REVISTA TERRITORIALIDADES









FAVELA: PRODUTO CULTURAL E TURÍSTICO DO RIO DE JANEIRO (RJ)?¹

Favela: Cultural and tourist product of Rio de Janeiro (RJ)?

http://doi.org/10.17648/revistaterritorialidades-v1n1-6

Fausi Kalaoum

Universidade de São Paulo (USP) E-mail: fausi@usp.com Orcid: orcid.org/0000-0002-3267-6377

Isabela de Fátima Fogaça

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) E-mail: isafog@hotmail.com Orcid: orcid.org/0000-0003-1704-5435

RESUMO

As favelas cariocas, geralmente vistas como espaços hostis, de miséria e criminalidade, vão sendo aos poucos transformadas em produtos culturais e atrativos turísticos do município do Rio de Janeiro e de todo o país. Todavia, são inúmeros as resultantes e os desafios para que essa nova visão seja alcançada e reflita em benefício de sua população. Este artigo tem como objetivo discutir essa nova visão da favela enquanto produto cultural e turístico a partir da experiência de uma das favelas mais populares do Rio de Janeiro, o Vidigal, elucidando potencialidades, problemá-ticas e desafios para que a atividade turística resulte em um elemento de promoção socioeconômica. Dessa forma, é apresentado como esse processo se desenvolveu na favela; os elementos ali explorados pela atividade turística; a evolução de serviços turísticos que se instalam na comunidade; e alguns dos desafios para que o turismo opere como elemento dessa promoção socioeconômica. Como resultado, percebe-se que o turismo tem alterado a narrativa da imagem da favela; no entanto, ainda há inúmeros obstáculos a serem ultrapassados para que a atividade produza, de fato, benefícios socioeconômicos para a comunidade local.

Palavras-chave: Favela. Vidigal. Turismo. Promoção Socioeconômica.

ABSTRACT

The favelas in Rio de Janeiro, historically seen as spaces of hostility, misery and high criminality, have been transforming into cultural products and touristic attractions in this municipality and throughout the country. However, there are countless challenges for this new vision to be reached and reflect in benefits for its population. This article has as its main objective to discuss this new vision of the favela as a cultural and touristic product, from the experience of one the most popular favelas of Rio de Janeiro, the Favela Vidigal, elucidating potentialities, issues and challenges so that touristic activities can result in socioeconomic development. Thus, this article presents how this process has taken place in Vidigal; the elements explored for tourism; the evolution of the touristic services offered; and some of the challenges faced so that tourism can contribute as an instrument of socioeconomic promotion. Research results show that tourism has altered the narrative of the image of the favela, however, there remain plenty of obstacles to be overcome so that these activities can result in socioeconomic development to the local community.

Keywords: Favela. Vidigal. Tourism. Socioeconomic Promotion.

A CONSTITUIÇÃO DA "FAVELA" NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Durante o século XX, o Brasil passou por uma fase de intensa e descontrolada urbanização (GONÇALVES 2013; VALLADARES, 2005). De acordo com Gonçalves (2013), antes mesmo desse processo, a cidade do Rio de Janeiro, mais designadamente, já sofria com uma severa crise habitacional, o que acabou se agravando com o crescimento populacional. Com a expansão acelerada dos centros urbanos, a população das áreas rurais, na busca de melhores condições de vida, passou a protagonizar o processo de êxodo rural. Entretanto, a problemática do Rio de Janeiro ainda se apresenta mais complexa quando comparada ao do restante do país, na medida em que, além do êxodo rural, inúmeros outros elementos devem ser levados em conta para compreender um século de crescimento populacional desenfreado.

Antes mesmo do *boom* demográfico, segundo Gonçalves (2013), o fim da Guerra do Paraguai (1865-1870) também exerceu condição primordial na reestruturação, não somente do Rio de Janeiro, mas de toda a nação brasileira. Muitos das pessoas negras que lutaram ao lado do Brasil no conflito, a partir de 1865, foram libertos por determinação da família real (GONÇALVES, 2013, p. 37). Concomitante a esse processo, novas necessidades mercadológicas se afloraram no país, sendo as mais notáveis as de construção naval e a indústria têxtil. Nessa medida, de acordo com Gonçalves (2013), o Estado, que poderia incentivar o aproveitamento de mão de obra dos negros recém-libertos, em vez disso, priorizou a imigração de uma grande massa europeia para substituir a antiga mão de obra escrava.

Além do aumento da população imigrante, segundo Gonçalves (2013), a desvalorização da mão de obra negra, agora remunerada, tornava paupérrima a condição de vida desses recémlibertos, em decorrência da falta ou péssimas condições de trabalho e, consequentemente, à ausência de habitações dignas para viver. Gonçalves (2013, p. 38) ainda acrescenta que, entre o período de 1872 e 1890, a população havia quase que duplicado, ainda que o número de construções para a habitação tivesse aumentado apenas 60%, o que representava um grande déficit habitacional no final do século XIX.

Valladares (2005) afirma que, em consequência disso, o Rio de Janeiro começou a enfrentar um sério problema sócio-político-espacial: o nascimento de cortiços na cidade. Esse tipo de habitação apresentava más condições de moradia e superlotação de moradores. Localizavam-se, principalmente, no centro da cidade e eram escolhidos justamente pela sua funcionalidade espacial: oferecia para aqueles que neles habitavam a facilidade de deslocamento sem precisar pagar por transportes públicos, visto que muitos deles não tinham condições para arcar com as tarifas.

As superpopulações nos cortiços reproduziram uma forma de vida insalubre e contribuíam para problemas de doenças e epidemias pela cidade. Diante dessa problemática urbana, antes mesmo da proclamação da República (1889), as políticas de erradicação de cortiços começaram a acontecer. Os cortiços e outras formas da habitação massiva eram vistos como antro de marginais e malandros, como cita Valladares (2005, p. 24):

Considerado o *locus* da pobreza, no século XIX era local de moradia tanto para trabalhadores quanto para vagabundos e malandros, todos pertencentes à chamada 'classe perigosa'. Definido como um verdadeiro 'inferno social', o cortiço carioca era visto como antro da vagabundagem e do crime, além de lugar propício às epidemias, constituindo ameaça à ordem social e moral. Percebido como espaço propagador da doença e do vício, era denunciado e condenado através do discurso médico e higienista, levando à adoção de medidas administrativas pelo governo das cidades.

Nesse sentido, os cortiços passaram a ser altamente combatidos. Exemplo disso está no artigo 29, do decreto 391, de 10 de fevereiro de 1903, que proibiu novas construções, reformas e

¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no III Seminário Nacional Sobre Urbanização De Favelas (UrbFavelas), em Salvador, em 2018, tendo sido aprimorado a partir das sugestões recebidas durante o evento.

manutenção de cortiços já existentes, sendo apenas permitidas obras de caiação². A intenção dessas políticas públicas era fazer o controle espacial das áreas centrais, visto que esses terrenos tinham valores superiores se comparados com os espaços mais afastados do centro (subúrbio).

Como medida para solucionar os problemas relacionados aos cortiços, o poder municipal incentivava os empresários e algumas indústrias a construir vilas operárias afastadas dos centros urbanos (VALLADARES, 2005). Essas habitações, ao serem construídas, teriam como futuros proprietários aqueles cidadãos que comprovassem sua pobreza; além disso, no caso das vilas construídas pelas indústrias, essas habitações tinham como objetivo exercer controle dos patrões em relação aos proletariados. Em 1902, com Rodrigues Alves assumindo a presidência, a economia do país cresceu devido a projetos de obras públicas. No Rio de Janeiro, além do saneamento da capital, outro projeto foi posto em prática: novas obras e instalações no porto do Rio de Janeiro, o mais importante do Estado (GONÇALVES, 2013).

Os efeitos dessas modernizações não tardaram a aparecer. O espaço modificado nas áreas centrais da cidade acabou por ganhar novas significações e, assim, a ser visto como área potencial e utilitária para as classes mais ricas e para o próprio governo. O ordenamento urbano começa a dividir e a ressignificar o que antes eram apenas espaços desordenados; de maneira cabal, criam-se novas organizações sócio-político-econômica-espaciais, sobretudo voltadas para o crescimento do mercado imobiliário. O surgimento das favelas é, nesse sentido, resultado direto da política higienista contra os cortiços, sendo as primeiras ocupações dos morros formas "embrionárias de favelas", que guardavam uma grande semelhança com os cortiços.

Portanto, para Valladares (2000), as formações das favelas datam antes mesmo do século XX. As ocupações – provavelmente autorizadas pelo poder público – da Quinta do Caju, da Mangueira e de Serra Morena existiam desde 1881, e eram habitadas, em grande parte, por imigrantes europeus. Campos (2004), por sua vez, argumenta que as verdadeiras estruturas primárias, que em algumas décadas à frente viriam a se tornar favelas, começaram a se desenvolver a partir de estruturas de antigos quilombos, desde o início da Guerra do Paraguai, com fatores advindos de uma grande quantidade de negros libertos da escravidão que não possuíam moradias e, por isso, acabaram por ocupar esses morros.

De qualquer maneira, é possível afirmar que a ausência de políticas públicas habitacionais na cidade do Rio de Janeiro, somada a outros inúmeros fatores históricos, resultaram no crescimento da população das favelas nas décadas seguintes, como se observa a partir da tabela apresentada abaixo, que traz dados a partir da segunda metade do século XX.

Ano	População nas favelas	
1950	169.300	
1960	335.000	
1970	554.300	
1980	628.170	
1991	882.483	
2000	1.092.958	
2010	1.393.314	

Tabela 1 - A população favelada do Rio de Janeiro

Fonte: Adaptado de Gonçalves (2013, p. 29) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Além do problema de superlotação das casas e dos problemas sanitários – visto que os morros não possuíam qualquer forma de saneamento, fazendo com o que os moradores descartassem suas fezes e depositassem seus dejetos a céu aberto –, outro problema assolava os

² Pintura a base de cal, sendo que uma de suas características é o baixo custo.

morros: a falta de segurança dentro dessas comunidades. Segundo Valladares (2005), os morros, principalmente o Morro da Favella, assumiam constantemente a seção policial das páginas dos jornais. Enquanto inicialmente a remoção dos cidadãos dos cortiços aos morros foi uma estratégia para liberar os bairros centrais para "reaproveitamento", principalmente pelo poder público, posteriormente – e pela ausência de uma política pública consistente de habitação (vide resultados pífios já apresentados) – as ocupações dos morros se tornaram a nova problemática social, política e existencial, tomando o lugar dos antigos cortiços.

À medida que o número de barracos crescia rapidamente, novos espaços foram sendo apropriados pelo movimento de uma futura "favelização", alcançando bairros da Zona Sul da cidade (GONÇALVES, 2013). É possível afirmar que as ações voltadas para o planejamento urbano, mesmo depois de 1906, eram totalmente excludentes, pois assegurava apenas direitos para aqueles que estavam aptos a habitar as áreas "habitáveis", isto é, com infraestrutura básica (incluindo saneamento). A partir de 1910, a impressa passa a utilizar o termo "favela" para se referir, pejorativamente, ao amontoado de casas que ocupavam os morros ao redor da cidade e "feriam" os aspectos sanitários e urbanísticos do centro urbano (GONÇALVES, 2013). Assim, o termo favela vem em alusão ao Morro da Favella, e acaba por generalizar toda e qualquer formação similar sem se atentar para as particularidades. É a partir daí que nasce o ideal de favela enquanto um espaço excluído e de exclusão, antro de marginalidade, miséria e violência.

Todavia, no final da década de 1990, a curiosidade pelo "exótico", pitoresco e por uma forma diferenciada de viver passa a levar brasileiros e estrangeiros a demandarem visitas a favelas do município do Rio de Janeiro (MORAES, 2017). Segundo Freire-Medeiros (2006), os marcos para essa nova relação com a favela se evidenciam com um circuito percursor à Rocinha durante a "Rio 92" – e também ao Vidigal, de acordo com Moraes (2017) – e, de forma mais marcada, com a visita do artista Michael Jackson ao Morro Santa Marta, em 1996, para filmar cenas de seu clipe *They don't care about us* ("Eles não se importam com a gente").

A partir de então, surge uma curiosidade por conhecer tais espaços, desconhecido por grande parte dos turistas que visitavam o Rio de Janeiro, em uma busca pelo "anticotidiano". Surgiu, assim, um produto denominado Favela *Tour* ou Turismo Favela, que foi agregado a produtos convencionais da "Cidade Maravilhosa", como Cristo Redentor, Copacabana e Pão de Açúcar.

Nessa seara, a favela, vista como local hostil, de miséria e criminalidade, vai, na mesma perspectiva da cidade estratégica e mercadoria, sendo projetada. Desde meados da década de 1990, o objetivo foi lançar o Rio de Janeiro como possível sede olímpica, transformando, aos poucos, as suas favelas em produto cultural e atrativo turístico do município e do país.

Segundo Leu (apud FREIRE-MEDEIROS, 2007, p. 8), percebe-se a construção de uma "favela mítica", utilizada nas campanhas publicitárias de marcas e produtos os mais variados; "por sua vez, os produtos brasileiros, quando comercializados internacionalmente, também aderem à marca favela", ao mesmo tempo em que o turismo acaba por contribuir com esse processo. Já em 2008, a Secretaria Estadual de Segurança Pública deu início ao projeto de pacificação de territórios tomados por grupos organizados de narcotráfico, que ficou conhecido popularmente como UPP. No Vidigal, a Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) ocupou o território no começo de 2012, dando início a um longo período de ausência de conflitos armados no morro (que viria a acabar em 2017, com a retomada do território pelo Comando Vermelho, suprimindo a facção Amigo dos Amigos - ADA).

Tendo em vista esta contextualização histórica preliminar, este artigo tem como objetivo discutir sobre essa nova visão da favela como produto cultural e atrativo turístico, a partir da experiência de uma das favelas mais populares do Rio de Janeiro que se volta ao turismo, a favela do Vidigal, elucidando potencialidades, problemáticas resultantes e desafios para que a atividade turística resulte em elemento de promoção socioeconômica para essas comunidades.

Dessa forma, são apresentado alguns motes: a) como esse processo se desenvolveu na favela; b) os elementos ali explorados pela atividade turística; c) a evolução de serviços turísticos

que se instalam na comunidade; e d) alguns dos desafios para que o turismo, realmente, opere como elemento de promoção socioeconômica e superação da imagem da favela como lugar da miséria e criminalidade – estigma construído a partir da realidade político-socioespacial que ali foi se consolidando em função da ausência de políticas públicas habitacionais, de urbanização e de segurança pública.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O principal objetivo de uma pesquisa é compreender determinada questão que até então estive imersa no desconhecido. A pesquisa científica fornece avanços para a sociedade ao introduzir novos elementos de reflexão e debate (VEAL, 2011); porém, para alcançar resultados confiáveis, é preciso que se recorra a um rigor metodológico e à aplicação de técnicas coerentes que consigam dialoguem de maneira sincrônicas com os objetivos da investigação.

No que tange a esse artigo, optou-se pela abordagem qualitativa, por sua natureza investigativa que se afasta de uma visão positivista. De acordo com Kovacs et al. (2011), outra característica da pesquisa qualitativa é:

[...] a construção da realidade, percebida como um ato subjetivo. A descoberta e a construção de teorias são objetos de estudo dessa abordagem. Também um aspecto deste tipo de pesquisa é que os dados coletados resultam em textos que, a partir de diferentes técnicas analíticas são interpretados hermeneuticamente (KOVACS et al., 2011, p. 21).

Assim, a pesquisa que se fundamenta em uma abordagem qualitativa deve adotar caminhos indutivos, subjetivos e que gere teorias, afastando-se do dogmatismo (MARUJO, 2013). Não negamos a importância das análises positivistas na construção do conhecimento; mas reconhecemos que essa abordagem poderia ser limitante para a nossa investigação. Dessa maneira, para além dos números e dos dados quantitativos, fez-se necessário aprofundar a pesquisa em campo, valorizando uma abordagem ontológica do método.

Sobre as técnicas selecionadas estão: pesquisa bibliográfica, com foco na historiografia das favelas e leituras que tratam da atividade turística no Morro do Vidigal; houve também observação em campo dos fluxos de visitantes e turistas no Morro do Vidigal, além da realização de uma visita guiada (por um guia de turismo – morador local), que ajudou na construção do conhecimento acerca do território. Paralelamente, houve consultas sobre meios de hospedagem em portais de reservas e redes sociais, como o *Facebook*, o Decolar, o *Booking*, entre outros, e, também, no mapa local – desenvolvimento por um designer gráfico alemão que reside no morro –, o "Vidigal 100 Segredos". Por fim, ressaltamos que este trabalho é recorte de uma investigação maior e mais extensa, que originou em um trabalho de conclusão, realizado em 2015, e culminou na escrita de uma dissertação, defendida e aprovada em 2018.

POTENCIALIDADES DO TURISMO DO VIDIGAL

A favela do Vidigal, localizada entre os bairros de Ipanema e São Conrado, área que é considerada cartão postal do Rio de Janeiro, apesar de receber alguma visitação desde a década de 1990, começa a ter o turismo como uma realidade mais evidente a partir do final dos anos 2000 e início dos anos de 2010, com a implantação da política de pacificação, materializada na Unidades de Polícia Pacificadora (UPP). Isso se deu a partir da expectativa do Rio de Janeiro tornar-se sede de megaeventos esportivos.

Assim, em 2012, é instalada uma UPP na favela do Vidigal, o que fomenta o turismo na comunidade. Segundo Moraes (2016, p. 69):

O turismo no Vidigal se caracteriza pela rápida expansão interna, com a abertura de inúmeros albergues, bares e restaurantes, a 'descoberta' da Trilha do Morro Dois Irmãos pelos turistas, bem como por sua entrada no circuito da noite carioca, sendo eleito local favorito para as mais recentes festas da moda na cidade.

Além da paisagem exuberante vista do morro, no caso do Vidigal, os principais atrativos e produtos turísticos já consolidados são: o Parque Ecológico Sitiê, a Trilha Dois Irmãos, a Prainha (ou Praia do Vidigal), os movimentos culturais representados pelo grupo Nós do Morro, as festas de música pop e eletrônica³, bem como empreendimentos que foram financiados com capital de empresários de origem externa ao morro, como o caso do famoso Bar da Laje⁴.

O Parque Ecológico Sitiê, criado há cerca de doze anos pelos próprios moradores – Mauro Quintanilha, Manoel Silvestre e o chefe dos garis do Vidigal, Paulo de Almeida, em uma área que estava abandonada na parte mediana do morro, é fruto da iniciativa de transformação de um território hostil para a comunidade, em função do acúmulo de lixo que ali existia, em uma área de lazer, educação ambiental e visitação. Após a revitalização do local, esse espaço foi transformado em um jardim onde os moradores realizaram a plantação de mudas da Mata Atlântica, doadas pelo Jardim Botânico, criando, com isso, uma espécie de Parque Ecológico, batizado como sitiê.

De acordo com Manoel Silvestre, um dos responsáveis por sua criação:

O lixo serviu de material para a construção do artesanato no local e para a própria infraestrutura do parque. O nome foi uma junção da palavra sítio com o pássaro Tiê, que existe aqui e estava em extinção. Hoje, o parque recebe cerca de 15 a 20 turistas por semana. E as pessoas da comunidade costumam vir para ler, tirar fotos, ouvir música (EBC, 2012, s/p).

O Morro Dois Irmãos, fortemente indicado como área de visitação pelos moradores, empreendedores locais e guias de turismo, pode ser acessado para caminhada por conta própria; mas os turistas também podem contratar o guiamento através do endereço eletrônico "www.trilhadoisirmaos.com.br", o que amplia sua experiência. Além do guiamento na trilha, segundo informações do portal, a contratação do serviço ainda oferece um turismo pela favela, também conhecido como favela *tour*.

Outra organização que realiza as trilhas no Vidigal é a Rio Cultural *Secrets*. Segundo o portal da organização, a empresa foi fundada em 2012 e tem como missão: "Fazer um turismo igual como quando recebemos um amigo em nossa cidade. Através de um serviço exclusivo, com guias profissionais e transporte privativo, queremos que sua estadia no Rio de janeiro seja a melhor possível" (RIO CULTURAL SECRETS, 2018). Com a opção de escolha de dois guias distintos, a organização é listada no *Tripadvisor* com certificado de excelência.

É importante destacarmos que, até 2013, o passeio à trilha Dois Irmãos era realizado, exclusivamente, por uma guia, moradora do morro, porque ela detinha o conhecimento e quase todas as indicações da área. Atualmente, o guiamento da visitação acontece com outros moradores, segundo informações coletadas em trabalho de campo na favela, em conversa com residentes e nos portais das empresas citadas. Esse quadro se alterou, pois, segundo Moraes (2016), no início de 2014, a Associação de Moradores do Vidigal executou um projeto de sinalização na trilha dos Dois Irmãos, por conta do aumento do fluxo de visitantes, o que facilitou o conhecimento e circulação na mesma por outras pessoas. Entretanto, em trabalho de campo realizado em dezembro de 2017, essa sinalização não era mais visualizada, o que destaca o "vandalismo" como um dos desafios à atividade turística na favela.

Ainda no que tange aos atrativos naturais do Morro, além do Sitiê, no entorno do Vidigal,

³ Os tradicionais Bailes Funks passam a ser jurisdição da Polícia Militar após a pacificação. Isso significa que, para a realização dos eventos, é necessário um documento autorizando o evento.

⁴ No *Instagram,* uma das principais redes sociais de compartilhamento de fotos, a #bardalaje possui mais de 28 mil resultados (22/02/2020).

existe o Parque Natural Municipal Penhasco Dois Irmãos, localizado no Leblon, que foi criado em 1992. O parque possui espécies endêmicas, quatro mirantes, brinquedos, quadras esportivas e uma trilha com cerca 1,5 km de extensão. Com entrada gratuita, funciona de terça a domingo das 8 horas da manhã até 17 horas da tarde (RIO GUIA OFICIAL, 2017).

O último atrativo natural de destaque nas proximidades do Vidigal é a praia homônima, ou, como é localmente conhecida, "Prainha". Localizada abaixo da Avenida Niemeyer, a praia do Vidigal, com pouco mais de 500 metros de faixa de areia, foi evidenciada pela mídia no ano de 2015, após a derrubada de um casarão na Avenida Niemeyer. A Prainha também já foi objeto de disputas entre os moradores do Vidigal e um hotel de luxo construído no local. O hotel Sheraton realizou uma tentativa de privatização da praia, mas seus representantes perderam a disputa em âmbito jurídico. Atualmente, há duas maneiras de acessar a praia: a primeira delas é por meio da escadaria, com cerca de 140 degraus, localizada próximo à Praça do Vidigal (do lado oposto à Avenida Niemeyer); o segundo acesso se dá através da área de piscina do Sheraton – ou seja, do lado oposto da escadaria. Há um portão no hotel que permite que seus hóspedes tenham acesso à praia. Contudo, é possível observar que o maior uso da praia é de moradores do Vidigal ou de turistas que não estão hospedados no Sheraton.

Além dos atrativos turísticos situados no Morro do Vidigal e em seu entorno imediato, os movimentos culturais existentes na favela também acabam por interessar aos visitantes, especialmente àqueles que desejam uma aproximação maior com a cultura local e a forma de vida de sua população.

O grupo "Nós do Morro" é um elemento recorrente nas falas dos moradores e turistas que convivem, de forma mais aprofundada, com a comunidade, uma vez que o turista que somente passa pela comunidade não tem a oportunidade de conhecer o projeto, sendo necessário agendar a visitação. Fundado em 1986, tinha como objetivo criar acesso à arte e à cultura para crianças, jovens e adultos moradores do Morro do Vidigal. Após 34 anos de criação, atualmente trabalha com formação na área teatral (técnicos e atores) e cinema (técnicos, roteiristas e diretores), aceitando desde crianças até adultos, sejam elas moradores do Vidigal ou não. Atualmente, o grupo conta com patrocínios e parcerias com empresas públicas e privadas. Entre os patrocinadores e parceiros, estão empresas como Petrobrás, além do próprio Governo Federal e o projeto Criança Esperança (NÓS DO MORRO, 2018).

Apesar do grupo não se constituir um atrativo turístico convencional, o Nós do Morro, em decorrência de sua função social junto à comunidade, leva a favela a estar constantemente noticiada nos canais da mídia, de forma positiva, e representa a força dos movimentos sociais e artísticos de favelas ou comunidades carentes do Brasil. Como é apresentado na página de rede social oficial do projeto,

[...] o grupo alcançou o reconhecimento da sociedade brasileira, tendo sido agraciado com prêmios diversos, tais como o Prêmio Shell, Prêmio Coca-Cola de Teatro Jovem, Prêmio Orgulho Carioca, Menção Honrosa da ONU/Unesco, e prêmio de Melhor Curta do júri oficial do 37º Festival de Cinema de Brasília, com "Mina de Fé". Além disso, já participou de projetos de intercâmbio e formação com grupos internacionais como o Royal Shakespeare Company e o Anonimus Company (FACEBOOK, 2018, s/p).

A UPP no Vidigal, além de fomentar o turismo, promoveu alterações culturais não tão positivas, sobretudo no que diz respeito à realização de eventos da comunidade, como os bailes funks. A partir de 2012, os bailes foram vetados pela polícia e festas ou eventos realizados pelos moradores (mesmo que sem caráter mercantil) deveriam contar com autorização prévia. Os bailes funks fazem parte das atividades de lazer e entretenimento dos moradores do morro, e sua proibição demostra uma das contradições evidentes do processo de pacificação instituído. Por outro lado, uma nova prática emergiu nos morros cariocas, especialmente no Vidigal, que é a realização de festas e eventos nos empreendimentos que têm o turista como público alvo, ou como os moradores denominam estes eventos, festas "pra gringo".

O primeiro local a realizar essas festas no Vidigal foi o albergue Alto Vidigal, e com a exposição desses eventos na mídia e a expansão da oferta turística no morro, novos locais de festas "pra gringo" foram surgindo. Entre esses novos empreendimentos, podemos mencionar o Bar da Laje, o hotel Mirante do Arvrão e a Laje do Neguinho. Em 30 de agosto de 2014, o jornal Estadão trouxe a seguinte manchete sobre tais festas, "O Vidigal que trocou crimes por festas cool" seguida do subtítulo "UPP se firma e também consolida alto do morro como point de jovens e famosos". A reportagem apontava o Bar da Laje e o Mirante do Arvrão como "points badalados" que promoviam eventos em que famosos marcavam presença.

Houve, também, no ano de 2014, a exibição de uma novela que evidenciava as festas do alto do morro como parte da sua dramaturgia. Na novela em questão, uma das protagonistas da trama (interpretada pela atriz Bruna Marquezine) frequentava as festas que ocorriam no alto do morro, o que aumentou a curiosidade e a demanda do público de turistas nos eventos. Em dezembro de 2019, foi sancionada uma lei que inclui o Bar da Laje no Guia Oficial e no Roteiro Turístico e Cultural da cidade (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2019).

Além dos eventos citados, outras festas são realizadas no Vidigal e atraem visibilidade e turistas para a comunidade, como, por exemplo, a Festa das Pretas, que acontece na quadra esportiva, próxima ao acesso para a trilha dos Dois Irmãos. Paralelamente, ocorrem pequenos eventos em estabelecimentos que oferecem atrações musicais ao vivo, como forró, jazz e outros estilos musicais. O Vidigal ainda possui a sua própria escola de samba: Acadêmicos do Vidigal, que desfila em Vila Valqueire.

Ainda no que tange aos aspectos culturais que atraem visitantes e são acionados para a desestabilização de imagens pré-fixadas da favela como um lugar de miséria e criminalidade, podemos citar estabelecimentos que difundem a gastronomia local. A feijoada da Tia Léia é uma das mais requisitadas e conhecidas. A responsável é reconhecida como personalidade local e já teve aparição em diversos canais televisivos; entretanto, para provar a iguaria da moradora, os interessados devem fazer um agendamento prévio com a cozinheira (Tia Léia, quando esta pesquisa foi realizada, possuía um canal gastronômico no *Youtube*).

A tentativa de mudança da imagem da favela a partir do turismo vem fazendo com que empreendimentos, diretamente relacionados à atividade, sejam instalados no Morro do Vidigal. Em um levantamento realizado em 2017, fontes como o portal "Vidigal 100 Segredos", sites de reservas de hospedagem (*Booking* e Decolar), bem como páginas de rede social no *Facebook*, possibilitavam identificar até 42 estabelecimentos de hospedagem dos mais variados, sendo a maioria albergues, tal qual se pode verificar no quadro 1.

No portal da empresa $Airbnb^5$ foi possível encontrar 36^6 propriedades para locação, ou seja, além dos estabelecimentos apresentados, muitos moradores disponibilizam quartos, partes de suas residências ou mesmo imóveis em sua totalidade para locação temporária.

Também a partir de dados, tais como o número de Unidades Habitacionais (UH's) presentes nos estabelecimentos – que consistem na quantidade quartos do empreendimento, quantidade de leitos, taxa de ocupação média, ano de inauguração do meio de hospedagem –, pode-se perceber a evolução dessa tipologia de estabelecimentos no território referente à favela do Vidigal.

A quantidade de leitos e a ocupação média ajudam a entender a quantidade de turistas que podem pernoitar no local, bem como a intensidade de fluxo desses visitantes hospedados na comunidade e que vivenciam uma experiência de maior proximidade com o morro e seus moradores. Já o ano de inauguração dos estabelecimentos nos ajuda a compreender os efeitos da política de pacificação para a atividade turística e a perspectiva de mudança da imagem da favela e, mesmo, a construção de um produto diferenciado para a "cidade Maravilhosa".

⁵ Informação coletada em https://www.airbnb.com.br/ em 2017.

⁶ Informação coletada em 01/12/2017.

Quadro 1 - Meios de Hospedagem identificados no Vidigal

Vidigal 100 Segredos 2017 Booking		Facebook	Decolar
	<u> </u>		
Vidigalhouse	Vidigalhouse	VidigalHouse	Vidigalhouse
Vidigal Hostel Bar		Vidigal Hostel Bar	Vidigal Hostel Bar
Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal
Alto Vidigal		Alto Vidigal	
Hostelzinho Vidigal	Hostelzinho Vidigal	Hostelzinho Vidigal	
Hostel Meu Cantinho	Hostel Meu Cantinho		
Hill Hostel	Hill Hostel	Hill Hostel	
Mirante do Arvrão	Mirante do Arvrão	Mirante do Arvrão	
Hostel Vista do Mar	Hostel Vista do Mar	Hostel Vista do Mar	
Hostel Bella Mar e Sol		Hostell Bella Mar & Sol	
Tamu Junto		Tamu Junto Hostel	
Natural do Rio Guest House	Natural do Rio Guest House		
Hotel Shalimar	Hotel Shalimar		
Estalagem Motel	Estalagem Motel		
Favela Vidigal Guest House	Favela Vidigal Guest		
	House		
	Laje do Neguinho	Laje do Neguinho	
	Favela Experience	Favela Experience	
	Jean Pierre Hostel	Jean Pierre Hostel	
	Mar do Rio Hostel	Mar do Rio Hostel	
Favela Maison	Elitur Cama e Café	Vidigal Muvuca Hostel	
Rojan VDG	Vidigal Sea View Apartment	Fenix Vidigal Hostel	
O Jazz & O Samba Café e	C 1 M	FAVEX Social Impacts	
Piano Bar	Casa do Mar	Hostel	
Rio Sport Hostel	Hostel Dona Pompa	Aloha Club Hostel	
Nosso Hotel	Hostel Sol e Mar	Pequeno's Hostel Vidigal	
Ocean Inn	Duplex Mar (apartamento)	Hostel Vidigal Rio x Sul	
Kasa dos Micos	Apartamento Temporada (apartamento)	Hostel Dois Irmãos	
Hostel Porto	,	Mar do Rio Hostel	
TOTAL: 23	TOTAL: 22	TOTAL: 22	TOTAL: 3

Fonte: Elaboração Própria, 2017.

Tabela 2 - Informações sobre os meios de hospedagem do Vidigal

Meios de Hospedagem	Unidades Habitacionais	Leitos	Ocupação média	Ano de inauguração
Mar do Rio Hostel	3	18	Dado não informado	2013
Varandas do Vidigal Hostel e Lounge	9	50	30%	2015
Laje do Neguinho	14	60	30%	2016
Natural do Rio Guesthouse	2	12	7%	2015
Hostel Sol e Mar	7	30	17%	2015
Hostelzinho	3	16	50%	2014
Favela Experience	10	25	40%	2014
Vidigal Hostel Bar	4	22	50%	2017
Hill Hostel	3	16	Em baixa temporada dado não informado. Em alta temporada 100%	2016
Total	55	249		

Fonte: Elaboração Própria, 2017.

No Vidigal, a UPP é um elemento importante para explicar a expansão das atividades turísticas; mas não é a única responsável por tais mudanças, já que outras ações do poder público e da mídia exerceram – e exercem – papel fundamental para construir e destruir destinos turísticos, além da intervenção do mercado.

Em 2014, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE) lançou o Guia de Bolso das Favelas do Rio de Janeiro. A publicação foi realizada em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Empresa de Turismo do Rio de Janeiro (RIOTUR) e contou com o apoio do Instituto Pereira Passos, Rio+Social e a Rede de Conexão de Turismo (CONTUR). O guia apresentou mapas, atrativos e ofertas (incluindo guias locais, estabelecimentos de alimentos e bebidas e meios de hospedagem) das seguintes comunidades: Turano, Salgueiro, Formiga, Santa Marta, Chapéu Mangueira, Babilônia, Morro dos Prazeres, Morro dos Cabritos e Tabajaras. Um ano após o lançamento da primeira edição, em novembro de 2015, as comunidades da Rocinha, Vidigal, Alemão e Penha foram incluídas no documento. De acordo com informações colhidas no portal da UPP, as comunidades foram escolhidas por já possuírem uma infraestrutura turística adequada para receber uma demanda latente das atividades turísticas.

A ideia era preencher lacuna revelada por pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Encomendada pelo Ministério do Turismo e divulgada em março, a pesquisa apontou que 58% dos turistas estrangeiros e brasileiros querem conhecer as comunidades do Rio. O problema é que o objetivo é apenas contemplar a paisagem, principalmente nos morros, já que não havia uma organização dos serviços oferecidos nessas regiões (UPPRJ, 2017, s/p).

O estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 2013, foi relevante para identificar que mais da metade dos turistas que visitavam o Rio de Janeiro apresentavam interesse em conhecer as favelas. No entanto, apenas aquelas comunidades com vista para o mar e que apresentavam um nível de consolidação de oferta turística foram evidenciadas no documento produzido pela instituição. Nesse ponto, reforçamos o caráter mercantilista das estratégias desenvolvidas, no sentido da "cidade mercadoria/marca", em que a favela deve ser destacada como um "diferencial cultural" e não um problema de planejamento urbano e/ou social. Portanto, como uma tentativa de consolidação de uma nova atividade, entendemos o turismo nas favelas como uma marca contemporânea do Rio de Janeiro.

Em algumas favelas da cidade, os produtos lançados no mercado eram estritamente relacionados ao "tour de experiência" e à exploração da pobreza real (como o caso do Jeep Tour na Rocinha). Mas, no Vidigal, a oferta desses produtos aconteceu de maneira um pouco distinta, ao passo que os atrativos e recursos naturais do morro foram evidenciados. O que ratifica o que há pouco destacamos. O próprio Guia de Bolso produzido pelo SEBRAE inicia a descrição da seção "Vidigal" com os seguintes dizeres:

Localizada na Zona Sul, entre os bairros nobres do Leblon e São Conrado, sobre o Morro Dois Irmãos, é uma das favelas com a vista mais privilegiadas do Rio de Janeiro. Pelo alto da favela, podemos adentrar numa trilha, que leva ao Pico do Morro Dois Irmãos, onde se tem uma visão panorâmica de 360 graus dos principais pontos turísticos cariocas e belezas naturais da cidade (GUIA DE BOLSO DAS FAVELAS DO RIO, 2015, p. 92).

O guia ainda traz uma lista de atrativos, entre eles o mirante do Arvrão, Parque Ecológico Sitiê, Vila Olímpica, Hostel Favela *Experience*; Bar da Laje etc. Curiosamente, o guia não insere a Praia do Vidigal. Já o mapa turístico oficial produzido pela Riotur durante os Jogos Olímpicos de 2016 realiza o processo inverso, apenas a Praia do Vidigal é identificada.

Cerca de três meses antes do lançamento da segunda edição do Guia das Favelas, foi noticiada a "descoberta" da Praia do Vidigal em várias mídias. As manchetes encontradas são diversas, entre algumas delas estão "Eduardo Paes batiza a Prainha do Vidigal", "Rio batiza a Prainha do Vidigal", e "Pedaço de praia é redescoberto com derrubada de casa na Avenida

Niemeyer". Enquanto o termo "batizar" nos fornece a ideia do nascimento ou origem de algo, redescobrir passa a ideia de algo que foi esquecido ou perdido.

A suposta "descoberta" da praia gerou manifestações de moradores diante da possibilidade da mudança de nome da praia para Praia do Ciclista. Não se pode afirmar que foi graças aos protestos, mas, no dia 24 de agosto de 2015, o prefeito Eduardo Paes, por meio do Decreto nº 40553, em seu artigo primeiro, oficializa que: "A faixa de areia, localizada na Avenida Niemeyer, na altura do número 99 (noventa e nove), passa a denominar-se Prainha do Vidigal". A denominação que consta no Decreto apenas atribuiu legalidade jurídica ao nome, visto que, por décadas, a praia é chamada de Prainha do Vidigal pelos moradores.

Outro produto importante que auxilia na divulgação da favela como local turístico é o Mapa Vidigal 100 Segredos, produzido pelo designer gráfico alemão André Koller (residente local). O Mapa, que em 2017 teve sua quinta edição, foi produzido a partir de mapas do morro, disponibilizados pelo Instituto Pereira Passos (IPP). Entretanto, as informações cedidas pela instituição pública se encontravam defasadas. André, então, contou com a ajuda de moradores do Vidigal que o auxiliaram com nomes de ruas, vielas e subáreas do morro.

O Vidigal 100 Segredos, de acordo com André (em conversa realizada em 2017), não foi pensado para ser um mapa turístico ou produto a ser comercializado. Com arte produzida pelo próprio designer, os custos de impressão são repartidos entre empreendedores que desejam que seus negócios estampem a parte de trás do mapa. Sua circulação é gratuita.

Finalmente, a mídia, por meio de manchetes em jornais, reportagens especiais, programas dominicais e até telenovelas, tem evidenciado o Vidigal como um lugar a se visitar. "Favela Chique", "lugar *cool*", "favela que atrai turista" e "visual deslumbrante que atrai" são apenas alguns dos termos que podemos encontrar em reportagens que explicitam a atividade turística no morro. Também não é incomum o nome da comunidade aparecer junto a nomes de artistas mundialmente famosos, como David Beckham, Kayne West e Anitta, o que contribui para fortalecer o imaginário turístico local.

Sobre esse imaginário turístico, Barbas e Graburn afirmam que:

O imaginário turístico representa uma parte específica da visão de mundo dos indivíduos ou de grupos sociais, de outros lugares que não aquele de sua residência principal, referindo-se aqui a contextos territoriais nos quais podem ocorrer alguns tipos de atividades de turismo e lazer (BARBAS-GRAVARI; GRABURN, 2002, p. 1).

E, segue dizendo, que:

O imaginário turístico promove também a transição entre o aqui e o distante, o próximo e o exótico, o conhecido e o desconhecido. Ele intervém decisivamente na viagem. Sem o imaginário turístico, que seleciona a partir de uma gama de destinos mais desejados, o mais atraente ou o mais encantador, não pode haver qualquer projeto de viagem. Com efeito, o papel do imaginário turístico é, neste sentido, incontornável, uma vez que ele permite aos indivíduos aproximar-se do lugar turístico em suas várias dimensões, sem que seja perdida sua dimensão material e simbólica (BARBAS-GRAVARI; GRABURN, 2002, p. 1).

Instigar o imaginário de uma demanda é o objetivo principal dos que projetam destinos turísticos. Não coincidentemente, esses órgãos são os mesmos que engendram o projeto de "cidade mercadoria/marca". Assim, a nossa análise, até aqui, aponta que tanto o poder público como a grande mídia acabam sendo utilizados como ferramentas para o fortalecimento das ações do mercado e formação da marca. De acordo com Miranda e Fortunato (2016, p. 8):

O turismo na favela pode ser percebido como um elemento de valorização local e a promoção desse destino, a "pobreza turística" que, por um lado, beneficia o mercado local, muda as imagens midiáticas e modifica o que era feio para exótico, por outro lado, aumenta a disputa pelo território e a especulação imobiliária, que muda toda forma econômica, social e cultural, fatos [...] ilustrados com análises do caso do turismo no Morro do Vidigal.

Nesse sentido, é possível dizer que a valorização do Vidigal como destino turístico parece estar apoiada, sobretudo, na exploração da paisagem, dos atrativos naturais e das festas "cools" que excluem a própria comunidade, devido aos seus preços elevados.

É importante observar, também, que o turismo na favela do Vidigal se contrapõe ao que boa parte da leitura, acadêmica e não acadêmica, indica serem o tipo de atividade turística que mais ocorre nesses territórios (favela): o turismo de pobreza. Não excluímos a possibilidade dessa segmentação se manifestar no Vidigal; porém, por intermédio da atuação em campo para a coleta dos dados empíricos, é possível notar que, nos fluxos de turistas e excursionistas que ali se realiza, há motivações ligadas à natureza (como é o caso da visita à trilha Dois Irmãos), bem como a questões culturais, por meio da frequência às festas, como as que ocorrem no Alto Vidigal e no Bar da Laje.

Alguns elementos que marcam a narrativa de turismo de pobreza, como *Jeep Tours* ou observação e fotografia por turistas de condições de precariedade, são raras no Vidigal. Subáreas como Catorze e Pedrinha, que possuem uma disposição urbana precária se comparada com locais como a Rua 3, são excluídas da narrativa dos territórios turísticos.

Uma exposição prática dessa narrativa de territórios turísticos (e não turísticos) no Morro do Vidigal pode ser ilustrada a partir da "Igreja do Papa". Construída na década de 1990 para receber o Papa João VI, a igreja se tornou um símbolo de fé e de memória para os moradores; mas é raramente visitada por turista, segundo informado por um dos mais atuantes guias locais. Dessa forma, a realidade se manifesta de maneira complexa e multifacetada, uma vez que elementos de pobreza, de violência e de atratividade turística (e outros mais) coexistem entre si e não se anulam.

ALGUNS DESDOBRAMENTOS E DESAFIOS

Apesar da compreensão recente da favela como local de festa, da diversidade cultural e, por vezes, de elementos que se contrapõem ao pejorativo, o turismo em favelas ainda apresenta muitos desafios no sentido de se consolidar como forma de promoção socioeconômica para a sua população e de superação da imagem de miséria e pobreza construída historicamente.

No Vidigal, segundo o primeiro secretário da Associação dos Moradores da Vila do Vidigal (AMVV), Moisés Alves⁷, e o responsável pelo departamento social e cultural da Associação, André Gosi⁸, a infraestrutura e os serviços urbanos são alguns dos obstáculos à melhoria da qualidade de vida dos moradores e, por consequência, de um turismo com maior qualidade. O abastecimento de água no Morro ocorre através de 3 bombas da Companhia Estadual de Águas e Esgoto (CEDAE), que realizam a distribuição para as residências e os estabelecimentos. Em decorrência do crescimento desordenado, há muitas casas com problemas de abastecimento, principalmente pela existência de muitos canos estourados que, somados à falta de manutenção, acarretam grande desperdício de água na localidade, além da falta de boias nas caixas d'água dos moradores locais. Desta forma, o abastecimento de água é deficitário.

A limpeza da comunidade do Vidigal é feita pela Companhia Municipal de Limpeza Urbana (COMLURB), que realiza a coleta às segundas, quartas e sextas-feiras; entretanto, esporadicamente, a coleta não acontece. Um grande caminhão da COMLURB realiza a retirada do lixo na parte mais baixa do morro, sendo que dois caminhões menores sobem na parte mais alta e do entorno para o recolhimento dos dejetos restantes. A coleta de lixo gera um efeito colateral que é o engarrafamento nas ruas internas do morro, haja vista que a Avenida João Goulart tem largura para apenas um veículo grande passar. Apesar de a coleta ser quase

⁷ Entrevista concedida em 2013.

⁸ Entrevista concedida em 2013.

regular, existem pontos onde é possível avistar acúmulo de lixo, como o contêiner da UPP, próximo ao Arvrão, ou em áreas residenciais, como 14 e pedrinha. Portanto, um melhor acondicionamento do lixo é um desafio para melhores condições de vida para a população e para a gestão local do turismo.

No primeiro caso, acredita-se que o acumulo de lixo ocorre graças à dificuldade de os veículos chegarem nas partes mais altas do morro, enquanto que a segunda situação ocorre pelo grande número de vielas e becos que impossibilitam a entrada de veículos de serviço público, precisando necessariamente que garis acessem esses locais para a coleta dos resíduos.

O lixo e alguns pontos de esgoto a céu aberto evidenciam problemas de infraestrutura mais graves, inclusive se revertendo em problemas estéticos ofensivos aos sentidos, aspectos negativos tanto para os moradores quanto para visitantes do local – uma vez que a pobreza e as condições precárias não aparentam ser a principal motivação daqueles que visitam o lugar.

Segundo Alves e Gosi, no início do mandato do prefeito Eduardo Paes (2012-2016), o Vidigal não estava incluso no planejamento de limpeza da cidade do Rio de Janeiro; após reivindicações da AMVV, o projeto dos garis comunitários foi posto em prática para que, além da COMLURB, os mesmos ajudassem na coleta, principalmente, em vielas e becos que são de difícil acesso aos veículos.

Além dos obstáculos apresentados, o estigma negativo da favela, ainda vendido por algumas agências de receptivo turístico, acaba por contribuir para que o turismo, muitas vezes, na contramão de tudo que foi apresentado aqui, fortaleça a imagem de precariedade e subdesenvolvimento dessas comunidades. Os roteiros denominados "safaris urbanos", feitos em jipes em algumas favelas cariocas, em que turistas entram na comunidade com empresas de agentes externos, tiram fotos da comunidade "como se estivessem em um zoológico" e vão embora, sem deixar benefícios quaisquer para a população, é um tipo de turismo que contribui para essa contradição.

Também cabe salientar a descaracterização das atividades cotidianas da comunidade, como a proibição de festas locais, e a mercantilização das mesmas, que, como explicitado pelos moradores, viraram "festa pra gringo", em que a comunidade não é incluída. Esses acontecimentos trazem para o debate outro elemento para a análise: a especulação imobiliária e a gentrificação. A intensificação dos fluxos turísticos do Vidigal não resultou apenas na expansão de ofertas turísticas ou de turistas. Diversos agentes externos passaram a vislumbrar o bairro como potencial investimento ou como local para possível habitação. A crescente procura pelas terras do Vidigal incentivou ainda mais o aumento dos preços das mesmas e, com efeito, do custo de vida na região, gerando o processo supracitado.

O termo gentrificação – utilizado pela primeira vez por Ruth Glass, no início da década de 1960, é um processo urbano que valoriza e transforma áreas urbanas que, até então, eram ocupadas por camadas populares da sociedade, promovendo a mudança de classes nesses locais. Hamnett (1991) define o processo da seguinte maneira:

Simultaneamente um fenômeno físico, econômico, social e cultural. Gentrificação [...] comumente envolve a invasão pela classe média ou grupos de alta renda de bairros de classes trabalhadoras ou de áreas crepusculares multiocupadas e a substituição ou o deslocamento de muitos dos ocupantes originais. Envolve a renovação física ou a reabilitação do que foi frequentemente um mercado imobiliário altamente deteriorado, e a sua melhoria para receber os requerimentos de seus novos donos. No processo, a habitação em áreas afetadas, tanto as renovadas como as não [renovadas], se submetem a uma significante apreciação de preços. Tal processo de transição de vizinhança normalmente envolve um grau de transformação de ocupação de aluguel à posse (HAMNETT, 1991, p.175).

Assim como ocorrido em Nova Iorque, especialmente na chamada "segunda onda de gentrificação", segundo Bidou-Zachariasen (2006), a prefeitura do Rio de Janeiro exerceu papel fundamental enquanto facilitadora de investimentos privados, de maneira a permitir que os agentes do mercado do setor turístico pudessem investir no Vidigal.

Contudo, é preciso acrescentar que o processo de gentrificação no Vidigal não ocorreu apenas por uma perspectiva habitacional. Se em um primeiro momento a maior parte das ofertas e dos equipamentos turísticos foi de iniciativa de moradores locais, com a intensificação dos fluxos turísticos, essa realidade se alterou. Desde 2012, a oferta turística pós-UPP aponta para a expansão dos meios de hospedagem e de outros estabelecimentos. Apesar da predominância de *hostels* ou albergues e três motéis – esses últimos localizados na Praça do Vidigal –, grandes empreendimentos, financiados por capital externo ao morro, foram construídos, como o Bar da Laje e o Hotel Mirante do Arvrão. Outros estabelecimentos de apoio à atividade turística também foram inaugurados, tais como restaurantes, hamburguerias *gourmet* e tabacarias. Apesar disso, vários desses estabelecimentos, hoje, encontram-se fechados, o que pode reforçar o pouco uso dos turistas desses estabelecimentos.

A UPP, como representação do poder do Estado na comunidade, em nossa análise, surge como um dos atores sintagmáticos na produção de um espaço consumível, pois é a partir dela que há a propagação de estabelecimentos voltados para o atendimento aos turistas, a criação do ideário do território pacificado e apto para visitas e pernoite. Durante esse trabalho, coletamos evidências que nos levam a afirmar que graças à atuação desse programa de segurança pública, o capital externo pode ser aplicado onde antes não tinha qualquer domínio. Não apenas o turismo como atividade fundamentalmente capitalista se desenvolveu no local, mas também o próprio mercado imobiliário.

Uma matéria publicada pela Carta Capital, em abril de 2014, já abordava a gentrificação como um problema no morro. Com a manchete intitulada "Gentrificação no Vidigal pressiona preços dos imóveis", o texto narra a história de um homem (não identificado) que percorreu o morro com ofertas de compra da casa de moradores – a matéria informava o valor de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais) por uma habitação de 35 metros quadrados⁹.

O trabalho de Miranda e Fortunato (2016) traz a declaração de um membro da Associação de Moradores da Vila do Vidigal sobre o processo de gentrificação e a supervalorização dos imóveis. O morador evidencia o problema da expulsão da população moradora do morro ou gentrificação ao exemplificar que imóveis que custavam cerca de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), em 2005, no ano de 2015, passaram a valer cerca de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). Ou seja, os imóveis sofreram mais de 1100% de valorização em 10 anos.

Em uma busca na internet 10 por compra de imóveis no Vidigal, em 2017, descobrimos valores que variam entre R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) até R\$ 2.200.000,00 11 (dois milhões e duzentos mil reais). Assim, podemos estabelecer uma relação entre o aumento da segurança no local, a intensificação do fluxo turístico e a especulação imobiliária no morro.

Em contrapartida, a redução da segurança pública pode tender ao enfraquecimento deste fluxo e, consequentemente, desvalorizar as construções.

Além do que foi apresentado, mais recentemente, entre 2016 e 2018, a falência do projeto da UPP trouxe, novamente, o medo do acesso por turistas a algumas favelas do Rio de Janeiro, seja pela violência praticada por criminosos, seja pela ação da polícia. Em outubro de 2017, uma turista alemã foi morta na Rocinha, favela mais visitada no Rio de Janeiro, após não parar em um bloqueio policial (ROSA, 2017). Apesar do evento ter ocorrido na Rocinha, é evidente que o turismo em qualquer uma das favelas do Rio de Janeiro sofre os efeitos nocivos dessa situação.

Em 2019, após deslizamento de terra e mortes, houve a interdição da principal via de

⁹ Cerca de R\$ 4.000,00 o metro quadrado. O índice FipeZap, que acompanha o preço médio do metro quadrado do país, informou que a área mais valorizada do Rio de Janeiro é a do bairro Leblon: em 2016, o valor do metro quadrado do bairro ficou por volta de R\$ 22.000,00.

¹⁰ Os sites consultados foram OLX e ZAP imóveis, em 2017.

¹¹ Esses valores também foram investigados em 2015 para compor o Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro do primeiro autor, orientado pela segunda. Na ocasião, o valor de R\$7.300.000,00 (sete milhões e trezentos mil reais) foi encontrado no ZAP imóveis.

acesso ao Morro do Vidigal, a Avenida Niemeyer¹², e com a intensificação de confrontos entre traficantes e policiais, o turismo foi altamente prejudicado.

Hoje, o vaivém de turistas pelas ladeiras do morro está menor, assim como a quantidade de pequenos negócios. O impacto do fechamento da Niemeyer foi forte. Para se ter uma ideia, a barraca de pastel e caldo de cana na pracinha de acesso à comunidade, que costumava ter filas, amarga prejuízos, porque o ponto de ônibus ali perto está às moscas. Investimentos da época áurea, como o Mirante do Arvrão e o Bar da Laje, já consolidados no roteiro carioca, também viram o público minguar. No caso do bar, funcionários calculam que, nos últimos dias, a queda no movimento foi de aproximadamente 40% (OGLOBO, 2019, s/p).

Os prejuízos no setor hoteleiro são, ainda, piores; a ocupação está 70% abaixo do habitual (SINDICATO DE HOTÉIS DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO apud O GLOBO, 2019), o que reflete não somente na esfera econômica, mas, especialmente, na social, com perdas de emprego e renda, bem como maiores dificuldades impostas à população local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desvincular a esfera econômica do turismo é impossível, visto ser uma atividade de consumo do espaço, seja esse natural ou em manifestações culturais.

Sobre a comercialização dos atrativos culturais e ecológicos no Vidigal, não é difícil concluir que o aspecto social passa por mudanças constantes ditadas por esse dinamismo. Essas mudanças ocorrem, basicamente, devido à heterogeneidade da procura (que se renova em um processo contínuo) de produtos culturais ou ecológicos. A busca de hospedagem mais barata, por exemplo, pode ter influenciado a expansão de albergues, que no Vidigal, em sua maioria, é de empreendimentos familiares. Entretanto, não apenas os empreendedores locais têm contribuição nas mudanças sociais; grandes investimentos de capital externo (até mesmo internacional) promovem alterações na estrutura social do morro, quando, por exemplo, tentam privatizar a Praia do Vidigal ou engendram o encarecimento de custo de vida.

No caso Vidigal, a atuação do poder público por meio da UPP influenciou na tomada de decisão de agentes econômicos externos a empreenderem no local. Alguns empreendimentos, como o Alto Vidigal, foram abertos por pessoas de fora do país, ao passo que outros, como o Bar da Laje e o Mirante do Arvrão, por investidores de fora do morro, mas brasileiros. No entanto, há uma dificuldade de identificar os reais investidores ou proprietários dos maiores empreendimentos locais. De acordo com informações encontradas na internet, o dono (ou um dos donos) do Mirante do Arvrão é Fernando Vitor Penteado; contudo, por meio de conversas informais com moradores, houve rumores de que os empreendimentos contam com investimento de traficantes atuantes nos territórios da Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu, como, por exemplo, Antônio Francisco Bonfim Lopes (Nem da Rocinha).

Como apontado, recentemente, os conflitos entre traficantes e a polícia nas favelas cariocas voltaram a tomar a mídia nacional e internacional, o que vem fazendo com que o turismo seja prejudicado. De acordo com reportagem publicada pelo jornal O Globo, em setembro de 2017, o turismo no Vidigal ainda não apresentava impactos significativos da retomada dos conflitos, apesar da morte de um policial militar em julho daquele ano. Todavia, a partir de 2018, com a iminente falência do programa de pacificação, o Comando Vermelho (CV) reconquistou o poderio que outrora fora da Facção no Morro, levando quase à extinção os Amigos dos Amigos (ADA), organização criminosa que ocupava não apenas o Vidigal, mas outras comunidades do município do Rio de Janeiro, como a Rocinha e a Chácara do Céu, por

¹² Estando fechada até fevereiro de 2020, quando este artigo foi submetido.

mais de duas décadas. Não coincidentemente, as reportagens encontradas online a partir de 2018 – ano na qual os conflitos entre CV e ADA foram mais intensos e culminaram na vitória da primeira – narram novamente elementos de violência e confronto. Essa realidade dificulta que o turismo resulte em reais benefícios para a comunidade, apesar de ajudar na mudança de imagem da favela.

Enquanto no poderio da ADA, a Rocinha e o Vidigal apresentaram baixas taxas de criminalidade, como bem aponta Misha Glenny (2016) em seu livro *Némesis* (que trata da biografia de Nem da Rocinha), o que possibilitou com que o turismo se tornasse uma realidade. No entanto, a atuação do tráfico de drogas nunca deixou de existir na região. Assim, é importante aprofundar estudos que tratem de como os conflitos entre as forças de segurança governamentais e as facções de narcotráfico podem impactar nos territórios turísticos e na atividade.

Em tom conclusivo, a contribuição desta pesquisa se apoia na não anulação da complexidade dos territórios – mais especificamente, da favela do Vidigal. Significa afirmar que o Vidigal é lugar tanto de pobreza e violência, quanto de festa, de cultura, de turismo e de outras manifestações e fenômenos socioculturais. É espaço, inclusive, de realização de vidas, o cotidiano concreto de milhares de brasileiros que lutam, constantemente, pela sobrevivência.

REFERÊNCIAS

- BIDOU-ZACHARIASEN, Catharine. **De volta à cidade**: Dos processos de gentrificção às políticas de "revitalização" dos centros urbanos. São Paulo: Annablume editora, 2006.
- BOOKING.COM. Disponível em: booking.com. Acesso em: 28 nov. 2017.
- CAMPOS, Andrelino. **Do Quilombo a favela:** A produção do espaço "criminalizado" no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2004
- DECOLAR.COM. Disponível em: decolar.com. Acesso em: 28 nov. 2017.
- EBC. Disponível em: www.ebc.com.br/. Acesso em: 15 out. 2017.
- FACEBOOK. **Grupo Nós do Morro**. 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/grupo. nosdomorro/photos/?ref=page_internal. Acesso em 6 jun. 2018.
- FREIRE- MEDEIROS, Bianca. **A construção da favela carioca como destino turístico**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2006.
- FREIRE MEDEIROS, Bianca. A favela e seus trânsitos turísticos. **Revista Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro. v. 2, n. 2, julho de 2007.
- GONÇALVES, Rafael Gonçalves. **Favelas do Rio de Janeiro**: História e direito. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2013.
- GRAVARI-BARBAS, Maria et; GRABURN, Nelson. Imaginários Turísticos. **Revista Internacional Interdisciplinar de Turismo**, 2012.
- GUIA DE BOLSO FAVELAS RIO. Disponível em: http://visitefavelario.com.br/. Acesso em: 30 nov. 2015.
- HAMNETT, Chris. **The blind men and the elephant**: the explanation of gentrification. Transactions of the Institute of British Geographers, v. 16, n. 2, 1991.
- KOVACS *et al.* Pesquisa em Turismo: uma avaliação das metodologias empregadas nos artigos publicados nos anais no triênio do seminário anual da Associação Brasileira de pesquisa e Pós-Graduação em Turismo ANPTUR. **Revista Turismo**, 2011.
- MARUJO, Noémi. A Pesquisa em turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. **Revista de investigación em turismo y desarrollo local**, v. 6, n. 14, jun. 2013.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e Fatos**. 2017. Disponível em: www.dadosefatos.turismo.gov. br. Acesso em: 10 dez. 2017.
- MIRANDA, Irma; FORTUNATO, Rafael Ângelo. O turismo sobe o Morro do Vidigal (Rio de Janeiro,

- Brasil): uma análise exploratória. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 9, n. 2, p. 1-20, maio-agosto de 2016.
- MORAES, Camila. Turismo em favelas: notas etnográficas sobre um debate em curso. **Plural**, São Paulo, v. 23, n. 2, p.65-93, 2016.
- MORAES, Camila. **Favelas ecológicas**: passado, presente e futuro da favela turística / Camila Maria dos Santos Moraes. 2017. Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais) Escola de Ciências Sociais da Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 2017.
- NÓS DO MORRO. Disponível em: https://www.nosdomorro.com.br/. Acesso em: 09/06/2018.
- O GLOBO. **Interdição da Niemeyer e volta dos tiroteios mudam a vida no Vidigal**. Disponível em: https://oglobo.globo.com/rio/interdicao-da-niemeyer-volta-dos-tiroteios-mudam-vida-no-vidigal-237423. Acesso em: 2 fev. 2020.
- PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Lei que reconhece Bar da Laje, no Vidigal, como atração turística do Rio é sancionada. Disponível em: http://prefeitura.rio/cidade/lei-que-reconhece-bar-da-laje-no-vidigal-como-atracao-turistica-do-rio-e-sancionada/. Acesso em: 2 fev. 2020.
- RIO CULTURAL SECRETS Disponível em: www.rioculturalsecrets.com/; Acesso em: 10 jun. 2018.
- RIO GUIA OFICIAL Disponível em: www.rioguiaoficial.com.br/o-que-fazer/espacos-culturais. Acesso em 10 out. 2017.
- ROSA, Ana Beatriz. A máscara de Cidade Maravilhosa: Violência e assassinatos afastam turistas do Rio. **Revista Huffpost**, outubro, 2017. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2017/10/24/a-mascara-de-cidade-maravilhosa-violencia-e-assassinatos-afastam-turistas-do-rio_a_23253988/. Acesso em: julho de 2019.
- UPPRJ. **Unidade de Polícia Pacificadora do Rio De Janeiro**. Disponível em: http://www.upprj.com/. Acesso em: 28 nov. 2017.
- VALLADARES, Licia do Prado. **A invenção da favela**: do mito de origem a favela.com. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.
- VEAL, A. J. Metodologia de pesquisa em lazer e turismo. São Paulo: Aleph, 2011.
- VIDIGAL 100 SEGREDOS. 5. ed. Disponível em: https://www.facebook.com/Vidigal 100Segredos/. Acesso em: 10 out. 2017.

INFORMAÇÕES DOS/AS AUTORES/AS

Fausi Kalaoum

Doutorando no Programa de pós-graduação em Turismo, Universidade de São Paulo (USP).

E-mail: fausi@usp.com

Orcid: orcid.org/0000-0002-3267-6377 Lattes: lattes.cnpq.br/0725425710734342

Isabela de Fátima Fogaça

Doutora em Geografia, Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista (UNESP/Rio Claro). Professora Permanente do Programa de Pós-graduação em Patrimônio, Cultura e Sociedade (PPGPACS). Professora do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

E-mail: isafog@hotmail.com

Orcid: orcid.org/0000-0003-1704-5435 Lattes: lattes.cnpq.br/1731543706249446

Recebido em 28/02/2020 Aceito em 20/07/2020