

IV enanparq

Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo
Porto Alegre, 25 a 29 de Julho de 2016

O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA COMO PRÁTICA DE EMPODERAMENTO E O CASO DA FAVELA SANTA MARTA

SESSÃO TEMÁTICA: TURISMO EM FAVELAS: NOVAS POSSIBILIDADES DE
RELAÇÕES URBANAS, SOCIAIS E AMBIENTAIS

Fernanda Caixeta Carvalho
UFRJ

fe.caixeta@gmail.com.br

O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA COMO PRÁTICA DE EMPODERAMENTO E O CASO DA FAVELA SANTA MARTA

RESUMO

O turismo em favelas tem crescido e atraído grandes investimentos por parte do poder público e da iniciativa privada, voltados a projetos socioculturais, de urbanização e estruturação turística. Consciente dos impactos não desejados deste tipo de atividade em locais ainda carentes de infraestrutura básica e qualidade de vida adequada a seus habitantes, como da acentuação das contradições e assimetrias decorrentes da mercantilização de seu espaço e da confrontação entre culturas e interesses díspares envolvidos, o Turismo de Base Comunitária (TBC) surge como um modelo alternativo frente ao turismo convencional. Busca-se refletir de que maneira esta nova concepção de turismo pode contribuir para a construção de uma cidadania plena e apontar os principais desafios a serem superados e potencialidades a serem desenvolvidas. Este se baseou em um estudo de caso sobre as práticas turísticas desenvolvidas na Favela Santa Marta, ressaltando sua história e processo de formação, fortemente atrelados a práticas associativas voltadas ao enfrentamento das adversidades, e baseados em valores compartilhados entre os moradores. Foram relacionadas as ações do projeto *Rio Top Tour*, do Governo Estadual do Rio de Janeiro, apoiado em discurso do Turismo Comunitário e as iniciativas autônomas relacionadas ao turismo desenvolvidas por moradores, que culminaram na criação do Comitê de Turismo Santa Marta. A partir destas práticas, investigam-se as potencialidades do TBC como instrumento de organização e mobilização social e como meio para a conquista de direitos, conduzindo as comunidades receptoras a um processo de empoderamento e de autonomia sobre a determinação de seus destinos.

Palavras-chave: Turismo em favelas. Turismo de Base Comunitária. Favela Santa Marta. Rio de Janeiro.

COMMUNITY BASED TOURISM AS AN EMPOWERMENT PRACTICE AND THE CASE OF FAVELA SANTA MARTA

ABSTRACT

Slum tourism has grown and attracted major investments by the government and private sector, aimed at cultural projects, urbanization and tourism organization. Aware of the unwanted impacts of this kind of activity in places still lacking basic infrastructure and adequate quality of life to its inhabitants, as the accentuation of the contradictions and asymmetries arising from the commercialization of their space and the confrontation between cultures and disparate interests, the Community-Based Tourism (CBT) emerges as an alternative model from conventional tourism. We seek to reflect on how this new tourism concept can contribute to the construction of full citizenship and identify the main challenges to overcome and potential to be developed. This article was based on a case study on tourist practices developed in Favela Santa Marta, highlighting its history and constitution process, strongly linked to associative practices aimed at coping with adversity, and based on shared values among residents. We relate the actions of the project *Rio Top Tour*, from the State Government of Rio de Janeiro, supported by a speech of Community Tourism, as well as autonomous initiatives related to tourism developed by residents, which culminated in the creation of the Tourism Committee Santa Marta. From these practices, we investigate the potential of CBT as an instrument of organization and social mobilization and as a means for achieving rights, leading the host communities to a process of empowerment and autonomy over the determination of their destinations.

Keywords: Slum Tourism. Community Based Tourism. Favela Santa Marta. Rio de Janeiro.

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a temática urbana tem se mostrado cada vez mais atentos à influência da prática turística sobre a produção e organização do espaço. Acompanhando os padrões de consumo pós-modernos, as segmentações da atividade turística que transforma locais marginalizados e periféricos em destinos desejados por seu componente exótico e diferenciado, como o “turismo de realidade”, ou “de experiência”, encontraram nas favelas cariocas um nicho promissor.

Este tipo de atividade, embora em crescimento, tem se mostrado muitas vezes potencialmente desagregadora em locais ainda carentes de infraestrutura básica e qualidade de vida adequada a seus habitantes, provocando reações a estes processos desiguais de apropriação dos espaços turísticos. Agentes envolvidos na atividade, e especialmente moradores, passaram a se mobilizar na busca de práticas mais socialmente justas e inclusivas, baseadas em valores como a cooperação e solidariedade. Dessa forma, tem encontrado no Turismo de Base Comunitária (TBC) um modelo alternativo de práticas que se apresentam como possível alternativa para a condução de um processo de empoderamento da comunidade receptora desta atividade em relação ao seu próprio desenvolvimento, conduzindo a estados de autonomia sobre seus espaços.

Este artigo se apresenta como desdobramento da pesquisa realizada pela autora para obtenção do título de Mestre em Urbanismo pelo Programa de Pós-Graduação em Urbanismo da UFRJ, em 2013, de título *O Turismo de Base Comunitária como instrumento para o fortalecimento da participação dos moradores: o caso da Favela Santa Marta (Rio de Janeiro)*. Foram realizadas pesquisas teóricas acerca do desenvolvimento do turismo em favelas, especialmente no contexto do Rio de Janeiro, e acerca do conceito de TBC e seu potencial para conduzir a atividade turística nestes locais de forma responsável e inclusiva.

Foi realizado um estudo de caso sobre as práticas turísticas desenvolvidas na Favela Santa Marta, ressaltando sua história e processo de formação, fortemente atrelados a práticas associativas voltadas ao enfrentamento das adversidades, e baseados em valores compartilhados entre os moradores. Foi analisado o projeto *Rio Top Tour*, do Governo Estadual do Rio de Janeiro, apoiado em discurso do Turismo Comunitário, e as iniciativas autônomas relacionadas ao turismo desenvolvidas por moradores, que levaram à criação do Comitê de Turismo Santa Marta.

A prática do TBC tem sido mais frequente em pequenas comunidades, em áreas com características rurais, sendo que sua aplicação em comunidades como as favelas mencionadas, que se encontram essencialmente imbricadas no contexto de uma grande

cidade com claros projetos de atração de investimentos por meio da visibilidade do turismo, traz uma série de novas questões que podem contribuir para ampliar as experiências nesta área de estudos. O pioneirismo destas práticas exige adaptação dos conceitos teóricos envolvidos, assim como investigações que possam ser cada vez mais abrangentes e aprofundadas, de modo que este artigo visa sintetizar as experiências observadas e ensejar novas abordagens ao tema.

2. A PRÁTICA TURÍSTICA NAS FAVELAS CARIOCAS

Aspectos culturais e psicológicos da pós-modernidade contribuíram para que cada vez mais pessoas se sentissem atraídas a visitar lugares diferenciados que lhes proporcionasse contatos mais pessoais e autênticos. Entre os diversos segmentos que surgiram, despontaram modalidades de turismo buscando o consumo de lugares autênticos porém marginalizados, cada vez mais pautados em seus aspectos culturais, não apenas naturais e de conveniência, e em menor parcela, por visitantes que queriam conhecer realidades empobrecidas na esperança de contribuir para seu crescimento.

À medida que aspectos da cultura local são cada vez mais essenciais aos produtos turísticos, práticas de aspecto tradicional são inseridas numa valorização mercantil. Movimentos aparentemente contraditórios são intrínsecos à dinâmica turística, como os processos de diferenciação e homogeneidade, influenciando a organização do espaço social e alimentando os paradoxais ciclos de atratividade e declínio turísticos. Enquanto a especialidade e o particularismo conferem valor às identidades, há pressão por uma padronização, visando atender aos critérios de racionalidade e competitividade da economia global. Para a manutenção da atratividade, buscam-se então constantes resignificação e reorganização dos espaços, a partir de sua função turística. O espaço acaba sendo determinado por necessidades do mercado. Seu valor de uso é então reestruturado e transformado em valor de troca.

Muito tem sido discutido sobre a produção da atividade turística nas favelas cariocas. Bianca Freire-Medeiros, socióloga autora de *Gringo na Laje: Produção, circulação e consumo da favela turística* (2009), tem realizado significativos trabalhos sobre a prática e as motivações do turismo nestes espaços, juntamente com outros pesquisadores de sua equipe. Diversas produções acadêmicas têm analisado também o processo de transformação da favela em patrimônio e destino turístico, e as dificuldades enfrentadas devido à violência gerada pelos constantes conflitos existentes na favela entre o tráfico local e a polícia.

Freire-Medeiros publicou diversos trabalhos referentes à produção da imagem da favela turística, à circulação da favela como *trademark*, à patrimonialização deste espaço, com a abertura de museus, às motivações e expectativas dos turistas contemporâneos. Pesquisou, na Rocinha, o ponto de vista dos moradores, por meio de entrevistas e questionários, levantando aspectos sobre a complexidade das relações estabelecidas entre os atores envolvidos na atividade turística. A autora afirma que “rotular o turismo na favela como ‘zoológico de pobre’ é tomar sua complexidade conceitual como algo falsamente redutível. É preciso observar todas as ambiguidades que envolve – que não são poucas” (Freire-Medeiros, 2007, p. 69).

No Morro da Babilônia e no Morro dos Prazeres, a autora e seu grupo de pesquisa estudaram as tensões entre agentes internos e externos pelo controle da organização dos *tours*; E no Morro da Serrinha, deu ênfase em seus projetos culturais. Há referências da atividade turística também no complexo de favelas Pavão, Pavãozinho e Cantagalo (Projeto Turismo no Museu de Favela) e nas comunidades de Pereira da Silva (com implantação de pousadas), e Vila Canoas, que oferece hospedagem familiar (Moraes, 2010). As favelas da Zona Sul do Rio de Janeiro, em especial a favela do Vidigal e a Rocinha, dispõem de meios de hospedagem, e são as mais visitadas, assim como as que mais recebem novos moradores estrangeiros. Tavares Bastos, no Catete, recebe diversos visitantes e eventos culturais, pois há muitos anos um empreendimento estrangeiro que se configura como pousada e equipamento cultural. O Complexo da Maré e do Alemão também tem sido referências de projetos culturais de ampla inserção e divulgação.

Observa-se que a atividade turística já se encontra consideravelmente consolidada em diversas favelas do Rio de Janeiro, principalmente naquelas localizadas na Zona Sul ou próximas ao Centro, áreas mais nobres e turísticas da cidade. Porém suas práticas e seus efeitos se encontram entremeados em um contexto complexo de produção de uma cidade e de uma imagem de cidade que passou por um período de plena euforia desenvolvimentista, direcionando investimentos para grandes projetos de urbanização, revitalização e “extinção” de conflitos, com vistas a atrações de investimentos e megaeventos, enquanto parte significativa de sua realidade ainda apresenta infraestrutura bastante precária e processos muitas vezes ilegítimos na busca de soluções.

3. O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: A CONSTRUÇÃO DE CONCEITOS E PRÁTICAS PARA A ORGANIZAÇÃO E PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIAS

São significativos os impactos que o turismo convencional tende a gerar, principalmente em localidades que apresentam condições ambientais e sociais frágeis, seja pela falta de infraestrutura básica para seus habitantes, como pela dificuldade de adaptação e inserção justa no contexto competitivo global. Nestas condições, a atividade turística sem um planejamento responsável pode causar danos irreversíveis, acentuando profundamente as desigualdades e assimetrias existentes. Tais impactos se relacionam diretamente à forma como as atividades e o *trade* turístico são produzidos, quem está no controle de sua gestão e como os resultados são distribuídos.

Recentemente tem sido proposto um conceito alternativo que oriente a prática turística a um ideal de gestão e planejamento realizados pela população local, segundo os interesses e necessidades dos moradores destes lugares, discutidos e acertados coletivamente. Dessa forma, se idealiza o Turismo de Base Comunitária (TBC), ou Turismo Comunitário, que tem como fundamento a participação efetiva e a autonomia da comunidade receptora em todas as etapas do processo de desenvolvimento da atividade turística em sua localidade.

O TBC é concebido como um modo de planejamento e gestão de uma atividade econômica e cultural, o turismo, que envolve em igual proporção as dimensões sociais e ambientais, além de ser percebido também como alternativa para a organização e mobilização social como meio para a conquista de direitos de cidadania e inclusão socioespacial. Seu entendimento e aplicação pressupõe a busca por concepções alternativas de desenvolvimento, de outros padrões e modelos de relações, assim como de modos de vida diversificados, como explicitam Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009) abaixo:

“... o turismo de base comunitária é antes de tudo, uma expressão do mundo contemporâneo, onde as pessoas não se contentam mais em comprar, em vender. Vive-se um período em que produzir simulacros de relações, da espetacularização da natureza e da cultura com intuito de mercantilização começa a ser questionado. O que o ser humano tem de mais rico é a sua possibilidade de relação direta com o outro e com o diverso.” (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009, p.21).

Fazem parte da rede de Turismo Comunitário atores e movimentos sociais, comunidades, organizadores de viagens, operadores de comércio justo, iniciativas da economia popular solidária, organizações ambientais e sociais, entre outras entidades empenhadas na busca

por outros caminhos e novas concepções de desenvolvimento. As iniciativas ligadas ao TBC vem apresentando em comum as conquistas sociais, a busca por instrumentos de conservação dos recursos naturais, base da subsistência de diversas comunidades; a organização e participação comunitárias, a luta pela terra e pelo direito à memória cultural (Sansolo, Bursztyn, Coriolano e Irving, 2009).

Luzia Coriolano (2009), inspirada nas estratégias de desenvolvimento comunitário de Hermano Carmo (1999) reúne cinco princípios que considera essenciais para a prática do Turismo Comunitário. São estes:

- I) **das necessidades sentidas**, prevendo que as iniciativas de trabalho nas comunidades devem partir das necessidades percebidas pela própria comunidade;
- II) **da participação**, que requer um envolvimento comprometido da população;
- III) **da cooperação**, que não dispensa parcerias possíveis com iniciativa privada ou a participação pública;
- IV) **da autosustentação**, no sentido de prevenir os efeitos perversos de possíveis transformações econômicas e socioespaciais provocadas por interesses externos;
- V) **da universalidade**, que propõe que o êxito esperado deve ser expandido para a população em sua globalidade, ainda que possa apresentar articulações locais.

Estes princípios foram identificados como base comum das práticas reconhecidamente mais bem-sucedidas do TBC, permeando as discussões mais aprofundadas sobre o tema. Deste modo, foram selecionados como referência para a análise do estudo de caso da pesquisa realizada.

4. O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NA FAVELA SANTA MARTA



Figura 1: O Morro Dona Marta e sua favela na paisagem do Rio de Janeiro.

Fonte: FAVELA SANTA MARTA TOUR. Disponível em: <www.favelasantamartatour.blogspot.com/> (Fev. 2012).

A Favela Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo, na cidade do Rio de Janeiro, teve sua origem no início do século XX. É um espaço retangular com cerca de 54.700 metros quadrados, e de acordo com o último censo realizado na região pelo IBGE, em 2010 havia 3.913 moradores e 1.177 domicílios particulares. Possui limites bem definidos, pelo bairro de Botafogo em sua base, pela mata e pelo maciço da Tijuca na parte superior, apresentando, assim, poucas possibilidades de expansão territorial.



Figura 2: Imagem aérea da Comunidade Santa Marta à época da pesquisa.
Fonte: Google Earth, 2013.

A pesquisa realizada foi baseada em um trabalho de campo com duração de cerca de um ano, que começou após prévia pesquisa bibliográfica sobre estudos realizados no local e publicações que reuniam histórias da comunidade. Em campo, foram realizadas inicialmente entrevistas com pessoas diretamente ligadas à atividade turística e à organização comunitária no morro, dentre eles guias turísticos, agentes comunitários, servidores responsáveis por projetos no local e comerciantes. O prosseguimento da pesquisa envolveu participação e observações próximas, assim como a experimentação de algumas ações conjuntas, que visaram contribuir para o aproveitamento do potencial local a partir dos princípios do Turismo de Base Comunitária. Este método permitiu conhecer as relações, os desejos, expectativas e processos de organização já desenvolvidos localmente, assim como avaliar se as práticas turísticas realizadas no local correspondiam ao discurso do Turismo de Base Comunitária, para posteriormente avaliar sua pertinência e estratégias possíveis para a organização da comunidade em prol da busca de seus objetivos.

As conversas com moradores, somadas aos materiais cedidos por eles sobre o registro que se tem, ainda de forma pulverizada, sobre a memória da comunidade, contribuíram significativamente para a pesquisa. Percebeu-se forte influência de uma história marcada por movimentos coletivos, pelos quais os moradores, desde sua origem, se associavam e se organizavam para a realização de ações que lhes proporcionassem melhorias ou o alívio de duras condições de sobrevivência a que foram submetidos ao longo dos anos, sendo o

maior exemplo disto a prática dos mutirões para construção da maior parte da infraestrutura das casas e das vias existentes.

Duas experiências se destacaram pela adoção do conceito de Turismo Comunitário, o Projeto Rio Top Tour, conduzido entre 2010 e 2013, como experiência piloto pela então Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Lazer (SEEL) do Estado do Rio de Janeiro, e o Comitê de Turismo da Santa Marta, iniciativa autônoma que tomou corpo em 2012 reunindo os moradores envolvidos na atividade turística no morro.

4.1 O Projeto Rio Top Tour

O projeto Rio Top Tour foi lançado na favela Santa Marta em 30 de agosto de 2010 pela Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Lazer, e consistiu em incentivar a atividade turística e o empreendedorismo local, e prover uma formação técnica aos moradores participantes. Segundo entrevista realizada com a coordenadora do projeto na SEEL (Carvalho, 2013, p.72)¹, o objetivo inicial era lançar um projeto de incentivo ao turismo e ao empreendedorismo em comunidades que haviam recebido Unidades de Polícia Pacificadora (UPP's), em esforço conjunto à política de segurança pública do estado em curso, considerando as necessidades e oportunidades que os vindouros megaeventos esportivos poderiam trazer ao Rio de Janeiro.

Uma conjunção de fatores contribui para que o morro fosse escolhido para realização do projeto piloto, entre eles: a existência prévia de atividade turística, a visibilidade e localização da comunidade, e principalmente, ter recebido a primeira UPP do Rio de Janeiro, passando a ser considerado um case de sucesso e vitrine deste programa. As principais ações do projeto foram: a capacitação de moradores e comerciantes, por meio de um curso técnico em Turismo com duração de dois anos, oferecido no Colégio Estadual Antônio Prado Junior; um programa de microcrédito, facilitado pela Investe Rio (agência de fomento da Prefeitura, oferecendo financiamento de até seis mil reais por negócio); implantação de sinalização bilíngue; divulgação pelo *trade* turístico da cidade; placas informativas espalhadas pela comunidade; instalação de quiosque de informações; e orientações de estagiários bilíngues.

Oito moradores frequentaram o curso e as oficinas do projeto, sendo que cinco deles permaneceram até o fim do projeto. Estes alunos recebiam uma bolsa do projeto, no valor de R\$ 521,00, e recepcionavam os turistas no quiosque montado na Praça Corumbá, entrada principal do morro. De acordo com as conversas realizadas com os guias, em

¹ Os demais métodos e dados da pesquisa de campo podem ser encontrados em abordagem mais ampla e detalhada na dissertação da autora, aqui referenciada.

períodos de alta temporada, as visitas costumam ser diárias, para todos os entrevistados, chegando mesmo a realizarem mais de um guiamento por dia. Esta frequência diminui durante a baixa temporada, embora todos tenham observado que o movimento turístico cresce a cada ano, constituindo para muitos sua principal fonte de renda. Em alguns casos, os guiamentos são aliados à realização de eventos, tais como rodas de samba, feijoada e festas.

Durante a realização do projeto, os guias locais contaram com o suporte de quinze estagiários com fluência em um segundo idioma, preferencialmente o inglês, contratados pelo mesmo convênio com o curso de turismo do Colégio Prado Junior, já que, segundo relato dos entrevistados, quase a metade do total de visitantes são estrangeiros. Já entre as transformações físicas, houve a transformação do atual Espaço Michael Jackson, antiga laje do Ambulatório Dedé (hoje transformada na Casa de Cultura Dedé), onde Michael Jackson gravou as famosas cenas de seu videoclipe "*They don't care about us*", em 1996. O local ganhou um painel de Romero Britto, uma estátua de bronze do cantor, pintura e adaptações para receber turistas e eventos, servindo como mirante e um dos principais pontos turísticos do morro. Também foram instaladas placas informativas bilíngues pelas principais vias de passagem e nos locais identificados como pontos de maior interesse dos visitantes festas (Carvalho, 2013, p.76).



Figura 3: Laje do Michael Jackson, com estátua instalada em sua homenagem em junho de 2010.
Fonte: Santa Marta: o morro e sua gente (CNseg, 2010, p.34).

SANTA MARTA: PONTOS DE INTERESSE TURÍSTICO E CURIOSIDADES
Tourist options and curiosities of Santa Marta
SO E PERMITIDO FOTOGRAFAR LOCAIS PÚBLICOS / Only photography of public places is allowed

| PARTE BAIXA (Estação 1) | BORDER SECTION (station 1) |
|--|---|
| 01 PRAÇA CORUMBÁ (Stand de Informações do Projeto) | 01 CORUMBÁ SQUARE (Stand of Tourist Information) |
| 02 CETEP - Cursos Técnicos do Governo do Estado | 02 CETEP - Technical Courses of the State Government |
| 03 ESTAÇÃO 1 | 03 STATION 1 |
| 04 QUADRA DA ESCOLA DE SAMBA MOCIDADE UNIDA DO SANTA MARTA | 04 MOCIDADE UNIDA DO SANTA MARTA SAMBA SCHOOL |
| 05 CASAS PINTADAS | 05 PAINTED HOUSES |
| 06 PRAÇA "CANTÃO", local onde se realizam atividades culturais e festas | 06 "CANTÃO" SQUARE, where cultural activities and parties take place |
| 07 "PÉ DA ESCADA" / 788 Degraus, ponto de encontro das atividades culturais (forró, percussão, samba, capoeira) / POSTO POLICIAL UPP | 07 "STARCASE", spot of cultural activities (forró, percussion, samba, capoeira) / UPP POLICE OFFICE |
| 08 IGREJA EVANGÉLICA | 08 EVANGELICAL CHURCH |
| 09 ASSOCIAÇÃO DE MORADORES / ASSOCIAÇÃO DE COMERCIANTES | 09 COMMUNITY ASSOCIATION / COMMERCE ASSOCIATION |
| PARTE INTERMEDIÁRIA (estações 2 / 3) | MIDDLE SECTION (stations 2 / 3) |
| 10 ESTAÇÃO 2 | 10 STATION 2 |
| 11 MURO | 11 WALL |
| 12 IGREJA EVANGÉLICA | 12 EVANGELICAL CHURCH |
| 13 PRIMEIRA MINA (fonte d'água) / COMÉRCIO | 13 FIRST MINE WATER (water fountain) / MARKET |
| 14 BIBLIOTECA | 14 LIBRARY |
| 15 ESTAÇÃO 3 (baldeação) | 15 STATION 3 (transfer) |
| 16 "COSTURANDO IDEIAS", Cooperativa de Costureiras | 16 "SEWING IDEALS" - Dressmaker Cooperative |
| 17 "PEDRA DE COSMOS E DAMIÃO" | 17 "ROCK OF COSMOS & DAMIAN" |
| 18 SEGUNDA MINA (fonte d'água) | 18 SECOND MINE WATER (water fountain) |
| 19 "PEDRA DE XANGÔ" E "PEDRA DA SANTA" | 19 "XANGÔ'S ROCK" / "SAINT'S ROCK" |
| 20 APARTAMENTOS COLORIDOS (chamados de "tambalays" pelos moradores) | 20 COLORFUL APARTMENTS (called "tambalays" by locals) |
| PARTE ALTA (Estações 4 / 5) | TOP SECTION (stations 4 / 5) |
| 21 ESTAÇÃO 4 | 21 STATION 4 |
| 22 POSTO POLICIAL UPP | 22 UPP POLICE OFFICE |
| 23 ESPRÇO MICHAEL JACKSON | 23 MICHAEL JACKSON AREA |
| 24 CASA DE CULTURA DEDÉ | 24 DEDÉ CULTURAL CENTER |
| 25 ARENA, quadra onde se realizam atividades culturais, festas e bonita vista | 25 ARENA, court where the cultural activities and parties take place: nice landscape |
| 26 IGREJA EVANGÉLICA | 26 EVANGELICAL CHURCH |
| 27 COMÉRCIO | 27 MARKET |
| 28 ESTAÇÃO 5 | 28 STATION 5 |
| 29 CAPELA SANTA MARTA | 29 SANTA MARTA CHAPEL |
| 30 TRILHA PARA O MIRANTE DONA MARTA / VISTA CRISTO REDENTOR | 30 TRAIL TO DONA MARTA OBSERVATION DECK / VIEW TO THE CHRIST STATUE |
| 31 CAMPO DE FUTEBOL | 31 SOCCER FIELD |
| 32 SEDE DA UPP (Unidade de Polícia Pacificadora) / PROJETOS SOCIAIS / PROGRAMA RIO 2016 | 32 UPP (Peacekeeping Police Unit) HEADQUARTERS / SOCIAL PROJECTS / RIO 2016 PROGRAM |
| 33 SAÍDA DA COMUNIDADE / BAIRRO DE LARANJEIRAS | 33 COMMUNITY EXIT / LARANJEIRAS NEIGHBORHOOD |
| 34 "PEDRAO", mirante natural com vista para a Enseada de Botafogo | 34 "BIG STONE", a natural observation deck faced to Botafogo Bay |

ESTE FOLHETO FOI ELABORADO COM SUGESTÕES DOS MORADORES DO SANTA MARTA

DISQUE TURISMO Seg-Sex das 8h às 20h **TOURIST INFORMATION** Mon-Fri from 8am to 8pm **0800-2822007**

Caro turista, em cada estação você descobre um pouco da cultura do morro.
Dear Tourist, in every station you find out a little about the community's culture.

CURIOSIDADES / CURIOSITY

Curiosidade: Há sempre uma confusão se o nome da comunidade é Santa Marta ou Dona Marta. A origem do nome vem da igreja, já que as terras pertenciam a um padre e a Santa acabou lhe dando o nome. Geograficamente, o nome do morro é Dona Marta, mas os primeiros moradores o batizaram de Santa Marta, padroeira do local. Os evangélicos do local preferem chamá-lo de Dona Marta. A data da comemoração é todo dia 29 de julho e a história de Marta se confunde com a do turismo: ela era hospitaleira, como são os moradores do Santa Marta. Nada melhor para que o turista sinta-se bem recebido.

Curiosity: There is a common misunderstanding regarding the name of the community, which is called Santa Marta and Dona Marta. The name comes from Church, since the land used to belong to a priest, so it was named after the Saint. Geographically, the hill's name is Dona Marta, but the first inhabitants called it Santa Marta, patroness of the location. The evangelical inhabitants prefer to call it Dona Marta. The celebrating date is July 29, and Marta's history is very proper to tourism: she used to be hospitable, such as Santa Marta's inhabitants. There is nothing better to welcome the tourists.

O Santa Marta agradece a sua visita. Volte sempre!
Santa Marta thanks your visit. We look forward to see you soon.

MAPA TURÍSTICO SANTA MARTA
TOURIST MAP OF SANTA MARTA

A comunidade de Santa Marta tem cerca de 70 anos de existência e está situada entre os bairros de Laranjeiras e Botafogo, no morro Dona Marta, bem abaixo do Cristo Redentor. O programa de turismo Rio Top Tour é um projeto, gratuito, que capacita os moradores como monitores locais de turismo e empreendedores nesta atividade. Basta procurar o stand de informações turísticas na Praça Corumbá e pedir informações e auxílio dos monitores na visita. O serviço é gratuito. O horário do bondinho vai de 5h às 23h45min, ele é gratuito e não apenas de uso turístico, servindo de forma de deslocamento interno dos moradores. A outra opção para se chegar ao morro é pelo bairro de Laranjeiras, perto da estação do Corcovado. Entrar pela Rua das Laranjeiras e subir pela Rua General Glacério e depois Rua Belisário Távora até a Rua Marechal Espiridão Rocha, chegando no alto do morro.

Santa Marta community is around 70 years old and is located between Laranjeiras and Botafogo neighborhoods, in Dona Marta hill, right under the Christ Statue. The tourism program Rio Top Tour is a free project that instructs inhabitants to be local monitors of tourism and entrepreneurs in this activity. Just look for the tourist information stand, located at Corumbá Square, and ask the monitors information and help on your visit. It is a free service. The cable car working time is from 5am to 11:45pm. It is free and used not only for tourism, but also as internal transportation for people who live in the community. The other option to get to the hill is through Laranjeiras neighborhood, close to Corcovado station. Take Laranjeiras street, turn into General Glacério street and than to Belisário Távora street, go up to Marechal Espiridão Rocha street, getting to the top of the hill.

GOVERNO DO Rio de Janeiro
 SECRETARIA DE TURISMO, ESPORTE E LAZER
 EMPRESA OFICIAL do Estado do Rio de Janeiro

Figura 4: Folheto com pontos turísticos mapeados (parte interna) e informações históricas e institucionais (parte externa). Fonte: Rio Top Tour, 2010.

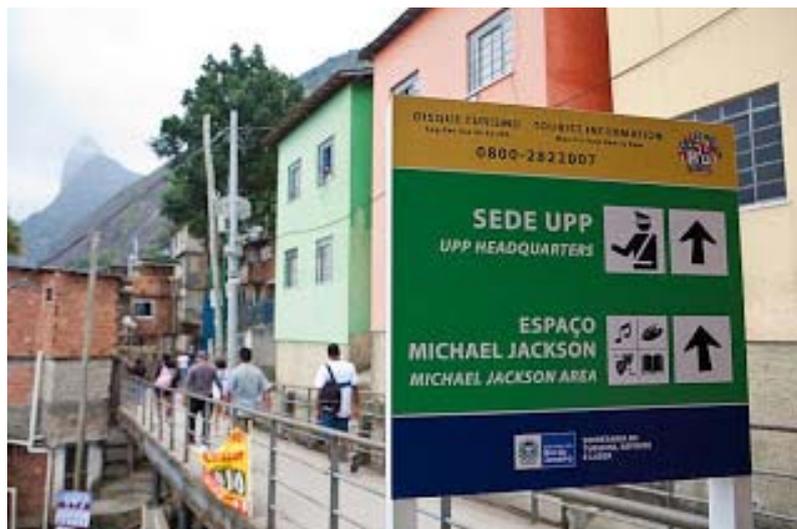


Figura 5: Imagem de uma das placas instaladas na comunidade pelo Rio Top Tour.
Fonte: Banco de dados Laurbam (PROURB/UFRJ), 2011.

O projeto foi concebido para atuar na comunidade por um período de aproximadamente dois anos e meio, e passado este tempo, migrar para outra localidade, incentivando os moradores formados a continuar trabalhando por conta própria, dando seguimento a seus empreendimentos. Em 2012, houve um início de implantação do projeto nos morros de Pavão, Pavãozinho e Cantagalo, mas não houve prosseguimento, e atualmente se encontra suspenso devido a diversas dificuldades e transformações na estrutura das Secretarias envolvidas.

4.2 O Comitê de Turismo Santa Marta²

Há alguns anos antes do Rio Top Tour, alguns dos moradores entrevistados já trabalhavam com turismo na comunidade, de forma autônoma, como por exemplo a moradora Sheila Souza, turismóloga que administra a própria agência, a Brazilidade, criada em 2010. Nascida e criada no Santa Marta, com graduação e MBA na área de turismo, ela conta que desde 1992 já realizava esporadicamente alguns guiamentos pelo morro. À época, ainda sem UPP's ou ocupação policial permanente, Sheila relata que não precisava pedir autorização ou negociar condições com os traficantes que dominavam o morro, apenas avisava que iria trazer algumas pessoas, planejava suas orientações e tomava certos cuidados em relação ao respeito à privacidade das pessoas.

² Este subcapítulo apresenta de forma resumida a experiência de Sheila por ser a mais antiga e que deu início à formação do Comitê, principal experiência a ser analisada aqui, sendo que o mesmo inclui também todos os outros moradores que trabalham com turismo na comunidade, cujas atividades se encontram descritas na dissertação que embasa este artigo (Carvalho, 2013).

Como a esta época, os moradores ainda sofriam muito preconceito, estavam acostumados com a falta de interesse por parte da sociedade e do poder público, este interesse de agentes externos e visitantes era muito bem recebido, e contribuía para a autoestima dos mesmos, felizes por despertarem interesse e pela possibilidade de trocar com pessoas de realidades tão diferentes. Já buscava desde então trabalhar com conceitos como turismo social, e ligação com projetos de desenvolvimento local, o que contribuiu para seu papel na reunião e mobilização de colegas para a formação do Comitê de Turismo da Santa Marta.

Outros oito moradores trabalham com a realização de guiamentos e de eventos turísticos na comunidade. Foi possível constatar que existe uma boa relação de cooperação entre eles. Existem claro, divergências relativas a diversos assuntos, mas perceberam a necessidade de se organizarem para estabelecerem parâmetros desejados para a atividade na comunidade e para a realização de ações coletivas que visam aumentar seu poder de decisão e autonomia, assim como de negociação com os agentes externos que atuam na comunidade. Foi fundado assim, em setembro de 2012, o Comitê de Turismo da Santa Marta, uma experiência de auto-organização, que busca estabelecer demandas, prioridades e integração entre os diversos atores e setores, para se consolidar como referência para a normatização e controle da atividade turística no local.

O grupo tem buscado discutir internamente os parâmetros que devem buscar e os projetos aos quais dar prioridade, e, em reuniões abertas com a comunidade e outros agentes atuantes no local, estratégias de ações para o fortalecimento e efetividade de suas ações. Em um primeiro momento, se concentraram principalmente se fazendo conhecer, convidando todos os guias de agências externas que atuam na Santa Marta a participarem das reuniões, buscando horários e datas que possam ser apropriadas a estes. Alguns proprietários de pequenas agências costumam comparecer por vezes, como a RioAdventure e Rios de Histórias. Outras maiores ainda privilegiam uma relação apenas com a Associação de Moradores, com a qual contribuem com uma simbólica taxa mensal.

Entre suas ações está a elaboração de cartilhas, a serem distribuídas tanto para os guias que ali trabalham como para os turistas, com o intuito de conscientizá-los a respeito de práticas sustentáveis, que não causem incômodos ou impactos indesejáveis para os moradores, e realização de campanhas de sensibilização contra o incentivo que alguns turistas acabam realizando ao trabalho de crianças no guiamento. Contam também com o apoio de instituições locais, como a Associação de Moradores e gestores da Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos, que trabalham no morro por meio do projeto Territórios de Paz.

Outro projeto é o cadastramento dos guias que realizam visitas no morro, para o controle e monitoramento dessa atividade, que é até então, carro-chefe da atividade turística na Santa Marta. Pretendem também realizar um mapeamento dos estabelecimentos comerciais e projetos sociais e culturais presentes. Está nos planos também a realização de eventos gastronômicos e um projeto de resgate e conservação da história do morro (Projeto Memória). Este projeto poderá ter um papel muito importante para a valorização cultural e afirmação da identidade local.

Existe também a discussão sobre a criação de um fundo para o comitê. Até agora, produziram camisetas, realizam reuniões, e material para estas com contribuições próprias. Alguns desafios já apontam como demandas vindouras as negociações necessárias entre os promotores de eventos e os moradores afetados por estes. As relações com os movimentos sociais, muitas vezes porta-vozes dos problemas de uma minoria que costuma ter menor poder de reivindicação, poderá ajudar na resolução dos atuais conflitos. Mostram-se cientes da necessidade de compreender as complexidades em jogo e entender como lidar com esses conflitos (Carvalho, 2013).

4.3 Potencialidades e desafios do Turismo de Base Comunitária: a teoria e a prática no caso da Santa Marta

Após a pesquisa em campo, foi realizado um exercício de análise das práticas e relações observadas à luz dos cinco princípios do Turismo Comunitário selecionados na fase de investigação teórica. Estas observações se encontram sintetizadas no quadro abaixo:³

| Princípios-base para o TBC | Projeto Rio Top Tour | Comitê de Turismo Santa Marta |
|----------------------------------|---|---|
| (I) necessidades sentidas | <ul style="list-style-type: none"> - Se por um lado, é certo lembrar que o Rio Top Tour foi um projeto proposto pelo governo, por outro, conhecendo os recentes movimentos sobre o tema na localidade, se percebe que, felizmente, o conceito do TBC encontrou na Santa Marta aspirações que buscavam os mesmos princípios. - Apesar de existirem divergências relativas aos aspectos práticos e ao poder de intervenção entre o projeto e as | <ul style="list-style-type: none"> - A própria formação do Comitê reflete como os agentes locais percebem atualmente a necessidade de se organizarem para conquistarem autonomia e poder de decisão no desenvolvimento de suas atividades. - Poderá levar à frente a difusão do discurso de um turismo comunitário associado à imagem do Santa Marta, como planejadores e gestores do turismo em sua comunidade, à medida que |

³ Este quadro apresenta um resumo das análises realizadas no último capítulo da dissertação da autora (Carvalho, 2013, p.86-93).

| | | |
|------------------------------|---|--|
| | iniciativas autônomas, há agora um encontro de aspirações. | negociam suas próprias demandas diretamente com os diversos setores envolvidos na atividade. |
| (II) participação | <ul style="list-style-type: none"> - Buscou envolver diferentes grupos da comunidade nas oficinas realizadas, como comerciantes e artesãos. - Sendo sua base principal a formação profissional dos guias, uma das críticas ouvidas em relação ao projeto é que chegou com um formato fechado e verticalizado, se tornando efetivo a um público específico, e dessa forma, não desenvolvendo estratégias que pudessem incluir também profissionais locais que já trabalhavam com o turismo e já tinham qualificação para trabalhar com o turismo no local, ou buscando se adaptar a outras demandas da comunidade. | <ul style="list-style-type: none"> - Vem empregando esforços no sentido de buscar envolver cada vez mais também a população que não está diretamente envolvida na atividade mas compartilha de seus efeitos, realizando um trabalho de conscientização a respeito das atividades que realizam, seu potencial, seus impactos e desdobramentos. - Busca se associar aos movimentos sociais do morro, assim como ouvir e mobilizar a população em suas campanhas e projetos, como as ações educativas. |
| (III) cooperação | <ul style="list-style-type: none"> - Estabeleceu uma série de parcerias, agindo como um intermediário dos moradores participantes. Houve parcerias entre diversas instituições, tais como o Ministério Público, em uma primeira fase, o Colégio Estadual Antônio Prado Junior, o Sebrae, a InvestRio, a Emop, entre outras, o que contribuiu com significativos recursos para sua realização. Em relação à sua natureza, há de se ressaltar se trataram de parcerias entre instituições e o papel que coube à população em si foi o de receptora das ações. | <ul style="list-style-type: none"> - Tem buscado estabelecer parcerias para suas ações, como no caso da campanha que está realizando contra o incentivo de turistas ao trabalho infantil, recebendo apoio institucional da Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos, assim como buscam comunicação frequente com a Associação de Moradores, ONG's e escolas que atendem a localidade. - Conscientes de suas limitações materiais, não descartam diálogo também com as empresas privadas com projetos no morro atualmente, desde que mantenham sua autonomia na tomada de decisões. - O esforço pela comunicação com os mais diferentes grupos atuantes no morro é uma ação delicada, e a atenção com que tem sido tratada reflete maturidade do grupo em desenvolver relações de cooperação. |
| (IV) autossustentação | <ul style="list-style-type: none"> - O Projeto Rio Top Tour apostou no incentivo ao empreendedorismo de seus participantes, que idealizaram a criação de agência de turismo própria e a realização de eventos, de modo a complementar a | <ul style="list-style-type: none"> - Entre os agentes atuantes na atividade turística local, e participantes do Comitê, a maioria tem outras fontes de renda, fato que ajuda a lidar com a questão da sazonalidade do turismo e dos riscos de crise na atividade. |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| | <p>atividade de guiamentos. As ações de marketing do projeto contribuíram para um grande aumento do fluxo de turistas no morro, o que, numa cidade como o Rio de Janeiro, que atrai muitos turistas estrangeiros, tende a mitigar os efeitos da sazonalidade, aumentando o movimento durante as baixas temporadas.</p> | <p>- O apoio às manifestações culturais mais autênticas, assim como o trabalho no resgate e difusão da memória local e a mobilização em relação às demandas dos moradores são decisões do Comitê que certamente contribuem para sua autossustentação.</p> |
| (V) universalidade | <p>- Ações foram voltadas ao público específico participante do trade turístico e comercial, assim como suas intervenções para os locais de interesse turístico dentro da favela.</p> <p>- O Projeto Rio Top Tour teve planos de expandir sua atuação para outras favelas, porém, por motivos de crises institucionais, teve sua continuação interrompida.</p> | <p>- Possuem projetos que abrangem também ações educativas e de busca de maior qualidade de vida dos moradores em geral, além do apoio às demandas dos movimentos sociais, como as remoções de determinadas áreas, o que vem a contribuir de forma mais ampla para a universalidade de sua atuação.</p> <p>- Há a ideia de buscar parcerias e intercâmbios com outras comunidades que possam desenvolver iniciativas semelhantes, ou mesmo estar passando por processos semelhantes.</p> |

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando aspectos contemplados em Carvalho, 2013, observamos que houve nos últimos anos um esforço em reverter a antiga condição de abandono das favelas aos olhos do governo ou da cidade formal. Os olhares da cidade, do mundo e do poder público, e sua atuação, se voltam para estes lugares, e, sobretudo para seu potencial econômico e espaço valorizado que ocupam na paisagem do Rio de Janeiro. O Turismo de Base Comunitária se mostra uma alternativa viável e potencialmente benéfica à favela analisada. A experiência do projeto *Rio Top Tour*, embora permeada por diversas críticas, proporcionou grande visibilidade e incentivou o crescimento do turismo local. A adoção do conceito conferiu, por um lado, uma difusão deste ideal, e por outro, despertou a desconfiança por parte de atores ligados aos movimentos sociais. O levantamento de discussões neste sentido tende a ser profícuo, levando ao fortalecimento da participação da comunidade como um todo neste processo. O legado deixado pelo projeto contribuiu para fomentar iniciativas autônomas. Surgiram questões que estão agora sendo trabalhadas pelos moradores por meio de iniciativas próprias, e da organização do Comitê de Turismo Santa Marta. A pré-existência de

agentes esforçados em desenvolver ações neste sentido certamente contribuiu para a mobilização dos novos atores.

Apesar de suas primeiras experiências serem relativamente recentes, não se tem um modelo na prática isento de críticas, riscos, e possíveis afastamentos dos princípios originais, teoricamente idealizados. Há que se desenvolver habilidades em lidar com idiosincrasias e paradoxos que inevitavelmente surgirão no embate entre o modelo idealizado e a realidade prática. Associações deste tipo representam processos de luta, que envolvem conquistas, tensões, negociações e reestruturação constantes, assim como outros processos participativos. Mais do que lutas sociais difusas, as lutas comunitárias hoje se articulam em redes, buscando empoderamento e articulação para, principalmente, se manterem como comunidades.

Aa favelas são atualmente locais em que esses embates se encontram em plena ebulição, momento em que moradores se unem em associações e movimentos sociais de base para lutarem por seus direitos de cidadania frente às grandes e rápidas transformações que vem enfrentando, buscando assumir controle sobre seus destinos e os espaços que habitam, buscam participar e se veem diante das contradições de uma lógica mercantilista de apropriação e controle de seu espaço.

Os processos observados indicam que a prática turística no Santa Marta se orienta por valores aqui destacados, como inclusão, participação, cooperação e solidariedade. Há um longo caminho a ser trilhado pelo Comitê de Turismo Santa Marta, e esta pesquisa considera que estão seguindo em uma direção profícua, que apesar de trabalhosa, orgânica, já que depende do empenho pessoal de cada participante, deverá ser recompensadora, não só para aqueles que estão envolvidos diretamente com a atividade turística, mas para toda a comunidade, incluindo as próximas gerações. Este é um momento crucial, em que assumir uma posição de autodeterminação é possível, ainda que seja necessária muita atenção aos princípios e desafios reconhecidos.

Ressalta-se a importância e necessidade de estudos que continuem a incentivar também um aprofundamento nas discussões metodológicas referentes ao Turismo de Base Comunitária, que ainda se encontra em processo de consolidação como segmento na literatura e nos discursos de programas e projetos pelo Brasil e pelo mundo.

REFERÊNCIAS

BARTHOLO, Roberto; GRUBER, Davis; SANSOLO, Roberto et BURSZTYN, Ivan. (Org.) *Turismo de Base Comunitária: Diversidade de olhares e experiências brasileiras*. IVT – COPPE/ UFRJ. Rio de Janeiro, 2009.

CARMO, Hermano. *Desenvolvimento Comunitário*. Lisboa: Universidade Aberta, 1999.

CARVALHO, Fernanda C. *O Turismo de Base Comunitária como instrumento para o fortalecimento da participação dos moradores: o caso da Favela Santa Marta (Rio de Janeiro)*. Dissertação de mestrado. PROURB/UFRJ, 2013.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. *O turismo comunitário no nordeste brasileiro*. In: BARTHOLO, R; SANSOLO, D.G. e BURSZTYN, I. (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro. Ed. Letras e Imagens, 2009.

CNseg. *Santa Marta: O morro e sua gente*. Rio de Janeiro, 2010.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *Gringo na Laje: Produção, circulação e consumo da favela turística*. FGV Editora, 2009.

_____. A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais*-Vol.22 nº 65, 2007.

IRVING, Marta de Azevedo. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R; SANSOLO, D.G. e BURSZTYN, I. (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro. Ed. Letras e Imagens, 2009.

_____. Participação: questão central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento. In: IRVING, M. A.; AZEVEDO, J. *Turismo: o desafio da sustentabilidade*. São Paulo. Ed. Futura, 2002. p.35-45.

MORAES, Camila. Turismo e o Museu de Favela: Um caminho para novas imagens das favelas do Rio de Janeiro. In *Revista Eletrônica de Turismo Cultural*. Volume 04 – No. 01, 2010.