

**O TURISMO NA FAVELA DO VIDIGAL: BASE COMUNITÁRIA OU BASE MERCADOLÓGICA?**

Fausi Kalaoum\* &amp; Patrícia Elizabeth de Souza Santiago\*\*

**Resumo**

Esse trabalho teve como objetivo principal analisar criticamente a intensificação dos fluxos e ofertas turísticas que ocorreram na favela do Vidigal, localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro, após a instalação da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) no ano de 2012, pelo viés do Turismo de Base Comunitária (TCB). A partir desse acontecimento, o Vidigal – favela vizinha de bairros como Ipanema, Leblon e Copacabana, conhecidas mundialmente como bairros turísticos – foi palco do crescimento não apenas da demanda, mas também da oferta turística. Assim, o principal questionamento a ser respondido por essa pesquisa foi “estaria a atividade turística no Vidigal apoiada nos princípios do Turismo de Base Comunitária?”. Para alcançarmos resultados, esse trabalho foi construído com o uso de referencial teórico, entrevistas e observação em campo, sendo esse trabalho parte de uma dissertação. A conclusão obtida ao fim da pesquisa aponta que o turismo no Vidigal está pautado em uma lógica mercantil e até mesmo exploratória, diferentemente da sua favela “irmã”, a Rocinha, que é apontada por Freire-Medeiros como tendo a prática do turismo de base comunitária.

**Palavras chave:** Vidigal; Turismo; Favela; Turismo Comunitário.

**TOURISM IN THE FAVELA OF VIDIGAL: COMMUNITY BASED OR MARKET BASED?****Abstract**

This paper had as main objective to analyze critically, by the bias of the community tourism, the intensification of the fluxes and touristic supply that occurred in the favela of Vidigal, located in the South Zone of Rio de Janeiro city, after the occupation of the Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) in the year of 2012. From this moment, Vidigal – neighbor favela of Ipanema, Leblon and Copacabana worldwide known as touristic neighborhoods – was a stage of the growth not only of the demand, but also the touristic supplies. Thus, the principal questioning of this research was “would the touristic activity in Vidigal be supported by the principles of Community Tourism?”. To achieve these results, this work was constructed with theoretical references, interviews and field observations, being this paper part of a dissertation. The conclusion obtained in the end of the research points that the tourism in Vidigal is ruled by a Market Logic and even exploratory, differently of its sibling favela “Rocinha”, that is pointed by Freire-Medeiros as Community Tourism Favela model.

**Key words:** Vidigal; Tourism; Favela; Community Tourism.

**TURISMO EN LA FAVELA DE VIDIGAL: ¿BASE COMUNITARIA O BASE DE MERCADO?****Resumen**

El objetivo principal de este trabajo fue analizar críticamente la intensificación de los flujos y ofertas turísticas que se produjeron en la favela de Vidigal, situada en la Zona Sur de Río de Janeiro, tras la instalación de la Unidad de Policía de Pacificación (UPP) en 2012, debido al sesgo del Turismo Basado en la Comunidad (TCB). A partir de este evento, Vidigal – una favela vecina a barrios como Ipanema, Leblon y Copacabana, conocidos mundialmente como distritos turísticos – fue el escenario del crecimiento no sólo de la demanda, sino también de la oferta turística. Por lo tanto, la principal pregunta que debía responder esta investigación era “¿la actividad turística en Vidigal se apoyaría en los principios del Turismo Basado en la Comunidad? Para lograr resultados, este trabajo se construyó con el uso de referencias teóricas, entrevistas y observación de campo, siendo este trabajo parte de una disertación. La conclusión obtenida al final de la investigación señala que el turismo en Vidigal se basa en una lógica mercantil e incluso exploratoria, a diferencia de su favela “hermana”, Rocinha, que es señalada por Freire-Medeiros como poseedora de la práctica del turismo comunitario.

**Palabras clave:** Vidigal; Turismo; Favela; Turismo comunitario.



Licenciada por Creative Commons  
4.0 / Internacional  
CC BY 4.0

\* Doutorando em Turismo/ USP (2019), Mestre em desenvolvimento territorial e políticas públicas/ UFRRJ (2018), Especialista em gestão de cidades e planejamento urbano/ UCAM (2017), Bacharel em turismo/UFRRJ, (2016). Aluno de doutorado no programa de pós-graduação em turismo da Universidade de São Paulo. Professor substituto da UFRRJ em 2018, ex-tutor CEDERJ entre 2016 e 2018. CV: <http://lattes.cnpq.br/0725425710734342> [ [f.kalaoum@hotmail.com](mailto:f.kalaoum@hotmail.com) ]

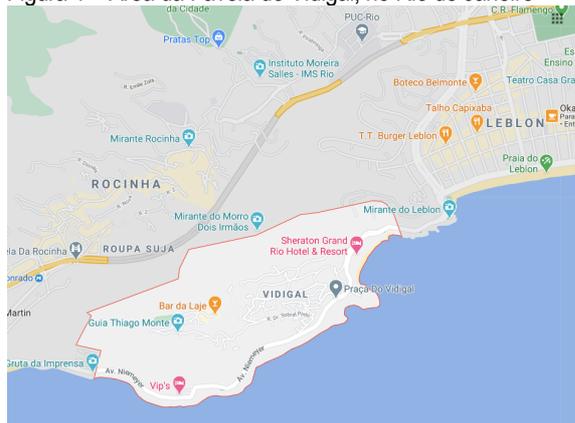
\*\* Mestrado *latu sensu* em Administração Pública / Universidade Estácio de Sá (2018). Graduação em Turismo / UFRRJ (2016). Analista no Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). CV: <http://lattes.cnpq.br/6856789940208648> [ [patricia.tur@hotmail.com](mailto:patricia.tur@hotmail.com) ]

## 1 INTRODUÇÃO

As primeiras moradias do Vidigal ocorreram na década de 1940, na margem da atual Avenida Niemeyer, que teve sua construção iniciada pelo engenheiro João Dantas em 1886. Apesar de investir todo o seu patrimônio na tentativa de finalizar uma linha de ferro que ligaria o local que seria Vidigal até o litoral Sul Fluminense, o projeto do engenheiro não se concretizou até o fim de sua vida, mas serviu como base para a construção da avenida que liga os bairros Leblon e São Conrado (Maxwell *apud* Tepedino, 2007).

De acordo com o relato de um dos moradores, as primeiras construções foram erguidas ao lado de onde hoje está construída a ciclovia Tim Maia. Ainda segundo o relato, tal localidade passou a ser conhecida como Roberto Marinho, em alusão ao ex-empresário fundador da Rede Globo de Televisão. Essas mesmas construções, no entanto, foram demolidas e alguns de seus moradores foram transferidos para os conjuntos habitacionais (como o de Vila Kennedy e o de Antares), ou recomeçaram a construção de suas casas na área denominada Catorze (14). O que é atualmente a principal entrada do Vidigal, conhecido como Praça ou Pracinha só viria ser ocupada posteriormente, concomitante com as moradias tanto do Catorze para acima (em direção as localidades da Pedrinha e do Largo do Santinho), como pelas diagonais que resultaria nas construções da Avenida Presidente João Goulart e proximidades (Rua 3, Rua Nova etc.).

Figura 1 – Area da Favela do Vidigal, no Rio de Janeiro



Fonte: reproduzido do Google Maps (2020a).

Assim como as favelas mais antigas, os moradores do Vidigal não escaparam das tentativas de remoção. Mesmo com a criação da Fundação Leão XIII (1947) que tinha o objetivo de atuar nas favelas a partir de medidas sócio-políticas – através de saúde, educação e habitação – ainda assim os moradores do Vidigal vivenciaram a primeira tentativa

de remoção em 1958, através da empresa Melhoramentos do Brasil (Maxwell como citado em Tepedino, 2007). Em 1967, em consequência da expansão demográfica dos bairros de Ipanema e Leblon, os moradores de Vidigal sofreram a segunda tentativa de remoção. Concomitantemente, a associação de moradores do Vidigal foi criada e por meio de lutas políticas, conquistou o direito de reparar os barracos em más condições garantido assim a sua permanência.

Com a construção do hotel de luxo Sheraton em 1968, acontece a tentativa de privatizar a praia conhecida como Praia do Vidigal (Prainha). A atuação do hotel gerou revolta nos moradores da favela que representados juridicamente pela Pastoral das Favelas, com os juristas Sobral Pinto e Bento Rubião, garantiram o direito de uso da praia (Maxwell como citado em Tepedino, 2007). Segundo Gonçalves (2013) no ano de 1977 ocorreu uma terceira tentativa de remoções dos moradores com o pretexto de proteger a vida dos moradores que corriam um possível risco de desabamento.

Em disputa jurídica, os moradores da favela do Vidigal garantiram a permanência no local e também criaram um marco de encerramento das políticas de remoção coletiva com argumento político de urbanização do espaço. Dois anos mais tarde, os moradores do Vidigal receberam a ilustre visita do Papa João Paulo II que proporcionou melhorias de infraestrutura na favela.

Já no século XXI, no ano de 2010, os dois primeiros albergues (ou *hostels*) surgiram no Vidigal: o Alto Vidigal, localizado na subárea conhecida como Arvrão; e o Vidigalbergue, localizado no Catorze. Em 2011, foi a vez de o terceiro albergue ser inaugurado, dessa vez, o Vidigalhouse, localizado na Rua Três. Foi também ao final de 2011 que a Unidade de Polícia Pacificadora, a UPP, se instaurou no morro, dividindo o território com o a facção Amigo dos Amigos (ADA). A partir desse momento, pode-se observar uma explosão na oferta de meios de hospedagens no morro, como também a abertura de empreendimentos que tiveram/têm os turistas como público alvo.

A partir da breve contextualização supracitada que narra a historicidade do Vidigal de um território de disputa a um território de fluxos turísticos, e, acontecimentos que contribuíram para a intensificação desses fluxos de visitantes, o objetivo geral desse trabalho foi o de analisar, crítica e reflexivamente, se a atividade turística do morro foi construída sobre preceitos de base comunitária, ou se a atividade foi apropriada para fins exclusivamente de crescimento econômico, pautado numa base mercadológica. Sendo esse o objetivo geral desse trabalho, destaca-se que essa investigação compõe

um trabalho maior que resultou na construção de uma dissertação de mestrado (Fausi, 2018), e destarte, nesse contexto mais amplo, o que se apresenta aqui fora um dos objetivos específicos desta.

Sobre a relevância desse trabalho, apesar de as favelas cariocas terem se tornado marcas turísticas e uma considerável produção acadêmica e não acadêmica ter sido produzida ao redor do tema, ainda se reproduz bastante do senso comum, entre alguns deles: a crença de que favela é sinônimo de miséria e consumo de pobreza; a homogeneização dos territórios favelados e por fim, o que mais se enquadra nessa discussão, de que o turismo em áreas vulneráveis é necessariamente de base local. Dessa maneira, essa pesquisa ajuda não apenas na construção de um olhar mais crítico de investigação, como também na desmistificação dos espaços homogêneos, sobretudo os da favela que carregam o estigma de pobreza, violência e subdesenvolvimento.

A discussão teórica central desse artigo debruça-se sobre o conceito de Turismo de Base Comunitária em contraponto com um Turismo de Base Mercadológica. Trata-se de um debate indutivo, ou seja, não possui uma dedução inicial e, por sua vez, dispensa a comprovação de uma hipótese qualquer. Sobre a abordagem do método, trata-se de uma pesquisa qualitativa, que utilizou como técnicas a pesquisa bibliográfica e observação. Os dados foram coletados assistematicamente por meio de conversas casuais e informais também foram utilizados na composição desse artigo.

Os resultados encontrados apontam para uma transição de um turismo de iniciativa comunitária para um turismo de base mercadológica, graças à penetração de capital externo (por vezes de origem internacional) na construção de empreendimentos turísticos (como o caso do Bar da Laje) e de apoio ao turismo (como restaurantes menores e outros).

Esse trabalho está dividido em 4 subseções a partir da introdução. A primeira traz uma discussão teórica sobre o turismo de base comunitária, sua conceituação e suas premissas. A segunda traz os procedimentos metodológicos adotados para a construção dessa reflexão. Em terceiro lugar, a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. Finalmente, a seção final levanta considerações e apontamentos.

## 2. QUADRO TEÓRICO

Os estudos e compreensão da atividade turística tendem a serem desafiadores, dado sua complexidade. Não apenas a prática em si, mas a própria construção teórica a respeito do tema pode causar confusão, estranhamento ou falta de consenso

entre os próprios especialistas da área por conta de sua multiplicidade de terminologias e classificações (Emmendoerfer, Moraes & Fraga, 2016). Isso pode ocorrer, pois, trata-se o turismo de um fenômeno estudado por perspectivas das ciências sociais aplicadas e humanas, se desprendendo assim, muitas das vezes, de leis e teorias (aliás, há uma teoria do turismo?), em processo inverso das ciências exatas e da natureza. Diante do exposto, é possível afirmar que essa confusão teórica também se estende para o entendimento do termo Turismo de Base Comunitária.

O conceito de Turismo de Base Comunitária surge como contraproposta a um modelo de turismo massificado, pós-industrial e com características homogeneizantes (Arrudas & Gonçalves, 2018; Pinheiro, 2014). Apesar de não existir um conceito amplamente aceito do TBC (Fabrino, 2013), há elementos similares que surgem nas diversas discussões do constructo. Para o Ministério do Turismo, TBC pode ser entendido como

“a construção de um modelo alternativo de desenvolvimento turístico, baseado na autogestão, no associativismo/cooperativismo, na valorização da cultura local e, principalmente, no protagonismo das comunidades locais, visando à apropriação por parte destas dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade turística” (Ministério do turismo, 2008, p.01).

Burgos e Mertens (2016) apontam que o Turismo de Base Comunitária (TCB) se estabelece como uma proposta diferenciada do turismo convencional. De acordo com os autores, o elemento fundamental para essa diferenciação é a participação de todos os envolvidos de uma comunidade na atividade. Essa participação coletiva surge como elemento estratégico para buscar soluções coordenadas, permitindo assim o desenvolvimento relacional entre os agentes envolvidos e potencializando as chances de sucesso (Bartholo, Bursztyn & Delamaro, 2009).

Maldonado (2009, p.31) compreende turismo comunitário como “uma forma de organização empresarial sustentada na propriedade e autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, de acordo com as práticas de cooperação e equidade de trabalho e na distribuição de benefícios gerados pela prestação de serviços turísticos”. Ainda de acordo com o autor, o elemento basilar para que o turismo comunitário ocorra é a dimensão humana e sua cultura, na qual o visitante conhece e aprende sobre o modo de vida dos sujeitos contidos naquele território. A definição de TCB da *World Wide Fund for*

*Nature* (WWF) também ajuda a reforçar a ideia acima: Aquela onde as sociedades locais possuem o controle efetivo sobre seu território, desenvolvimento e gestão. É por meio do envolvimento participativo desde o início, projetos de turismo devem proporcionar a maior parte de seus benefícios para as comunidades locais. (Silva, 2014, p. 10). Contudo, é necessário levar em consideração que apesar da participação de todos os grupos no que se propõe como base comunitária, isso não é sinônimo de homogeneização dos mesmos. Em outras palavras, como aponta Burgos e Mertens (2016), há uma multiplicidade de interesses entre diferentes grupos e essas arenas de participação surgem para equalizar soluções que melhor atendam determinada realidade.

Aqui cabem breves parênteses em nossa discussão teórica: tratar da participação popular é, inevitavelmente, esbarrar nos processos políticos de um sistema de governo democrático. No que diz respeito à democracia participativa, os Conselhos Gestores de Políticas Públicas, incluindo os Conselhos de Turismo são os principais mecanismos em variadas escalas – municipais, estaduais, regionais e federais – constituídas de representantes do Estado e da Sociedade Civil. Para Gohn, tais podem ser entendidos como “canais de participação que articulam representantes da população e membros do poder público estatal em práticas que dizem respeito à gestão de bens públicos” (Gohn, 2001, p.7). Apesar dessas formas institucionalizadas de participação, que envolve a política em seu sentido mais literal, é importante enfatizar que os processos de participação comunitária superam essa perspectiva da administração pública. Trata-se também de auto-organização e autogestão da localidade, e podem ocorrer, por exemplo, por meio de Associações e grupos de moradores, sobretudo em localidades onde se tem ausência de políticas públicas para o desenvolvimento inicial do turismo.

Para Freire e Ferreira (2015), as ações do turismo de base comunitária articulam o aspecto econômico com outros, diluindo assim um alto nível de hierarquização dos lucros ou crescimento econômico. Surge, portanto, como um movimento de resistência contra os modelos hegemônicos e predatórios da atividade turística. Para Coriolano (2009), o TCB surge como uma contraproposta, ou uma forma de resistência ao turismo hegemônico e tem a colaboração como um dos elementos primordiais para sua execução. Busca, não apenas o crescimento econômico, mas visa consonância com o desenvolvimento social e ambiental.

Na América Latina, o TCB se estabelece a pouco mais de 3 décadas e surge dentro de um contexto de mudanças socioeconômicas e políticas

que se aplicam a construção de novos paradigmas como o debate acerca da sustentabilidade. (Doria & Hallazgos, 2016).

Já para Burgos e Mertens a proposta do TBC

“[...] está ancorada na prevalência dos padrões relacionais interpessoais. Assim, as relações estão implícitas na acolhida e hospitalidade dada aos visitantes por meio de vínculos “humanizados” e da criação de espaços compartilhados, propícios para práticas de sociabilidade e interação entre visitantes e visitados. Além disso, processos colaborativos entre os membros da comunidade, enquanto principais partes interessadas no TBC, são necessários para oferecer os serviços dirigidos aos turistas, bem como para assegurar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade, preservar os recursos turísticos e minimizar os impactos negativos da atividade. Mediante incorporação de estratégias de colaboração, os membros da comunidade têm oportunidade de coordenar os aspectos que conformam o “pacote turístico” e de dar resposta às necessidades dos turistas, tais como transporte, hospedagem, alimentação e entretenimento, dentre outras. Além disso, minimizar as ameaças potenciais do turismo sobre os ambientes naturais, socioculturais e econômicos locais, de forma a preservar os atrativos turísticos e alcançar o benefício coletivo para a comunidade, passará pela implementação de alianças mutuamente benéficas que sejam economicamente rentáveis e socialmente aceitáveis para a população local” (2016, pp. 83-84).

As atividades inseridas em um formato comunitário devem se preocupar também com questões relacionadas à conservação de recursos naturais e a potencialização do aspecto social (Pinheiro, 2014). TBC não deve ser confundido como uma segmentação turística, mas como uma prática ou “filosofia” de desenvolver a atividade, respeitando alguns preceitos. Assim, o turismo de base comunitária desenha contornos para um modelo mais sustentável, mas não preenche os conteúdos.

Não há, como se espera de definições que tratem das atividades sociais e humanas, uma única definição do TBC, mas há elementos que são necessários – e outros que são erroneamente utilizados pelo senso comum – para o entendimento desse tipo de atividade: a apropriação; participação; empoderamento comunitário; qualidade da experiência do visitante e desenvolvimento econômico e social para a comunidade são alguns desses (Hiwasaki, 2007).

A partir do que é discutido acima, esse trabalho apresenta uma síntese dos principais elementos discutidos nas produções acadêmicas e não acadêmicas do turismo comunitário, são eles:

- Autogestão;
- Heterarquia de interesses (econômico, social, cultural);
- Protagonismo endógeno;
- Valorização da cultura local;
- Pequena escala/ fluxo de visitação reduzido.

Sobre o primeiro critério, esse trabalho se atenta para um olhar mais crítico e constrói uma observação importante: muitas conceituações de base comunitária trazem a participação como um elemento basilar. Ocorre, entretanto, que o entendimento de participação não deve ser esgotado na palavra em si, mas ir além dentro de um olhar crítico. De acordo com Bordenave (2002) há graus e níveis de participação, sendo a informação o menor deles e a autogestão o maior. Os autores desse trabalho acreditam que somente a autogestão é uma característica do TBC, pois “o grupo determina seu objetivo, escolhe seus meios e estabelece controles pertinentes, sem referência a uma autoridade externa” (Bordenave, 2002, pp. 32-32).

Os critérios estabelecidos indicam que o TCB surge como uma ferramenta de empoderamento de uma comunidade local, estabelecendo relações dentro do território que escapam de uma lógica mercantil. Nesse contexto, pode-se considerar que a atividade turística não surge como primazia de resolução de todos os problemas locais. Ao invés disso, é visto como elemento integrador e fortalecedor da participação local e democrática.

Segundo Fabrino (2013) quando de fala de base comunitária duas características são importantes: a complementaridade e insubstituibilidade, que por sua vez indicam que: 1) o turismo surge apenas para complementar as atividades econômicas já vigentes num dado território e 2) não substitui ou não se torna a principal atividade na qual um grupo vá recorrer.

No que tange o aspecto de valorização das sociedades e suas culturas, o TBC vai na contramão do turismo massificado ou over turismo. Essa atividade objetiva valorizar as experiências autênticas e da cultura local. Manifesta-se, portanto, como algo singular e não homogêneo, como ocorre em turismo de massa, na qual o produto turístico consumido pode ser encontrado em diferentes destinos (ou em um modelo de estrutura de mercado, de concorrência perfeita). Por centralizar a vida dos moradores locais como produto e/ou atrativo turístico, assume-se que o quantitativo do fluxo de visitantes nesses locais seja menor, e conseqüentemente, não há necessidade de

superinfraestruturas e/ou ofertas como hotéis de luxo (Arruda & Gonçalves, 2020).

Ao utilizar esses quatro critérios como principais norteadores de análise para esse trabalho, cria-se um contraponto de aspectos que excluem ou enfraquecem a característica comunitária da atividade, sendo eles:

- Gestão pulverizada/ Participação comunitária pouco ativa;
- Hierarquização do interesse econômico;
- Protagonismo exógeno;
- Pouca ou desvalorização da cultura local;
- Grande escala/intenso fluxo de visitação.

Finalmente, Irving (2009) esclarece que Turismo de Base Comunitária não deve ser considerado pelo viés de uma perspectiva clássica de ocorrer em comunidades de baixa renda ou as comunidades tradicionais, mas sim pela perspectiva de coletivismo, ou uma espécie de rede de cooperação entre os agentes do turismo.

Almeida e Castro (2017, p. 72) trazem que “muitos territórios são chamados de comunidades, no contexto do turismo de base comunitária, sem que haja arranjos sociais e culturais comunitários, ou seja, conformados por relações e organizações comunitárias”. É sob essa ótica que analisamos a produção e o consumo da atividade turística no Vidigal:

“O turismo de base comunitária, portanto, tende a ser aquele tipo de turismo que, em tese, favorece a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e que por esta via, promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento” (Irving, 2009, p.113).

A perspectiva oferecida pela autora não apenas se sincroniza com esse trabalho, como é peça fundamental para a análise e compreensão do tipo de turismo realizado na Favela do Vidigal. Isso, pois, essa visão da atividade desconstrói a fábula que comunidades pobres necessariamente desenvolvem uma atividade de base comunitária e, em contrapartida, possibilita a análise de comunidades de alta renda ou não tradicionais por essa perspectiva.

Para esse estudo, como será discutido adiante, é a primeira premissa a mais importante, se estabelecendo, inclusive como o objetivo principal de análise desse trabalho. A Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM) entende o TCB – ou nesse caso, apenas TC mesmo – da seguinte maneira: “Estratégia de garantia de território e uma oportunidade para as populações tradicionais possuírem o controle efetivo sobre o seu desenvolvimento, sendo diretamente

responsáveis pelo planejamento e gestão das atividades, estruturas e serviços turísticos propostos.”

A mesma rede ainda define oito diretrizes que ajudam a entender se a atividade se enquadra ou não no formato TCB. Entre essas, nos chama atenção as seguintes:

- As atividades de turismo são desenvolvidas por grupos organizados e os projetos são coletivos, de base familiar;
- O turismo comunitário fundamenta-se na diversidade de culturas e tradições, promovendo a valorização da produção, da cultura e das identidades locais;
- O turismo comunitário promove o relacionamento direto e constante entre grupos que também desenvolvem a experiência de um turismo diferente, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre si;
- O turismo comunitário fundamenta-se na construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza que busque a sustentabilidade socioambiental.

A partir dessas diretrizes, podemos delinear um processo dicotômico, ou seja, critérios que desenquadrem a atividade da proposta de TCB:

- Atividades desenvolvidas por grupos e projetos hierárquicos, em detrimento do coletivo;
- Não valoriza ou evidencia a cultura local;
- Atividade que desenvolve pouco ou nenhum contato com os autóctones;
- Busca de ganhos econômicos apenas.

De fato, esses critérios dicotômicos carecem de debate e desenvolvimento. Não está no objetivo desse trabalho a construção teórica dicotômica entre o que pode e o que não pode ser considerado como Turismo de Base Comunitária. Contudo, pode ser uma oportunidade para leitores e pesquisadores futuros de desenvolver esse trabalho, sobretudo pautado na discussão sobre território e seus usos.

Finaliza-se o marco teórico apresentando uma síntese do conceito de TBT: trata-se de uma forma, e não uma segmentação do turismo. Quando utilizada a palavra forma, isso significa afirmar, em primeira instância, como a atividade é organizada e não o rol de produtos disponíveis de determinado destino.

O Turismo de Base Comunitária trata, portanto, de uma organização que preze a participação coletiva dos grupos envolvidos no planejamento e gestão da atividade turística e busca o desenvolvimento integrado dos aspectos econômicos, sociopolíticos, culturais e ambientais e não ocorre necessariamente em comunidades tradicionais e/ou de baixa renda.

### 3 METODOLOGIA

O principal objetivo de uma pesquisa é tornar inteligível determinada questão que até então estivera imersa no desconhecido. A pesquisa científica fornece avanços para a sociedade humana ao introduzir novos elementos de reflexão e debate (Veal, 2011), porém para alcançar resultados confiáveis – haja vista que não existe pesquisa perfeita –, é necessário que haja um rigor metodológico e a aplicação de técnicas coerentes que dialogue de maneira sincrônica com os objetivos da investigação.

Esse rigor difere o conhecimento científico de outros. Araújo (2006) aponta diversas formas de produção de conhecimento, e entre eles estão: o senso comum, o religioso, a arte, a ideologia e o científico. França (1994) traz a seguinte reflexão “Naturalmente, não existe uma única forma e um só caminho para o conhecimento. Nós conhecemos como resultado de nossa vivência, conhecemos através de informações que recebemos, de manifestações artísticas, de experiências místicas e espirituais; nós conhecemos também através de um trabalho sistemático de pesquisa e estudo, com a utilização de métodos específicos. A essa última forma de conhecimento chamamos conhecimento científico (1994, pp.140-141).

Minayo (1993) afirma que o objeto das Ciências Sociais é histórico, ou seja, que as sociedades humanas existem em um espaço determinado com uma formação social que é específica ao seu tempo e a sua acumulação histórica (que inclui fatores culturais, políticos, econômicos etc.). Dessa maneira, nenhum estudo baseado nas Ciências Sociais deve ser considerado como verdade absoluta (o que é verdade?). Retoma-se a importância da aplicação do método como maneira de reduzir erros, produzir um conhecimento que escape do senso comum e propor teorias – que possam ser falseabilizadas na medida em que o tempo histórico se acumula. O conhecimento científico tem importância, pois, a partir dele é possível compreender as relações sociais de maneira mais clara, além da possibilidade de encontrar soluções práticas para determinadas problemáticas.

Assim, a pesquisa que se fundamenta em uma abordagem qualitativa adota caminhos indutivos, subjetivos e que gere teorias, se afastando do positivismo (Marujo, 2013). A abordagem qualitativa não foi escolhida a esmo. Ela trata, na verdade, de uma escolha de investigação que não poderia ser realizada de maneira tão aprofundada por técnicas quantitativas, isso porque de acordo com Minayo (1993, pp. 21-22) “[...] trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e

atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações e dos fenômenos”. Para Dencker (1998, p.97), “a observação dos fenômenos sociais, feita de maneira intensiva, a qual implica a participação do pesquisador no universo de ocorrência desses fenômenos, é uma metodologia do tipo qualitativo”. Por se tratar de um estudo indutivo – e não dedutivo – não apresenta uma hipótese inicial a ser testada ou comprovada.

Entre as técnicas utilizadas para a composição desse trabalho estão: revisão bibliográfica que verse sobre a discussão teórica de Turismo de Base Comunitária, bem como outros temas que atravessam as descobertas em campo, tal como o debate sobre a estratégia de gentrificação. Entre as ações que ajudaram na construção desse artigo estão: tour com guia local pelos territórios não turísticos do Vidigal; conversas com moradores e representantes locais e observação de fluxos turísticos nos principais atrativos do morro, como a Trilha Dois Irmãos e o Bar da Laje.

#### 4 RESULTADOS

Ao fim de 2011, soldados do Batalhão de Operações Especiais, o Bope, ocuparam o morro durante a madrugada, dando início assim ao processo de instauração da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) que teria a sua sede “inaugurada” em janeiro de 2012, criando assim um marco de intensificação de fluxos e ofertas turísticas no morro do Vidigal.

Com a entrada da UPP, os moradores do morro puderam testemunhar um *boom* em inauguração de estabelecimentos, fossem esses diretamente ligados a atividade turística, como o caso dos meios de hospedagens, ou ofertas de apoio a atividade que tinham um público alvo bem definido: os visitantes. Apesar desse crescimento de meios de hospedagens, esses estão/ estavam concentrados em determinadas regiões do morro, criando assim uma dinâmica de territórios “turísticos”, ou seja, que recebem o fluxo de visitantes – como a Rua 3 e o Arvrão - em detrimento com territórios não turísticos, que podem ser entendidos como territórios com fluxo quase nulo de visitantes (é o caso da subárea do Catorze ou da Jaqueira).

Se em 2011, o número de meios de hospedagem era de apenas três, durante os períodos dos megaeventos no Rio de Janeiro – entre 2014 e 2016-, cerca de vinte cinco albergues (ou *hostels*) se mantiveram em funcionamento no Vidigal, sendo grande parte de empreendimentos familiares ou dos próprios moradores do morro. Entretanto, outro movimento de investimento começou a ocorrer e grandes meios de hospedagem como a Laje do Neginho e Hotel Mirante do Arvrão foram

construídos. Durante essa investigação, uma das descobertas é que esses empreendimentos são oriundos de capital externo ao morro. Houve também a compra de alguns *hostels* por empreendedores estrangeiros, como o caso do Alto Vidigal. Outro empreendimento oriundo de capital externo foi o Bar da Laje, que se tornou um dos principais atrativos dentro do morro.

Essa mudança de gestão dos negócios marca nosso primeiro contraste teórico: o fato de boa parte dos meios de hospedagem ter característica familiar, ou seja, diversos moradores utilizaram a sua própria residência para transformá-las em quartos compartilhados e administram por conta própria seus negócios pode remeter no primeiro pensamento uma organização de base comunitária para o turismo do morro do Vidigal. Contudo, com a entrada de capital externo para construção de empreendimentos voltados necessariamente para o turismo, vemos a participação empreendedora dos moradores locais se diluir. Esse pensamento é reiterado por Irving: Considerando que o turismo, em qualquer de suas formas de expressão e intervenção, interfere na dinâmica sócio-ambiental de qualquer destino, o turismo de base comunitária só poderá ser desenvolvido se os protagonistas deste destino forem *sujeitos e não objetos do processo* (Irving, 2009, p.111, grifo nosso).

Desde 2012, como já dito, a oferta turística pós UPP aponta para a expansão dos meios de hospedagem e 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 são inaugurados como restaurantes, hamburguerias *gourmet* e lojas especializadas em fumo.

Essa intensificação dos investimentos de capital externo coincidiu com a aproximação dos megaeventos esportivos que ocorreram no território brasileiro. Podemos, assim, chegar ao entendimento que há pelo menos dois momentos distintos no aprofundamento da expansão da oferta turística e de apoio turístico no morro: o primeiro, compreendido entre 2012 e 2014, foram os investimentos menores, e geridos por famílias oriundas da localidade; já em um segundo momento, a partir de 2014, uma nova onda de investimentos começa a ser aplicada no morro. Nesse momento, afirmamos que a entrada do capital ocorre de fato, e negócios como Bar da Laje, Laje do Neginho e Hotel Mirante do Arvrão são inaugurados.

Similarmente ocorre com o *hostel* Nova Era: no dia 16/02/2018, dois sócios estrangeiros promoveram a festa de lançamento do grupo “Nova Era” – nesse evento o Favela *Experience* foi renomeado para Nova Era - que tem como objetivo principal, de acordo com os empreendedores, criar um turismo de experiência que estabeleça como elemento principal da experiência do turista com o morador. A Nova Era é uma empresa de turismo de impacto social e que tem como missão aplicar o turismo como ferramenta de desenvolvimento social. Segundo um dos sócios, é preciso reformular o atual modelo de atividade turística da favela, onde o visitante geralmente apenas sobe o Dois Irmãos e vai embora. Em suas palavras “isso não é turismo, é uma visita a uma montanha”. Ainda de acordo com o discurso proferido na festa, a empresa tem como missão proporcionar um turismo diferenciado, pautado na base comunitária e que permite quebrar preconceitos e desenvolver a empatia.

A proposta para que isso ocorra está apoiado em um preceito socioeconômico. Em primeiro lugar, distribuir 70% do rendimento da empresa para a comunidade através da construção de uma rede que abriga projetos sociais, fornecedores locais, Organizações Não Governamentais e empreendedores, onde cada um desses recebe uma porcentagem do trabalho realizado. O *tour* pela favela é realizado por guias locais, e não pelos donos do grupo Nova Era (que são estrangeiros). O objetivo desse guiamento local não é apenas mostrar a favela, mas também transmitir um pouco da história individual de cada guia para o turista. A combinação de *colivinge coworking*, onde pessoas que trabalharam em áreas diferentes compartilham um espaço e ajudam um ao outro faz parte do projeto de experiência da empresa. A ideia é trazer turistas para permanecer por pelo menos trinta dias no Vidigal e que assim, esse faça uso dos bens e serviços locais. Isso representaria superar a atividade superficial que atualmente ocorre no morro e promover uma troca mútua entre autóctones e alóctones.

A Nova Era criou parceria com a Companhia de Viagens *G Adventure* Canadá para a criação de projetos no Vidigal que são financiados pelo Planeterra. Entre esses projetos, há o de capacitação de guias e o desenvolvimento de artesanato local. Além da parceria com a *G Adventure*, a Nova Era concorre atualmente a um fundo da empresa *Booking* para o desenvolvimento sustentável do turismo. A empresa está entre os 10 finalistas e solicitou a quantia de 300 mil euros para desenvolver o turismo não apenas no Vidigal, mas também em outras quatro favelas ainda não definidas.

O grupo tenta redefinir o perfil de turista que vem ao Vidigal e como consequência, a *práxis* turística. A parceria com a *G Adventure* ajuda a garantir que os grupos que permanecerão ao menos por 30 dias no Vidigal possam conviver com os moradores e até mesmo desenvolver projetos sociais de maneira individual a partir de seus conhecimentos e aptidões (como o caso de um turista que tem lecionado aulas de tênis para crianças). No campo da ideia e do discurso a *práxis* turística se materializaria, no proposto pelos proprietários do Nova Era, em um turismo com a favela, valorizando em primeira instância as relações humanas, as memórias e as histórias, e na favela, onde os elementos físicos e geográficos surgem como pano de fundo. O objetivo principal aparenta ser o máximo envolvimento dos moradores com a prática da atividade turística, sem a intervenção de grupos externos, o que garantirá, em teoria, o desenvolvimento humano e econômico dos envolvidos, materializando assim um turismo de base comunitária de fato.

Se os idealizadores do Nova Era vão materializar essa prática de turismo de base comunitária somente uma pesquisa posterior poderia demonstrar. O que fazemos aqui é evidenciar duas colocações: primeiramente que apesar de a atividade turística ocorrer no Vidigal, pouco ou até mesmo nada da história do morro e das relações sociais entre moradores e turistas é posta como *práxis* turística. Em segundo lugar, a conformação da superestrutura de turismo tem grande influência dos agentes externos – mesmo que alguns deles hoje morem no Vidigal.

Foi preciso, por exemplo, que dois investidores estrangeiros pensassem e iniciassem um projeto que, em teoria, corresponderá a um turismo de base comunitária ou que um empresário do ramo de alimentos e bebidas – que é o caso da rede Belmonte – investisse no primeiro hotel do morro ou ainda a criação do Bar da Laje, que deixou de ser apenas uma oferta turística e ele próprio tomou-se um atrativo.

Por meio da atuação do estado que se foi possível implantar novas demandas de consumo turístico e, em um processo concomitante, expandir a atuação do capital para novas regiões geográficas. No caso Vidigal, o Estado representado pela presença da UPP criou possibilidades de investimentos do capital em espaços até então não alcançados a partir da sua ação de “pacificação”. Essa ação, por sua vez, não foi voltada apenas para a criação e fomento de um trade turístico, como também para o investimento imobiliário (Santos, 2014; Miranda & Fortunato, 2016).

Se em um primeiro momento, dentro de um jogo de escalas, o turismo no Vidigal possa dar indícios de uma construção de base comunitária, quando

alargamos o nosso conhecimento sobre a atividade no morro, encontramos contradições bem delineadas.

Uma matéria publicada pela Carta Capital em abril de 2014 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 Vidigal com ofertas de compra da casa de moradores – a matéria informa o valor de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais) por uma habitação de 35 metros quadrados<sup>1</sup>. O trabalho de Miranda e Fortunato (2016) traz a fala de um membro da Associação de Moradores da Vila do Vidigal sobre o processo de gentrificação e a supervalorização dos imóveis. A fala do morador evidencia o problema da expulsão 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).

A gentrificação, nesse contexto, surge como elemento opositor ao que se espera de um território que desenvolva turismo de base comunitária. Representa uma estratégia, - e não um efeito – dos detentores de capital que veem em certa localidade uma oportunidade de lucro. A diferença entre estratégia e efeito é que no segundo caso, pode-se ter a ideia de algo que acontece “por acidente” ou como efeito indesejado em uma determinada localidade, enquanto a primeira é fruto de um planejamento realizado por aqueles que detêm o capital.

No caso do Vidigal, o processo de gentrificação se dá por vias do turismo e não habitacional. As casas e lojas que são compradas, geralmente, são inauguradas posteriormente como empreendimentos voltados para atender o turista. Esses acontecimentos não são aleatórios e nem ingênuos, muito pelo contrário, exalta a capacidade do capital se apropriar de espaços até então ignorados ou “não rentáveis”.

Dessa maneira, temos um forte contraponto de pulverização – ao invés de autogestão – do turismo no morro:

Quando se fala em turismo comunitário ou de base comunitária, estamos nos referindo àquele turismo construído pela comunidade e para a comunidade, onde os atores sociais comunitários não apenas participam, mas têm controle efetivo nas decisões relativas ao turismo na localidade [...] Esse turismo tem como subsídio o respeito às heranças culturais e tradições locais, podendo servir de veículo para revigorá-las e por vezes resgatá-las (Silva, 2014, pp. 9-10).

<sup>1</sup> 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.

Além do (des)ordenamento pulverizado da atividade turística, há ainda uma hierarquização dos ganhos econômicos. Diante de grandes empreendimentos de capital externo, e não da cooperação ou economia local, os lucros obtidos não têm como destino final os moradores da favela, mas os grandes empresários por trás da administração desses negócios.

Um dos principais produtos a ser consumido no Vidigal são as festas que ocorrem em uma das partes mais alta do morro, o Arvrão. Essas festas ocorrem no Bar da Laje, Hotel Mirante do Arvrão e no Alto Vidigal. Aqueles que sobem o morro para estar, exclusivamente em uma festa, utilizando veículo do empreendimento para ir e retornar, muitas vezes comprando ingresso antecipado, até está fisicamente na favela, tem um registro da sua experiência – por memória, por fotos – se relacionando com um não-lugar. A interação e relacionamento com a comunidade local se tornam restritos ou nulos, o que dificulta o desenvolvimento ou aprofundamento do conhecimento sobre aquele local – e pouco se assume que esse seja o objetivo desses excursionistas.

Em termos de discurso e de experiência, o fato de ter frequentado o tão badalado Bar da Laje em uma favela carioca com uma “bela vista de todo Rio de Janeiro” pode render ao sujeito um *status* social. O lugar, afirma Rodrigues, “é o referencial da experiência vivida, pleno de significado; enquanto espaço global é algo distante, de que se tem notícia, correspondendo a uma abstração” (1997, p.76). Afirmamos que a “experiência” favela para o excursionista está voltada para o consumo de alguns espaços, que altera as dinâmicas da população e impacta minimamente de maneira positiva para a mesma.

Durante a realização de festas e eventos pelos empreendimentos, barricadas de madeira são colocadas na entrada do Arvrão para impedir que mototáxis cheguem até a escadaria de entrada (onde geralmente é o ponto final das motos). Essa providência acontece por conta do oferecimento oneroso de transporte provido pelos empreendimentos. Em consequência disso, os moradores, hóspedes, visitantes ou turistas que desejam subir ao Arvrão em dia de evento realizado pelo Bar da Laje e pelo Mirante do Arvrão são deixados no Alto, ao lado do *contêiner* da UPP e precisam realizar uma caminhada curta para ter acesso ao local.

O processo para descer é o mesmo, é necessário atravessar as barricadas e caminhar de volta até o contêiner que passa a ser, de forma temporária, o novo ponto final dos mototáxis.

Diante desse cenário, podemos compreender que os turistas vivenciam pouco o Vidigal. Nos

registros fotográficos analisados, o Vidigal raramente surge como elemento principal, e sim a paisagem que ele proporciona. A “experiência favela” muitas vezes se limita a utilizar a Avenida João Goulart – a principal via da favela que liga a entrada até o Arvrão– apenas como forma de deslocamento.

A partir das festas, podemos mais uma vez, notar não apenas uma hierarquização do aspecto econômico, como também a supressão da cultura e participação local. Com o custo de ingressos que chegavam ao valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) sem consumação – ou seja, o ingresso não dá direito de comer ou beber dentro do estabelecimento – pode-se afirmar que o público alvo é os visitantes, não moradores. Já dentro das festas, o que se tem não é a reprodução da cultura local, mas festas sem nenhuma carga cultural local que se apropria apenas do espaço geográfico para vender o produto “favela”. Com o impedimento dos mototáxis, e a disponibilização das vans para buscar e levar os clientes, o protagonismo local perde a vez para o empresariado.

A fala de um de nossos entrevistados é esclarecedora nesse ponto: “o turismo no Vidigal é exploratório, pois não centraliza o morador como agente da atividade turística”. O termo turismo exploratório nas favelas cariocas surgiu também como agenda política. O Vereador Célio Luparelli propôs através do Projeto de Lei 1599/2015 a criação de Áreas de Especial Interesse Turístico (AEIT)<sup>2</sup> em alguns locais da cidade, como o Morro da Providência, Pavão-Pavãozinho, Vidigal e mais 18 localidades. Entre as propostas do PL, estavam:

Art. 2º O poder executivo realizará as seguintes ações nas Áreas de Especial Interesse Turístico constantes do artigo anterior, em caráter permanente e com a participação de profissionais da cadeia produtiva locais, guias locais, a Rede de Conexão de Turismo em Favelas (Contur), os fóruns de turismo locais e a Comissão Permanente de Turismo da Câmara Municipal do Rio de Janeiro:

I – Criação de roteiros históricos, culturais, gastronômicos e ecológicos, reunindo os principais ativos turísticos locais;

II – Ampliação da divulgação nacional e internacional do Turismo em Favelas através da Secretaria Especial de Turismo e da Riotur;

III – fomento a atividades de educação ambiental e de valorização histórica e cultural locais;

IV – Realização de diagnóstico aprofundado dos

serviços, recursos e atrativos turísticos das localidades e da disponibilização em meio digital e impresso através das publicações do Rio Guia Oficial;

V – Promoção da capacitação dos agentes de informações da Cidade em relação ao segmento e *workshops* para o mercado operador turístico;

VI – Promover parcerias entre agências e operadoras de turismo e os guias locais que realizam o turismo de base comunitária;

VII – Criação de fórum permanente de pesquisa sobre Turismo em Favelas, com a participação de departamentos de instituições de pesquisas voltadas para o estudo das favelas cariocas.

Por fim, além dos meios de hospedagem, empresas de guiamento, como o caso da CruxEco, capital internacional como o da *Getyourguide* e até mesmo guias de turismo autônomos de fora do morro passaram a usufruir e impactar o território local. Já a empresa CruxEco realiza *tours* pelo Vidigal pelos valores de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) ou R\$ 240,00 (duzentos e quarenta reais) por pessoa. De acordo com informações do *site* da empresa, o passeio tem duração de 2 horas e meia e é garantido seguro e guiamento com um profissional credenciado, além do transporte (no caso da opção de R\$ 240,00).

Outra empresa que trabalha com o guiamento dentro do Vidigal é a *GetyourGuide* que cobra entre 62 e 70 euros por pessoa em um passeio que de acordo com a empresa pode durar até cinco horas. O ponto de encontro dos que compram o produto é em frente ao hotel Sheraton – localizado no Leblon - e inclui guiamento pelo morro Dois Irmãos e pelas ruas da favela. Um contato via *e-mail* com a *Getyourguide* foi realizado com o objetivo de descobrir se os guias contratados pela empresa eram locais.

A resposta fornecida pela empresa esclareceu não ter essa informação, visto que trabalhava com a terceirização do produto turístico ofertado. A empresa cria parcerias com agências de receptivos locais e disponibilizam os passeios à *Getyourguixploratde*. Mais uma vez, o protagonismo local parece ser diluído. Durante a realização da trilha, descobriu-se que há conflitos por melhores pontos entre “ambulantes” que vendem bebidas e alguns alimentos. Descobriu-se também que alguns desses ambulantes trabalham para empresários de fora do morro. Diante das informações coletadas nessa investigação, é possível construir um quadro de tese e antítese baseado nas principais características e contra características do turismo de base comunitária.

<sup>2</sup> De acordo com o Art. 3º da Lei 6.513/77: Áreas Especiais de Interesse Turístico são trechos contínuos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservados e valorizados no sentido cultural e natural, e destinados à realização de planos e projetos de desenvolvimento turístico.

**Quadro 1 – Análise do turismo no Vidigal em teses do TBC.**

TESE DO TBC NO VIDIGAL		
Característica	Situação	Informação
Autogestão	Enfraquecida	Ocorreu em certa medida coma criação de hostels e outros empreendimentos de famílias locais.
Heterarquia de interesses	Pré-existente com ressalva	O grupo Nova Era surge, em 2018, com a ideia de valorização cultural e social. Ainda assim, o grupo é formado por dois estrangeiros que moram no Vidigal.
Protagonismo endógeno	Enfraquecido	Atuação de estrangeiros e empresariado externo no planejamento e desenvolvimento do turismo
Valorização da cultura local	Pré-existente com ressalva	O grupo Nova Era planeja ações de valorização da cultura local.
Pequenos fluxos de visitantes	Relativo	Há territórios com maior fluxo, como os locais de festas e trilha. Outros quase não há turistas ou visitantes.

Fonte: elaboração própria.

**Quadro 2- Análise do turismo no Vidigal em antíteses do TBC.**

ANTÍTESE DO TBC NO VIDIGAL		
Característica	Situação	Informação
Pulverização	Fortalecida	A entrada do capital externo – incluso internacional – enfraquece o movimento de empreendedorismo local.
Hierarquia econômica	Fortalecida	Estratégia de gentrificação; Efeito multiplicador do turismo enfraquecido pelo aumento de capital externo e/ou estrangeiro no morro; Conflitos entre moradores por melhores pontos de venda na trilha Dois Irmãos
Protagonismo Exógeno	Fortalecido	Crescente número de empreendedores e guias externos ao morro.
Pouca valorização da cultura local	Presente	As festas realizadas no morro não trazem elementos da cultura, grupos ou personalidades locais
Grandes Fluxos de Visitantes	Relativo	As festas realizadas chegam a lotar. Forma-se então aglomerados de pessoas ao redor dos empreendimentos. A trilha não possui nenhum tipo de controle. Grupos grandes podem entrar juntos sem nenhum tipo de orientação ou restrição.

Fonte: elaboração própria.

A partir dos dois quadros apresentados, pode-se concluir como síntese que o aprofundamento da atividade turística do Vidigal foi ensaiado brevemente com aspectos de base comunitária, mas se enfraqueceu com a penetração do capital externo/internacional nos territórios ditos turísticos do morro, caracterizando-se como uma base voltada para o mercado. Pelas informações coletadas até a construção desse artigo, o grupo Nova Era ressurgiu como uma tentativa de reavivar a base comunitária, mas ainda assim há ressalvas: ambos os sócios são estrangeiros e ocupam um protagonismo duvidoso para as premissas da base comunitária.

## 5 CONCLUSÃO

A instauração da UPP Vidigal em 2012 provocou um fenômeno de intensificação de fluxos e ofertas turísticas no morro. Usamos o termo intensificação, pois, de acordo com diversos entrevistados, foi possível descobrir que o fluxo turístico no Vidigal ocorre há pelo menos 3 décadas. Graças a intervenção do

Estado, por meio de uma suposta política pública de segurança, que criou um grande cinturão de UPP's pelas favelas da cidade do Rio de Janeiro, os moradores do Vidigal presenciaram o número de albergues saltar de três para mais de vinte e cinco. Esse processo, no entanto, não se restringiu apenas aos meios de hospedagem.

Se nos primeiros anos da UPP - entre 2012 e 2014 – parte dos empreendimentos foram inaugurados pelos próprios moradores, a aproximação dos megaeventos esportivos tais como a Copa do Mundo (2014) e os Jogos Olímpicos (2016) mudaram esse cenário consideravelmente. Vários dos hostels passaram a ser comprados e gerenciados pelos “gringos”, um bar que cobra R\$50,00 apenas a entrada (sem consumação) e um hotel de luxo foram inaugurados no Vidigal, o que marca a entrada de capital externo na produção de produtos e atrativos turísticos do morro. Guias de turismo não locais e até mesmo empresas internacionais que terceirizam passeios pela favela remodelaram o “mercado turístico”. Dessa maneira, características do turismo

de base comunitária como a valorização da cultura local, o contato com a comunidade e o desenvolvimento holístico – que supere apenas uma perspectiva econômica – são subjugadas pelos interesses de empresários externos ao morro.

Assim, pode-se inferir que diferentemente do turismo realizado na Rocinha, como apontado por Freire-Medeiros (2007), o turismo no Vidigal não tem base comunitária. Não há uma rede de cooperação que conecte os agentes locais e criem vínculos que ajudem a constituir a atividade no morro. Ainda que haja uma quantidade considerável de empreendimentos turísticos (e de apoio ao turismo) administrados por moradores locais, não foi identificado nenhum tipo de produto que valoriza a experiência, a cultura e a história da favela.

Guias locais, como o que foi contratado para auxiliar na produção dessa pesquisa, realizam tours pelos “territórios com produtos turísticos” (como a trilha e o Bar da Laje), tomando aparte as regiões mais residenciais e, portanto, menos valorizadas. É o caso da Igreja do Papa que, apesar da sua relevância patrimonial histórica e de memória, é, de acordo com o próprio guia, raramente visitada por turistas.

Ao mesmo tempo esse turismo altera as relações e instaura uma hierarquia de poder. O impedimento do mototáxi de circular até o ponto final do Arvrão em dias de festas; a permissão ou restrição desses eventos tanto pela UPP, quanto pela facção em comando; o uso, sem qualquer tipo de controle, da trilha Dois Irmãos e os impactos provocados no meio ambiente não apenas reforçam a ausência dos locais no planejamento da atividade turística, como evidenciam um poder simbólico nas mãos de grupos estatais ou paraestatais (como o caso dos membros das facções e os empresários).

Estes usos acabam por produzir também abusos resultantes de uma atividade turística em que a sua superestrutura se apropria da favela como marca e cria simulacros de consumo. Portanto, a falta de poder de decisão dos moradores na apropriação e uso do território para a atividade turística também marca o enfraquecimento da possibilidade do TCB e reforça um turismo hierárquico capitalista.

## REFERÊNCIAS

- Araújo, C. A. Á. (2006). A ciência como forma de conhecimento. *Ciências & Cognição* 8, 127-142.
- Bartholo, R., Sansolo, D. G. & Bursztyn, I. (2009). *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem.
- Bordenave J. E. D. (2002) *O que é participação?* São Paulo: Editora Brasiliense.
- BRASIL. Ministério Do Turismo, MTUR (2020, junho 10). Recuperado de: <<http://www.turismo.gov.br/>>

- Burgos, A. & Mertens, F. (2016). As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. *Tourism & Management Studies*, 12 (2).
- CARTA CAPITAL (2018, janeiro 08). Recuperado de: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/gentrificacao-chega-ao-vidigal-e-pressiona-precios-dos-imoveis-8227.html>.
- Coriolano, L. N. (2009). *Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança*. Fortaleza, UECE.
- Cruxeco (2018, janeiro 10). Recuperado de: <http://www.cruxeco.com.br/>.
- Dencker, A. de F. M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.
- Doria, R. B. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *HALLAZGOS*. 13 (26), 193-214. Bogotá, D. C.: Universidad Santo Tomás.
- Emmendoerfer, M. L., Moraes, W. V. De & Fraga, B. O. (2016). Turismo Criativo e Turismo de Base Comunitária: congruências e peculiaridades. *El periplo sustentable* [online]. n.31, 00002. ISSN 1870-9036.
- Fabrino, N. H. (2013). *Turismo de base comunitária: dos conceitos às práticas e das práticas aos conceitos*, 185 f., il. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável). Brasília: Universidade de Brasília.
- Fausi, K. (2018). *Usos e abusos do Turismo no Vidigal: Territórios e atividades turísticas no morro pós UPP (2012/17)*. Dissertação (Mestrado) Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ, Brasil.
- França, V. R. V (1994). Teoria(s) da comunicação: busca de identidade e de caminhos. *Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG*, 23 (2).
- Freire, L. S. & Helena C. H. F. (2015). O turismo de base comunitária como alternativa de desenvolvimento local: o caso de Curuçá – Pará. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, Juiz de Fora, 5 (3), 36- 44.
- Freire-Medeiros, B. (2009). *Gringo na laje*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Getyourguide (2018, março 10). Recuperado de: [https://www.getyourguide.com/?utm\\_force=0](https://www.getyourguide.com/?utm_force=0).
- Google Maps (2020a). Mapa da Favela do Vidigal. Recuperado de: <https://www.google.com/maps/place/Vidigal,+Rio+de+Janeiro+--RJ/@-22.9950852,-43.2495597,15z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x9bd424ad5308c5:0x81aacb05f5bacf62!8m2!3d-22.9945157!4d-43.2378333> . Acesso em: 28set2020.
- Gomes, E. G. M. (2003). *Conselhos Gestores de Políticas Públicas: Democracia, controle social e instituições*. Dissertação de mestrado em Administração Pública e Governo. Fundação Getúlio Vargas – FGV.
- Hamnett, C. (1991). The blind men and the elephant: the explanation of gentrification, 16 (2). *Transactions of the Institute of British Geographers*.
- Hiwasaki, L. (2007). Community-Based Tourism: A pathway to Sustainability for Japan's protected area. *Society and Natural Resources*, 19, 133-143.

- Irving, M. (2009). *Reinventando a reflexão sobre Turismo de Base Comunitária. Inovar é possível? Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Editora Letra e Imagem
- Maldonado, C. (2009). O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In: *Bartholo, R., Sansolo, D.G., Bursztyn, I. (Orgs.). Turismo de base comunitária: Diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 25-44). Rio de Janeiro: Letra e Imagem.
- Marujo, N. (2013). A Pesquisa em turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa 6 (14). *Revista de investigación em turismo y desarrollo local*.
- Minayo, M. C. de S., Deslandes, S. F., Gomes, R. (1993). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Rio de Janeiro: editora vozes.
- Miranda, I., Fortunato, R. Â. (2016). O turismo sobre o morro do Vidigal (Rio de Janeiro, Brasil): Uma análise exploratória. *Turismo e Sociedade*, Curitiba.
- OLX IMÓVEIS (2017, novembro 25). Recuperado de: <http://rj.olx.com.br/imoveis>.
- Pinheiro, T. R. (2014). Indicadores para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Base Comunitária: Um estudo de caso da comunidade do Quilombo do Campinho da Independência, Paraty, Rio de Janeiro. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, Juiz de Fora, 4 (1), 61-71.
- REDE CEARENSE DE TURISMO COMUNITÁRIO – TUCUM. (2018, junho 29). Recuperado de: <http://www.tucum.org/>.
- Santos, K. S. R. dos (2014). *O turismo como agente impulsionador do processo de gentrificação na favela do Vidigal: A visão do seu morador*. Universidade Federal Fluminense.
- Silva, R. E. da (2014). O turismo comunitário como ferramenta de desenvolvimento local nos territórios Quilombolas. *Revista Brasileira de Ecoturismo*. São Paulo.
- Tepedino, C. de A. L. (2007). *Cotidiano escolar e mudança sociocultural: A experiência do colégio Stella Maris*. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica (PUC).
- Thiollent, M. (1985). *Metodologia da Pesquisa-Ação*. São Paulo: Cortez.
- Veal, A. J. (2011) *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph.

---

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido/ Received: May 27, 2020; Aceito/Accepted: August 19, 2020; Publicado/Published online: October 7, 2020.

Artigo original / Original paper. Seção revisada por pares / Double blind review section.