas. Na Rocinha, há ampla participação de agentes privados externos, apesar de estarem surgindo iniciativas locais com enfoque no turismo de base comunitária. Na Santa Marta, por intermédio de projeto do governo do Estado do Rio de Janeiro, a comunidade conquistou para si a organização e a promoção da prática turística. Logo, também verifico se essas peculiaridades, de uma e de outra favela, influenciam o que o turismo representa para os moradores.

1.1 Contextualização

O interesse de turistas pela pobreza vem se acentuando (STEINBRINK, 2012), o que torna investigações acerca de como moradores de comunidades visitadas compreendem essa prática uma preocupação teórica relevante. Contudo, a literatura aponta esse tipo de investigação como lacuna a ser preenchida por pesquisas conduzidas sob a perspectiva dos moradores (FRENZEL et al, 2015), a fim de compreender como se sentem em virtude do seu local de moradia e de seu modo de viver terem sido transformados em objeto de consumo de um produto turístico de alcance internacional.

Mesmo sendo a associação entre pobreza e turismo um fenômeno relativamente novo, discutido a partir da virada da década de 1980 para a de 1990 (FRENZEL, KOENS, 2012; DIEKMANN, HANNAM, 2012; ROLFES, 2010), locais de pobreza ao redor do

mundo passaram a ser objeto de interesse turístico controverso, sob a denominação de turismo de favela (ROGERSON, 2014), ou como preferem outros autores, turismo de pobreza (*poverty tourism*), *slumming tourism* e, ainda, ver como vive “a outra metade” (MKONOS, 2016; MESCHKANK, 2011; MEKAWY, 2012).

Apesar de haver comparações entre essa prática e as seculares peregrinações religiosas, que também levavam indivíduos abastados a ter contato com a pobreza e com a miséria alheias (FREIRE-MEDEIROS, 2007b), essa é, definitivamente, uma prática recente do ponto de vista comercial e científico, em especial se comparada aos segmentos tradicionais da atividade turística (FRENZEL; KOENS, 2012).

O turismo de favela, contudo, tem como antecedentes históricos a curiosidade que o diferente e o exótico causam nos indivíduos. Parece haver apelo e motivação que se autojustificam, em lançar o olhar sobre aquilo que foge à compreensão imediata. Os ricos desconhecem o que é ser pobre e parte deles interessa-se em ir ao encontro da pobreza, por meio de excursões seguras e planejadas, que funcionem como um breve elo entre seu mundo e o mundo do outro.

Há referências que relatam o interesse de uma minoria rica europeia que, no início do século XIX, dirigia-se a locais para observar os pobres (ROLFES, 2010). Na mesma época, os distritos norte-americanos formados por “migrantes” tornaram-se alvo de visitas e de curiosidade da classe rica (DIEKMANN; HANNAM, 2012).

Charles Dickens (1812-1870), intelectual inglês pertencente à elite europeia, perambulava pelas favelas de Londres e de Nova York como forma de se inspirar para sua produção artística. Curiosidade e atração por aquilo que, normalmente, seria motivo de repulsa e de distanciamento. De um lado, um dos mais célebres romancistas ingleses do século XIX escrevendo sobre a pobreza, seus rostos e comportamentos. Do outro, a elite rica e letrada da época, ávida por tal encontro, mesmo que promovido apenas no plano da ficção (DIEKMANN; HANNAM, 2012).

Relatos de viagens de estrangeiros ao Brasil, no século XX, como os de José Casais, embaixador espanhol, e de Hugh Gibson, embaixador norte-americano, também fazem menção a locais de pobreza - morros e favelas cariocas, como exemplo do desejo por uma experiência instigante, em lugar sem paralelo com o seu habitual (FREIRE-MEDEIROS, 2007a).

Se a curiosidade sobre a pobreza não é nova, as peculiaridades do seu uso comercial o são, ainda mais quando realizadas em meio às novas relações promovidas pela

globalização (LINKE, 2014), que, ao mesmo tempo em que promove massificação dos bens e formas de consumo, projeta o interesse nos indivíduos por aspectos autênticos, reais e expressivos (JONES; SANYAL, 2015). Logo, o uso de lugares e pessoas que vivem em meio à pobreza ganha nuances de autenticidade e se enquadra na categoria de turismo alternativo, em oposição ao turismo de massa (BERNSTEIN; SHIH, 2014).

Em função de ser um movimento de consumo internacional (FRENZEL; KOENS, 2012), crescente, inusitado e marcado por muitos questionamentos éticos, vem atraindo a atenção de pesquisadores (ROGERSON, 2014; BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013). No Brasil, destaco o trabalho de Freire-Medeiros, iniciado em 2006, através do projeto “Para ver os pobres: construção da favela carioca como destino turístico”. Seus desdobramentos, artigos diversos em revistas nacionais e internacionais, publicação de livros como “Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística” (2009) e *Touring Poverty* (2013), além de palestras e outras expressões acadêmicas, são os mais citados e conhecidos no País. Seus resultados também têm sido usados como referência para outras obras nacionais e estrangeiras (JONES, SANYAL, 2015; FRENZEL, 2014; ROGERSON, 2014; LINKE, 2014; BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013; BURGOLD, ROLFES, 2013; STEINBRINK, 2013; FRENZEL, KOENS, 2012; ROLFES, 2010).

Em nível internacional, encontrei diversas publicações a respeito do turismo de pobreza em países cujo desenvolvimento social e econômico é marcado pela presença das favelas: Colômbia (RIVADULLA; BOCAREJO, 2014), Sudeste Asiático (MINNERY et al, 2013), Índia (BURGOLD; ROLFES, 2013; DIEKMANN, HANNAM, 2012; DYSON, 2012), México (DUUR, 2012), África do Sul (DUUR, 2012; BURGOLD, ROLFES, 2013; STEINBRINK, 2012) e Egito (MEKAWY, 2012).

Contudo, o Brasil, com suas favelas, e a África do Sul, com suas *townships*, são citados como os primeiros países a se organizarem em torno dessa modalidade turística, na década de 1990 (ROGERSON, 2014; BURGOLD, FRENZEL ROLFES, 2013; DIEKMANN, HANNAM, 2012).

A Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro, ganha destaque como o primeiro palco dessa modalidade turística. Maior entre as favelas de toda a América Latina, é uma das mais conhecidas, pelo seu tamanho, sua dinâmica social, sua heterogeneidade e pela visibilidade que sempre teve. Identifiquei várias obras internacionais que a mencionam como exemplo do consumo do turismo de favelas (MKONOS, 2016; JONES, SANYAL, 2015; BOTT, 2015; RIVADULLA, BOCAREJO, 2014; LINKE, 2014; ROGERSON,

2014; BURGOLD, ROLFES, 2013; STEINBRINK, 2013; TORRES, 2012; DURR, 2012; ROLFES, 2010; WILLIAMS, 2008; CEJAS, 2006).

Não obstante o crescente interesse acadêmico e comercial que o turismo de favela vem despertando, muitas são as interrogações a seu respeito, apontadas por quase todos os pesquisadores. Destaco:

- a ética de transformar a pobreza em produto comercial - a comoditização da pobreza (MOSTAFANEZHAD; HANNAM, 2014);
- os riscos em reforçar o interesse na perpetuação da pobreza e de certos estereótipos a ela relacionados, para que o produto continue a ser comercializado (ROGERSON, 2014; FREIRE-MEDEIROS, 2009);
- a atitude *voyeurista* do turista e a situação de humilhação a que pode estar exposta a comunidade local (FRENZEL et al, 2015; DURR, 2012; DIEKMANN, HANNAM, 2012);
- o formato como a exploração das favelas vem ocorrendo, muitas vezes estando dissociado da iniciativa local, transformando-a em mero espetáculo lucrativo para os donos das empresas promotoras (STEINBRINK, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2009);
- os reais beneficiários do uso turístico da favela (FRENZEL, KOENS, 2012; STEINBRINK, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2009).

Não ao acaso, a literatura aponta a existência de uma relação de poder desigual na reprodução do turismo em locais de pobreza (MKONOS, 2016; BURGOLD, ROLFES, 2013; SCARLES, 2013; DURR, 2012; DIEKMANN; HANNAM, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2010; MAOZ, 2006; URRY, 2001). “A indústria do turismo é um espaço de impugnados (des) equilíbrios de poder, práticas controversas e exploração (por exemplo, o turismo de favela)” (MKONOS, 2016, p. 207) ou “o turismo é caracterizado por relações assimétricas de poder entre a partida e a chegada em destinos (em um sentido individual e social)” (CEJAS, 2006, p. 224).

Entendo poder como a capacidade de controlar e de influenciar outras pessoas por meio do controle assimétrico de recursos (EMERSON, 1962; THIBAUT, 1957; DAHL, 1957), bem como uma propriedade psicológica do indivíduo (ANDERSON; JOHN; KELTNER, 2012) que pode ser alterada de acordo com situações e circunstâncias experimentadas (FOUCAULT, 1979). Aqueles em estado de alto poder sentem-se igualmente mais dispostos e com mais direitos em relação àqueles que se vêem com menos poder, o que acarreta constrangimento a uma das partes (FISKE, 1993). Ainda

assim, Foucault (1979) afirma que a compreensão sobre poder não deve ser limitada a aspectos negativos, pois ele é também capaz de servir como mecanismo produtivo.

A própria referência à favela, desde que o termo foi empregado pela primeira vez em 1812, sempre esteve associado a baixo poder, por meio dos estigmas e da consequente desaprovação social, que recaem tanto sobre o espaço físico quanto sobre o morador (DURR, 2012). Se a favela é apontada como um local de pobreza, de tráfico, de violência, de exclusão, de incompletude e de arranjos provisórios, os seus moradores são vistos dentro deste mesmo conjunto identitário estigmatizado (GILBERT, 2007).

Estigma e poder convergem, pois ambos servem ao controle social e pessoal (GOFFMAN, 1963). Mais que isso, relações assimétricas de poder reforçam estigmas, projetam estereótipos, privam o outro da liberdade e limitam (FISKE, 1993). Aqueles que carregam símbolos estigmatizantes que, por sua vez, são transmissores de informações sociais, passam por uma avaliação simplificada, que funciona como meio de controle social (GOFFMAN, 1963).

Um conjunto de componentes faz dos encontros promovidos pelo turismo de favela um encontro assimétrico por natureza. Afinal, é o encontro do Norte desenvolvido com o Sul em desenvolvimento (FRENZEL et al, 2015; BURGOLD, FRENZEL, ROLFES, 2013), do rico com o pobre, do “detentor de” com o outro “carente de”. É o encontro daquele que paga 50 reais para usar o banheiro de um bar e do outro que se espanta com esse comportamento, por se tratar de uma quantia que jamais poderia despender tão facilmente (FREIRE-MEDEIROS, 2010).

A investigação sobre turismo de favela fala do encontro entre os diferentes e a reflexão acerca de poder e estigma ainda carece de mais aprimoramento, em especial a partir do olhar da comunidade local: “a posição das populações locais continua subexposta” (FRENZEL; KOENS, 2012, p. 195). Afinal, “a maioria dos estudos empíricos existentes foca o tópico, principalmente, sobre a questão do porquê os turistas participam em excursões a favelas” (MESCHKANK, 2011, p.48).

1.2 Questões a investigar

Vários são os debates em torno da prática do turismo de favela, abrangendo tanto aspectos ligados ao consumo, à oferta, à demanda, à motivação e às formas de exploração, como aqueles outros ligados à ética e aos reais interesses que deram origem e que ainda impulsionam a prática.

Vejo nisso uma reprodução de poder estabelecida entre partes diametrais, uma vez que a comunidade receptora é um “grupo social vulnerável” (DURR, 2012, p.707) e sujeito ao olhar do turista – conceito expresso por Urry, em 1990, fazendo referência aos estudos de Foucault (1979) que associa a capacidade de olhar ao estado de poder. Olhar gera conhecimento que, por sua vez, gera poder, e mais poder gera mais conhecimento, como se aquele que olha entrasse em um ciclo de reforço do poder. O turista, sendo dotado de curiosidade e de interesse, lança seu olhar sobre a comunidade receptora, estabelecendo uma relação de poder (URRY, 2001).

De um lado, estão os agentes e guias externos, acompanhados por grupos de turistas oriundos de países desenvolvidos, motivados em encontrarem-se, consumirem ou apenas observarem (FRENZEL et al, 2015), os que representam a outra parte dessa relação: os moradores da favela, indivíduos que lidam, cotidianamente, com estigmas, com situações de pobreza, com exclusão e, muitas vezes, com violência (BRUM, 2011).

Os turistas, ao se apresentarem dentro de uma favela, carregam conceitos e julgamentos que podem colocá-los em estado de baixo poder, momentaneamente, a despeito de seus recursos mais notáveis, se comparados aos dos moradores da favela. “Muitos turistas ocidentais vêm com uma sensação um pouco desconfortável no início” (DIEKMANN; HANNAM, 2012, p. 1329) ou, como explica uma turista,

A preparação para a turnê é muito bem pensada. O comportamento na favela é explicado: não olhar com expressão chocada, não olhar quando se sente um mau cheiro, estar aberto aos moradores que queiram cumprimentar você, não olhar para as suas casas (p. 1330).

Os recursos, materiais e culturais, dos turistas, que em outra circunstância, poderiam servir-lhes como reforço de alto poder em relação a um grupo estigmatizado, parecem

frágeis dentro da favela, constatação que encontra respaldo nos achados de Diekmann e Hannam (2012).

No início, ou em condição anterior à visita, a favela pode, de alguma forma, intimidar o visitante, seja pelos aspectos que povoam seu imaginário, pelo desconhecimento das regras locais ou por qualquer outro fato que possa sugerir constrangimento. O mesmo me parece acontecer com as agências e guias externos que atuam no segmento turístico, uma vez que estão sujeitos a aprovação e a autorização internas, se não de sua presença na favela, que na maioria das vezes, não tem como ser controlada, ao menos em relação a roteiros que podem ser realizados.

Percebo que o contexto e a estrutura social explicam o fato, estabelecendo conexão com os achados de Fiske (1993), que mostrou, por meio das relações de gênero, como o contexto em que a convivência ocorre influencia o estado de alto ou de baixo poder. Estar em um ambiente desconhecido, estigmatizado, onde se é minoria e cujas regras são impostas por terceiros, altera o estado psicológico, de forma que isso se precipita no comportamento, freando o efeito que normalmente a superioridade, econômica e cultural, geraria. Se o contexto do encontro entre o turista estrangeiro e o morador de uma favela fosse outro mais familiar ao turista, talvez suas emoções o levassem à sensação de superioridade e de alto poder.

Quanto aos agentes e guias externos, é mais fácil e óbvio formatarem passeios em locais de pobreza do que o morador local (FRENZEL; KOENS, 2012). Os desafios a serem superados pelo primeiro grupo são menores do que para o segundo que, não raras vezes, carece de recursos básicos para dar início a uma atividade, apesar de ser um tradutor da realidade em primeira mão, fora o fato de o estigma que recai sobre esse indivíduo ser outro aspecto limitante (FISKE, 1993).

Tais argumentos reforçam a assertiva de que o turismo de favela desenrola-se em meio a assimetria (FRISCH, 2012). Falar sobre poder com grupos marginais é tarefa desafiadora e, para alguns, incongruente. O pensamento comum pode supor que se está diante de um sujeito desprovido de qualquer forma de poder, devido à estigmatização que sofre e que o coloca em situação de demérito e descrença (GOFFMAN, 1963). Porém, reitero o fato de poder ser mais um estado psicológico (ANDERSON, JOHN, KELTNER, 2012; GALINSKY, GRUENFELD, MAGEE, 2003), direcionado pela influência e pelo controle, mas também pela capacidade de resistência entre os grupos (ANDERSON; GALINSKY, 2006).

Partindo do entendimento de que o morador local é visto como um objeto de curiosidade por parte dos turistas, e é afetado pela dinâmica turística, pretendo responder às seguintes questões:

- O que o turismo de favela representa para o morador local?
- Aspectos relacionados a estigma e a poder afetam o morador local a ponto de influenciar no que o turismo de favela representa para ele?

1.3

Relevância do estudo

A relevância de meu estudo passa tanto por questões teóricas quanto gerenciais. Do ponto de vista teórico, pretendo contribuir para melhor compreensão de uma área ainda carente de estudos. Do ponto de vista gerencial, espero gerar dados que contribuam para novas formas de condução do turismo de favela. O significado para os moradores locais pode ser um indicativo se esse grupo tende a reclamar para si mais espaço na produção, na operacionalização e na venda do turismo de favela, ou se tende a deixar essa prática nas mãos das tradicionais empresas de turismo.

Estudos sobre turismo de favela são permeados por respostas a serem encontradas, em especial sobre as impressões da comunidade local (FRENZEL et al, 2015; FRENZEL, KOENS, 2012). No Brasil, poucos são os pesquisadores que se vêm dedicando ao estudo mais aprofundado do turismo de favela. O estudo de Freire-Medeiros (2007a, 2007b, 2009, 2010) é referência, embora realizado, em parte, em período anterior à pacificação de algumas favelas e com objetos diversos para cada investigação: guias, agentes, turistas e comunidade local. Nova leitura a respeito do turismo nas favelas pós-pacificação torna-se bastante oportuna.

Mesmo a pesquisa na favela Santa Marta, conduzida por Freire-Medeiros, Villarouca e Menezes (2012), apesar de ter ocorrido em período pós-pacificação, não abrangeu as modificações geradas após a comunidade local ter assumido o controle do turismo, por meio de capacitação e estímulo promovidos pelo governo do Estado do Rio de Janeiro, com foco no turismo de base comunitária, citado brevemente em obras como as de Steinbrink (2013), Burgold, Frenzel e Rolfes (2013).

Além disso, não identifiquei nenhuma obra que dedicou-se a abordar o turismo de favela do ponto de vista do morador local, considerando as relações de poder e de estigma como influenciadores de percepção, embora existam afirmações em diversas obras de que o turismo de favela é gerador de relações assimétricas (MKONOS, 2016; BURGOLD, ROLFES, 2013; SCARLES, 2013; DURR, 2012; DIEKMANN; HANNAM, 2012; FREIRE-MEDEIROS, 2010; MAOZ, 2006; CEJAS, 2006; URRY, 2001) e marcadas pela estigmatização territorial e social (NUSSL, HEINRICHS, 2013; DIEKAMNN, HANNAM, 2012; DURR, 2012; BRUM, 2011; GILBERT, 2007).

A associação entre estigma, relações de poder e turismo de favela é citada, mas não investigada, resultando em possibilidade de estudo que gere conhecimento acerca de como essa associação se estabelece e de quão relevante é para o morador local.

1.3.1

Relevância gerencial

O turismo é capaz de transformar tudo e todos em produtos turísticos (KALISH, 2015, p. 224), “pois utiliza organismos vivos, pessoas e ecossistemas, na verdade, tudo o que constitui a vida neste planeta, e, possivelmente, no futuro, o universo, como matéria-prima para a maximização do lucro”. Sendo assim, há que se pensar em uma relação o mais simétrica possível entre os envolvidos, pois do contrário se está diante de uma exploração, repetida e quase primitiva, de quem tem mais poder, em relação àquele com menos poder. O subjugo apenas se repete, mas agora com os contornos encenados que o turismo contemporâneo é capaz de gerar (STEINBRINK, 2012).

O turismo não é uma atividade generosa por natureza, ao contrário, pode sofrer desvios de várias ordens, como ter interesse na perpetuação da pobreza – pois muitas empresas lucram com o turismo da favela (FREIRE-MEDEIROS, 2009); dos orfanatos – pois há gestores de instituições que enriquecem ilicitamente com as doações e com o trabalho do turismo voluntário (GUINEY; MOSTAFANEZHAD, 2015); da exploração sexual – pois o mercado do turismo sexual é farto em público e em moedas (BERNSTEIN, SHIH, 2014; LAW, BUNNELL, ONG, 2007; WORTHINGTON, 2005); entre outros.

Em franca expansão pelo mundo (OMT, 2014), o turismo precisa ser pensado, discutido, regulado, gerido e estimulado para que seu papel social se cumpra. Quando o objeto de consumo turístico é a pobreza, há que se refletir sobre recursos e formato

dessa reprodução e mercantilização (ROGERSON, 2014; PÉREZ; MUÑOZ; MUÑOZ, 2014; FREIRE-MEDEIROS, 2009; ASHLEY, 2002).

Um dos compromissos que o turismo internacional estabeleceu foi o de contribuir com a redução da pobreza e com o aumento do bem estar das populações envolvidas (THOMAS, 2014; PÉREZ, MUÑOZ, MUÑOZ, 2014). Os efeitos econômicos de seu consumo, dentre eles a geração de divisas, empregos e redistribuição de renda, são apenas um dos aspectos que fazem dessa atividade uma aliada ao alívio da pobreza.

Porém, na contramão do esperado e a despeito dos compromissos internacionais firmados, vejo, na prática, a proliferação do turismo em áreas de pobreza e de miséria, rotulando condições de vida e indivíduos como espetáculo ou produto de *reality tour* (BURGOLD, ROLFES, 2013; DURR, 2012; MESCHKANK, 2011; ROLFES, 2010).

As favelas e seus sujeitos vêm sendo largamente explorados pelo turismo, sem que a operação esteja, necessariamente, comprometida com o alívio da pobreza e com a integração da comunidade local. Em geral, a lógica de consumo, própria do turismo, sobrepuja sobre as necessidades e condições da pobreza, deixando o morador à distância, quase sempre, do seu desenvolvimento e de seus benefícios, ou oferecendo-lhes frágeis benefícios. Todavia, o turismo em meio à pobreza só se justifica e se legitima se for conduzido sob outra ótica, a da inclusão (RODRIGUES, 2014).

Entendo que compreender como a comunidade se sente em relação ao turismo de favela é relevante do ponto de vista teórico, mas também do ponto de vista gerencial. Dependendo de como o morador perceber o produto e se perceber como integrante dele, poderá ou não agir no sentido de requerer para si a exploração da atividade turística, ou manter-se na situação de ver seu território sendo explorado e gerando benefícios para grupos externos. Compreender como o morador local se percebe nesse contexto e o que isso nele desperta impacta na avaliação do futuro do desenvolvimento do turismo de favela.

1.4 Delimitação do estudo

Os sujeitos que elegi para este estudo são os moradores de favelas transformadas em destino turístico, pois são eles uma parte indissociável desse produto que visa

entregar ao turista oportunidades de conhecer como é o local, a vida e quem são os moradores de uma favela. Enquanto consumidores, o serviço desejado pelos turistas implica na presença do morador e na exposição do seu dia a dia. Lovelock et al (2011) referem-se a isso por meio da metáfora do teatro, em que os moradores atuam, mesmo que nem se deem conta disso, como “funcionários de linha de frente, componentes de um elenco, desempenhando papéis como os de atores em uma peça” (p. 63), ao passo que os turistas compõem a plateia.

MacCannell (1973) também compreende que a comunidade local integra os bastidores de uma realidade em que a vida ordinária é apresentada aos turistas. O autor baseia-se em estudos de Goffman (1959), que divide relacionamentos sociais em *front* e em *back*. Na linha de frente encontram-se anfitriões e convidados, e em segundo plano, mas tão importantes quanto o anterior, estão os indivíduos que compõem a equipe de serviço.

Entendimento que associa à oferta de serviços tradicionais que também dinamizam relações *front* e *back* (LOVELOCK et al, 2011). Especificamente, quanto ao turismo de favela, a relação *front* é estabelecida entre visitantes e visitados, que alude ao que Lovelock et al (2011) chamam de serviço de baixo contato, no qual a relação entre os envolvidos é superficial, mas, ainda assim, essencial à oferta e ao consumo do serviço.

Então, se não existe turismo de favela sem o turista, o consumidor em si, também não existe sem o morador local, entendido como parte indissociável do serviço, pois são ele e o seu dia a dia os principais componentes de atratividade desse produto.

O turismo de favela vem aproximar mundos que até então preferiam negar-se, o asfalto e a favela, o mundo de direitos e o mundo de exclusão. Logo, compreender os efeitos do estigma sobre seus moradores é fundamental, já que tais efeitos podem interferir no que o turismo de favela representa para seus moradores, como se sentem em relação aos visitantes que recebem, bem como em relação a sua participação no “teatro” reproduzido pelo consumo do turismo de favela.

Não são do meu interesse neste estudo, questões éticas largamente debatidas em outros estudos, como Mostafanezhad e Hannam (2014), nem discutir pobreza, apenas impressões dos moradores que vivem em espaços em que o turismo fez dela um produto. Apesar de favela ser entendida como o *locus* da pobreza, ela existe em grande quantidade fora de seus limites (PRETEICELLE; VALLADARES, 2000). Logo,

estudar e concluir algo a respeito das favelas não é equivalente a estudar a pobreza em si.

1.5 Organização do estudo

Dividi este trabalho em seis capítulos. No primeiro trago a introdução com o objetivo de apresentar linhas gerais do trabalho, como contexto, perguntas de pesquisa, relevância e delimitação do estudo.

No capítulo 2 apresento a revisão da literatura, dividida entre turismo e turismo de favela, estigma e poder. Na primeira parte tive a intenção de esclarecer especificidades do turismo de favela, bem como apresentar os aspectos que têm sido privilegiados pelas pesquisas nessa área. A revisão sobre estigma se deve ao fato de ser essa uma temática bastante relacionada ao universo das favelas e que, naturalmente, recai sobre a prática do turismo de favela. Estigma se cruza com poder e se autoreforçam, pois ambos servem ao controle social de grupos e guardam similaridades teóricas entre si. Além disso, os encontros promovidos pelo turismo de favela são caracterizados pela assimetria e pela desigualdade, logo justifica o porquê abordei essa modalidade turística pelo prisma do poder.

No capítulo 3 falo a respeito do método, com destaque para as técnicas de coleta de dados, como a observação sistematizada e as entrevistas. Descrevi o protocolo que serviu de orientação ao desenvolvimento da observação a fim de relatar como tomei as decisões em torno de onde, quando, quem e o que observar, e também como registrar o observado. As entrevistas semiestruturadas estão divididas em duas fases, sendo que na primeira o objetivo foi me aproximar mais do fenômeno investigado, enquanto que na segunda foquei os moradores locais. É neste capítulo que apresento os quadros-resumos com os perfis dos entrevistados.

No capítulo 4 revelo as primeiras inquietações vivenciadas por mim à medida que o contato teórico com o tema aumentava, assim como o contato com o campo. Meu preparo para as primeiras visitas é relatado, minhas expectativas em torno disso, minhas impressões *in loco* e minha ambientação em ambas as favelas. Justifico este

capítulo pela natureza da própria pesquisa interpretativa, que me exigiu o mergulhar no campo, uma aproximação com meu objeto de estudo e um constante repensar.

No capítulo 5 analiso os dados coletados nas fases de observação e de entrevistas. Parti de uma análise intratextual de cada entrevista isoladamente, a fim de identificar temáticas. Em seguida, iniciei a análise intertextual que indicou quais destas temáticas deveriam ser tratadas como padrões ou metáforas representativas daquele grupo investigado. Observações e entrevistas também se cruzaram.

No capítulo 6 trago as considerações finais como resposta à proposta de pesquisa formulada. Quais as descobertas para o turismo de favela? Quais lacunas apontadas pelos teóricos esta pesquisa ajuda a responder? O que o turismo de favela representa para o morador local? Quais outras descobertas as análises permitiram?