



RESENHA

Freire-Medeiros e a análise da favela como um produto turístico - resenha de livro

Freire-Medeiros' analysis of the favela as a tourism product – book review

Ricardo de Oliveira Rezende¹

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009, 164 p. (Coleção FGV de Bolso, Série Turismo).

Uma forma de avaliar uma obra é se ela atinge o objetivo a que se pretendeu. Freire-Medeiros se deteve na “investigação sobre o fenômeno da conversão inesperada da favela carioca em destino turístico” objetivando fazer um mapeamento do “cenário” (p. 8-11). Assim, para a autora, à sobreposição entre dinheiro e emoções alia-se uma ‘estranha’ sobreposição entre lazer e miséria. Para a autora, o fato de alguém se dispor a pagar para ver outro ser humano que sofre e que isso seja feito durante as férias exige do cientista social um complexo esforço de interpretação (p. 46-47).

A autora afirma que os defensores deste tipo de turismo em áreas pobres, afirmam que ele “incrementa o desenvolvimento econômico da região, a consciência social dos turistas e a autoestima das populações receptoras” (p. 47). Os críticos, de outro lado, reconhecerem algum impacto positivo em alguns projetos, no entanto, em nenhum caso os moradores das localidades visitadas usufruem realmente dos benefícios gerados; o que as visitas motivariam são atitudes voyeuristas diante da pobreza e do sofrimento” (p. 47). Sua obra tem 2 objetivos: 1) refletir sobre mo-

¹ Bacharel em Turismo, especialista em Planejamento e Gestão Social, mestre em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais. Doutorando em Geografia pela Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. E-mail: ricarduus@gmail.com.

tivações e expectativas dos turistas, saber o papel dos mediadores (guias e empresários) e 2) perceber sentimentos e emoções que mobilizam turistas ‘diante da pobreza dos outros’” (p. 12).

O primeiro capítulo aborda como a favela desponta como atração turística, ou seja, o surgimento da “pobreza turística” no Rio de Janeiro. O construto proposto - “pobreza turística” - é definido como “uma pobreza emoldurada, anunciada, vendida e consumida com um valor monetário definido no mercado turístico” (p. 28). A pesquisa tenta entender o processo em que a favela passa de vilã do trade a atração turística. Segundo a autora, a origem da favela como destino turístico remete à ECO 92 quando as autoridades tentaram isolar as favelas do olhar estrangeiro” (p. 49-50).

O segundo capítulo é dedicado a aspectos históricos e geográficos do fenômeno da pobreza turística. A autora vê um possível retorno da prática vitoriana de slumming - tendência a visitar as áreas mais pobres para filantropia ou por curiosidade (p. 29). Este retorno, deve ser entendido como parte constituinte do mercado, que define um valor monetário para a pobreza, um preço devidamente acordado entre agentes e consumidores (p. 32).

Segundo a autora, cresce o número de turistas política e ecologicamente corretos que evitam a todo custo ‘o lazer de ir ver o que se tornou banal’ (chamados pós-turistas). Procuram-se experiências inusitadas, interativas, aventureiras e autênticas em destinos cujo apelo reside na antítese daquilo que se costumava classificar como ‘turístico’. Assim, localidades ‘marginais’ são reinventadas (p. 33). Ouriques (2005, p. 56)² afirmou que o advento do turismo em favelas foi a descoberta de uma nova funcionalidade da favela, em que sua “estética específica torna-se mercadoria para visitação turística”. Tratar-se-ia de um fenômeno global, presente em locais pobres da Europa à África. Para a autora que a indústria do turismo cria uma economia das sensações que lhe é específica (p. 48).

No Capítulo 3, a autora apresenta o resultado de sua pesquisa, sob a perspectiva dos donos das agências e dos guias. A autora contabiliza em 7 as agências que trabalham com este tipo de produto, nas quais, a utilização de jipes é bem característica e também muito criticada. Uma das agências que atua na Rocinha possui “38 jipes e capacidade para levar até 280 pessoas por vez. São oferecidas visitas exclusivas à Rocinha de duração média de três horas e também pacotes nos quais a favela é combinada a outras atrações da cidade, como a floresta da Tijuca” (p. 51). Mas há agências que se diferenciam conduzindo o turista a pé com guias da própria

² OURIQUES, H. R. A Produção do Turismo: fetichismo e dependência. Campinas-SP: Alínea, 2005.

favela, amenizando a crítica dos que “acusam o jipe de inspirar a ideia de um ‘safári de pobres’” (p. 54-55).

Entre as recomendações para quem visita a favela está “ignorar eventuais provocações, não interromper a passagem de moradores nas ruazinhas estreitas e não dar esmolas” (p. 69) e também recomendações sobre fotografar. Outra característica do turismo na favela é o chamado “momento laje”, quando se para para apreciar a vista, uma característica comum a todas as agências. Este é, sem dúvida, um dos mais apreciados pelos visitantes: com o mar de casas a seus pés, eles podem confrontar a favela com seu entorno, as casas mal alinhadas com os edifícios luxuosos à beira-mar (p. 51).

São importantes também as informações que a autora sistematiza quanto, por exemplo, a preços (“algo em torno de US\$ 35 por pessoa”, p. 57) e comércio de suvenires (“Há uma variedade de produtos ‘by Rocinha’”, p. 66). Quanto à imagem que é passada da favela, a autora coloca que a Rocinha é divulgada como local ‘pacífico’ e ‘belo’, no entanto o convívio com as atividades do tráfico de drogas é corriqueiro. Para a autora, “o tráfico e suas práticas violentas são temas inevitavelmente abordados durante os passeios” (p. 69).

A autora informa que “todos os donos de agências afirmaram veementemente que não dão qualquer quantia aos traficantes e que jamais houve nenhum tipo de interferência dos ‘donos do morro’ no business turístico” e conclui que não teve, obviamente, como “verificar se é feito algum pagamento de ‘pedágio’, mas há por certo uma inevitável convivência, que pode ser menos ou mais estreita” (p. 70). Completa ainda que apesar de relatos de episódios tensos, há consenso de que não existe perigo e que na verdade, o turismo na Rocinha tem por consequência desestruturar a lógica que associa favela e violência (p. 72). Por outro lado, o principal desapontamento dos guias de turismo é alto e, segundo a autora, isso não tem a ver com sua remuneração (em torno de R\$ 50,00/passeio), Não se trata de um desapontamento com baixas remunerações, mas de um descrédito crescente no papel do turismo como agente de transformação social (p. 74).

O Capítulo 4 apresenta dados da pesquisa com os turistas, que são majoritariamente estrangeiros. O campo realizado em 2005, teve entrevistas com 56 turistas, bem como a análise de seus blogs e fotologs de viajantes (p. 83). A autora percebeu uma característica em comum que é “a ansiedade em diferenciar-se”. “Em primeiro lugar, eles pretendem distinguir-se dos turistas convencionais, cuja vivência no Rio de Janeiro estaria limitada ao circuito praia, Corcovado e Pão de Açúcar”. “Em seguida, procuram diferenciar-se dos turistas-voyeur que visitariam a favela sem com ela interagir” (p. 83-84).

Há também uma busca pelo encontro com a comunidade e com uma cultura ‘autêntica’, ainda que essa busca esteja fadada à frustração” (p. 86). Freire-Medeiros diagnostica que “o que vigora é a busca por novos e exclusivos destinos turísticos (reality tours) – não só pra o lazer e o relaxamento, mas também para a certificação de status” (p. 92). Aborda ainda que a maioria dos turistas desconhece que o valor pago pelo passeio não vai diretamente para os moradores; e estes, em grande parte, não sabem que os turistas pagam para fazer o passeio.

Segundo a pesquisa, a prática de fotografar a favela, que conteria um potencial de criar um contraestigma, sendo uma das práticas que mais caracteriza o consumo da favela pelo turista (p. 99). O dilema de ir ver os pobres é elevado à máxima potência quando se resolve, nestes passeios, fotografar os pobres. Mas a própria comunidade, segundo apreendemos do texto, “diz não se incomodar com as câmeras estrangeiras” (p. 106).

Já no Capítulo 5, Freire-Medeiros aborda o tema sob o olhar do autóctone. Busca-se responder à estranha sinonímia que existe, no Rio de Janeiro, entre favela e comunidade. Assim, a favela emerge como território autossuficiente portador de uma cultura própria, em que os habitantes se mantêm unidos em oposição à sociedade egoísta que os cerca (p. 96), mas uma “comunidade cercada”, as quais proliferam protegidas por vigilantes e dispositivos eletrônicos” (p. 97). É essa comunidade, que não se dá pelo sentimento de pertença, mas pelo de exclusão.

O turismo de favela beneficia economicamente um segmento muito específico e minoritário, não promove uma distribuição efetiva de lucros e as agências de turismo raramente estabelecem diálogo com as instituições representativas da favela (p. 118). Mesmo assim, os moradores vêem com simpatia a presença dos turistas. Houve mesmo, por parte da associação de moradores a proposição de um “roteiro de dentro” (p. 130) que, não deu certo.

Já em suas considerações finais, a autora afirma que há um “choque cognitivo” provocado pelo par favela e turismo (p. 143). Cerca de 28% da população brasileira reside em áreas reconhecidas como favelas, geralmente situadas em médias e grandes cidades do país (p. 144). O processo de exclusão re-edita o mito das ‘classes perigosas’, rótulo pelo qual se vê a favela e seus moradores (p. 145).

Freire-Medeiros entende que as favelas são reconhecidas e evitadas pelo senso comum como circuitos “selvagens” da cidade (p. 146). De fato, Boaventura Santos nos ensina que vivemos a emergência do fascismo societal, que se dá não em um regime político, mas antes, em um regime social e civilizacional e em várias formas, sendo que uma delas seria um duplo padrão de ação estatal direcionado um, para

as zonas selvagens (fora do contrato social) e outra para as zonas “civilizadas” (SANTOS, 1999, p. 51-52) 3.

Assim, o turismo na favela vem sendo rejeitado em função de dois argumentos, em si diferenciados, mas que levam ao mesmo fim. Primeiramente os que acreditam que a favela é um espaço que por ser locus da violência e da pobreza não deve ser mostrado para que não destrua uma pretendida “imagem” do Brasil. A outra visão rechaça o turismo na favela porque fere a dignidade dos seus moradores já que os mostraria como animais em um zoológico.

A autora argumenta que “reflexões acadêmicas sobre o tema do turismo na favela são ainda escassas, o que reforça a reprodução de percepções de senso comum, usualmente reativas ao mal-estar que a associação entre dinheiro e moral, lazer e miséria provoca” (p. 147). No âmbito das políticas públicas, a autora afirma que o incentivo ao turismo em lugares pobres pode ser associado à noção neoliberal de “alívio da pobreza” a qual poderia, num ambiente de livre mercado, tender justamente a agravar as desigualdades que reforçam a pobreza (p. 147).

Ao final a autora afirma que para o morador a questão não é a existência deste turismo, mas como ela se processa. Segundo a autora, não há como saber que caminhos irá percorrer a mercadoria pobreza turística, mas sustenta dois pontos:

- 1) que “o turismo de pobreza de pobreza não é culpado pela miséria e desigualdade, ainda que se alimente delas” e
- 2) que “a favela turística não é avaliada como algo imoral por nenhum dos atores sociais envolvidos, o que não significa, de modo algum, que conflitos morais lhes sejam estranhos” (p. 152).

A conclusão mais importante da obra é, nas palavras da autora, “que os passeios não oferecem à Rocinha a chance de usufruir em pé de igualdade os benefícios econômicos gerados com o turismo” (p. 77). Para terminar, é interessante lembrar a “intensidade e a velocidade com que o campo da favela turística continuamente se renova” (p. 134). E, exemplo desta renovação, podemos ver o nascimento de projetos de turismo comunitário nas favelas do Rio de Janeiro, nos quais as comunidades não são parte da paisagem a ser consumida por turistas e operadores, mas, sim, “donas do seu próprio nariz” se apropriam do turismo e resolvem se mostrar e receber turistas.

3 SANTOS, B. S.. Reinventar a Democracia: entre o pré-contratualismo e pós-contratualismo. In: HELLER, A. et al. A Crise dos Paradigmas em Ciências Sociais e os Desafios para o Século XXI. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999, p. 33-75.