

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

Turismo na Favela

A Representação Simbólica da Relação Objeto-espectador

Juliana Marques Borghi

Novembro de 2015

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em “Mídia, Informação e Cultura”, no Centro de Estudos Latino americanos sobre Cultura e Comunicação, da Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Ricardo Alexino Ferreira.

TURISMO NA FAVELA: A REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA DA RELAÇÃO OBJETO-ESPECTADOR¹

Juliana Marques Borghi²

RESUMO

O artigo discute a relação existente entre a ação do turismo na favela sob o ponto de vista da representação simbólica no contexto analisado, considerando os elementos que aproximam as pessoas deste universo, junto à formação do inconsciente coletivo como fator preponderante da representação de estigmas sociais e construção de estereótipos no que concerne à realidade das favelas. São analisados os conceitos citados, de modo a refletir na relação existente entre as duas realidades distintas, enfatizando o papel de observadores (turistas) sobre o local visitado (favelas).

Palavras-chave: Representação Simbólica; Turismo; Favelas; Práticas Culturais.

TOURISM IN FAVELA: A SYMBOLIC REPRESENTATION OF RELATIONSHIP OBJECT-SPECTATOR

ABSTRACT

The article discusses the relationship between the share of tourism in the *favela* from the point of view of symbolic representation in the analyzed context, considering the elements that bring people of this universe, with the formation of the collective unconscious as a major factor of the representation of social stigmas and construction of stereotypes regarding the reality of the *favelas*. The above concepts are analyzed, to reflect on the relationship between these two distinct realities, emphasizing the role of observers (tourists) about the site visited (*favelas*).

Key words: Symbolic Representation; Tourism; *Favelas*; Cultural Practices.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em “Mídia, Informação e Cultura”, no Centro de Estudos Latino-americanos sobre Cultura e Comunicação, da Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo.

² Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas (2009) pela Universidade Estadual de Londrina. Pós-graduada (lato sensu) em Bens Culturais – Cultura, Economia e Gestão, pela Fundação Getúlio Vargas (2014). Trabalha com Relações Públicas Governamentais.

TURISMO EN FAVELAS: A REPRESENTACIÓN SIMBOLICA DE RELACIÓN

OBJETO DE ESPECTADOR

RESUMÉN

El artículo analiza la relación entre la participación del turismo en la *favela* desde el punto de vista de la representación simbólica en el contexto analizado, teniendo en cuenta los elementos que traen gente de este universo, con la formación del inconsciente colectivo como un factor importante de la representación de los estigmas sociales y construcción de estereotipos con respecto a la realidad de los barrios bajos. Los conceptos anteriores se analizan, para reflexionar sobre la relación entre dos realidades distintas, destacando el papel de los observadores (turistas) sobre el sitio visitado (barrios marginales).

Palabras clave: Representación Simbólica; Turismo; *Favelas*; Prácticas Culturales.

1.Introdução

A formação de estigmas sociais vem ocorrendo ao longo do processo histórico no cenário brasileiro, no que concerne ao preconceito contra o posicionamento de parte da sociedade considerada excluída e à margem do convívio social, contribuindo para a construção de estereótipos ligados à pobreza, e à parcela da população negra, em geral. As favelas, locais onde, geograficamente, concentram-se grande parte desta parcela, destacam-se como um fator preponderante de grandes representações (sociais, culturais, econômicas, simbólicas e históricas), e reflexões a respeito do desdobramento deste processo de preconceito.

Neste contexto, a relevância do reconhecimento de um inconsciente social coletivo, permite que algumas colocações e hipóteses sejam feitas sobre o tema, de modo a analisar sua relação com ações como o turismo nas favelas nacionais, que chamam a atenção por despertarem a curiosidade de quem quer visitar as favelas, e também como um fenômeno interessante, sob o ponto de vista simbólico, cognitivo e, portanto, qualitativo, a respeito do processo de espetacularização observado entre duas realidades distintas; assim como por

sua relação com a forte representação de estigmas, que podem vir a fortalecer, em determinado momento, a “prática” do preconceito, e portanto, de manutenção do inconsciente coletivo sobre o universo das favelas no Brasil.

A proposta deste trabalho, deste modo, é sob o ponto de vista de representações simbólicas sobre a relação enfatizada entre “turistas” e favelas, o de analisar e refletir (trazendo o tema para um diálogo consciente), pensar a respeito do modo como este tipo de turismo acontece, e seu possível reflexo para o entendimento sobre o processo de reconhecimento histórico e social do inconsciente coletivo na sociedade brasileira.

2. A representação simbólica das favelas

As favelas brasileiras podem ser analisadas sob diversos pontos e aspectos. Sobre um olhar a respeito da representação simbólica, pode-se refletir de modo qualitativo, a partir do momento em que se entende que a formação de estigmas sociais e estereótipos estão diretamente ligados à desconstrução deste universo, inseridos enfaticamente na realidade do país.

A relevância de tais elementos simbólicos permite uma análise que contempla um aprofundamento sobre fatores que fazem das favelas, locais que sofrem grandes preconceitos (social, cultural, econômico e histórico), acumulados ao longo de séculos, quando estas começaram a representar uma parte essencial do entendimento a respeito dos aspectos históricos do país, tornando-se portanto, símbolos constitutivos de uma identidade africana, lembrada, em sua maioria, por aspectos pejorativos e estigmatizados.

Como enfatiza Resende (1988; p.142), a favela inserida no sistema de produção capitalista brasileiro, sente o abismo causado entre o mundo de elite e o universo do morador da favela. Um abismo que é físico, cultural, social e histórico: "(...) socialmente não há diferença a partir do momento em que o estigma se estabelece - de qualquer outro dos habitantes da cidade privado da condição de cidadania. Marginalizados por razões diversas, terminarão por experimentar a segregação, a privação da liberdade..."

A presença das favelas mantém seu espaço urbano, contribuindo para a formação dos arquétipos, moldados por uma identidade, que pode fazer parte do reconhecimento do imaginário social. "(...) Cada favela carioca criou um território com estatuto próprio e distinto da cidade. Criou seus próprios códigos e deu origem a uma micronação. Obrigada a estruturar-se para sobreviver, é a obra máxima de uma pobreza precariamente assistida e a forma pela qual constitui um sucedâneo para as lacunas de cidadania" (LESSA, 2000, p.297). A formação dos espaços físicos e histórico das favelas fortalece ainda mais sua identidade ligada à sua representatividade, e conseqüentemente ao reconhecimento de uma herança dinâmica. De acordo com Sigaud (1997, p.42-43), "(...) Por outro lado, ao mesmo tempo em que a favela guarda uma forte herança cultural devido ao seu modo de vida, ela dá demonstrações de que o acúmulo dessas heranças também faz parte de um processo dinâmico".

A formação dos estereótipos distorce, portanto, a realidade. Para Aluísio Trinta (2008, p.48), "a necessidade urgente de aprender a mudar os pontos de vista frente a impressões cristalizadas, seja por conforto interior ou proteção, nos leva a entender apenas o que está no rótulo, catalogado".

O inconsciente, neste processo, pode ser definido como o fator que engloba todas as disposições pessoais e coletivas disponíveis, mas não relacionada e/ou associadas de forma conhecida pelo ego. "É um conceito-limite psicológico que abrange todos dos conteúdos ou processos psíquicos que não são conscientes, isto é, que não estão relacionados com o eu de modo perceptível" (JUNG, 2009, p.847).

Segundo Jung (2009, pag.851), o inconsciente representa conteúdos do pessoal e coletivo. No primeiro caso, são consideradas as experiências pessoais; no segundo, as disposições herdadas de um processo alimentado e pertencente à coletividade. Tudo que vem do inconsciente apresenta característica involuntária e autônoma, não depende do consentimento da consciência para se manifestar. "Podemos distinguir um inconsciente pessoal que engloba todas as aquisições de existências pessoais: o esquecimento, o reprimido, o subliminalmente percebido, pensado e sentido. Ao lado desses conteúdos inconscientes pessoais, há outro conteúdo que não

provêm das aquisições pessoais, mas da possibilidade hereditária do funcionamento psíquico em geral, ou seja, da estrutura cerebral herdada. São as conexões mitológicas, os motivos e imagens que podem nascer de novo, a qualquer tempo e lugar, sem tradição ou migração histórica. Denomino este conteúdo de inconsciente coletivo”.

Ainda de acordo com Jung (1973, p.408), a construção de arquétipos ocorre em decorrência da formação psíquica do homem, a partir do chamado inconsciente coletivo: "O inconsciente coletivo é constituído, numa proporção mínima, por conteúdos formados de maneira pessoal; não são aquisições individuais, são essencialmente os mesmos em qualquer lugar e não variam de homem para homem. Este inconsciente é como o ar, que é o mesmo em todo lugar, é respirado por todo o mundo e não pertence a ninguém. Seus conteúdos (chamados arquétipos) são condições ou modelos prévios da formação psíquica em geral". Os arquétipos, nesta colocação, podem ser considerados elementos estruturais que se formam no inconsciente, dando origem as fantasias individuais ou as mitologias de um povo.

De acordo com o mesmo autor, uma variedade de símbolos pode estar associada a determinado arquétipo, como por exemplo, o arquétipo da figura materna, que pode se relacionar a seus aspectos tanto positivos como negativos. Ou seja, neste caso, de uma mãe protetora até uma figura ameaçadora. “Os conteúdos de um arquétipo podem ser integrados na consciência, mas eles próprios não têm esta capacidade. Portanto, os arquétipos não podem ser destruídos através da integração ou da recusa em admitir a entrada de seus conteúdos na consciência. Eles permanecem uma fonte à canalização das energias psíquicas durante a vida inteira e precisam ser continuamente trabalhados" (JUNG, 1951, p.20).

Embasado nas colocações de Jung a respeito da formação dos arquétipos por meio do processo do inconsciente coletivo, é possível entender e analisar como as figuras centrais das favelas no Brasil podem representar e serem representadas por símbolos sociais que causam um impacto direto ou indireto na percepção e pontos de vista de eixos da sociedade, que geram por sua vez curiosidade, admiração ou preconceito.

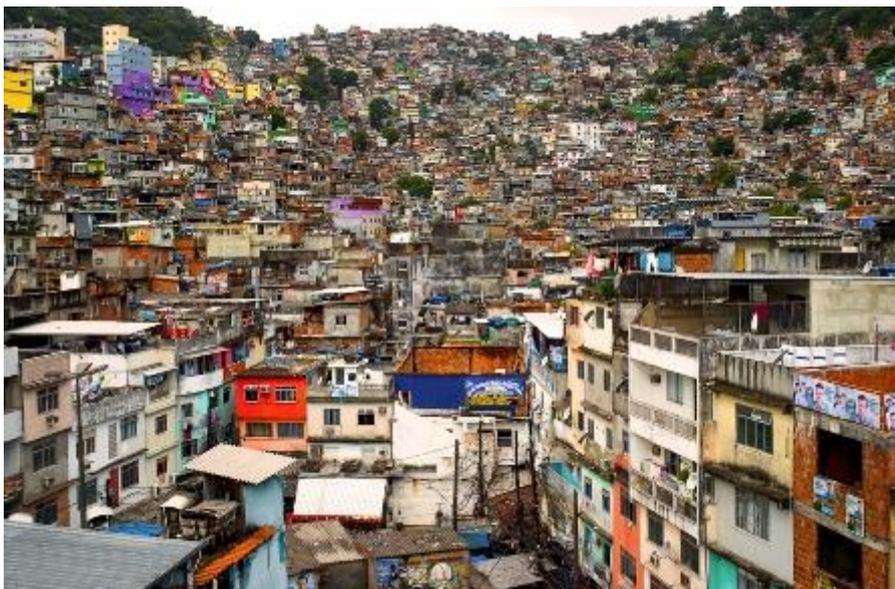


Fig. 01 - Imagem panorâmica exposta por um blog que faz crítica à hipocrisia social em relação às favelas. “Favela não é lugar para ninguém”: Blog “E viva a farofa”, 2015. Disponível em: <http://evivaafarofa.blogspot.com.br/2015/06/favela-nao-e-lugar-para-ninguem.html>.

Como observa Valladares (2002; op.cit.), três “dogmas” contribuíram para formar as representações da favela: a favela como “lugar da pobreza” é um território considerado por vários atores como homogêneo; a imagem da cidade partida (Ventura, 1994) simboliza o território dos excluídos e por fim, a ideia da favela como território específico (Zaluar, Vito, 1998); onde encontra-se a figura do traficante, figura presente dentro das etapas do inconsciente coletivo.

De acordo com Correa (2006, p.52), a favela já foi representada como local de natureza do samba, de grande marginalidade, possuidora de classes sociais ameaçadoras, de tráfico, violência, e todos estes elementos circulando na cultura das mídias”.

Complementar a formação do estereótipos e arquétipos, a cultura das mídias, contribui para o estigma de notícias que trazem uma realidade construída em torno de pontos pejorativos e mal formulados. Em uma cultura da imagem dos meios de comunicação de massa, são as representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, o seu senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida, bem como pensamentos e ações

sociopolíticas. A ideologia é, pois, tanto um processo de representação, figuração, imagem e retórica quanto um processo de discursos e ideias.

A identidade das favelas, construída por tantos pontos contraditórios e históricos se mantém flexível e a par de influências que contribuem para a formação de um contexto um tanto quanto conturbado. Falta clareza na junção destes fatores e na relação entre eles, até mesmo porque eles encontram-se em constante movimento. Porém, o que mais incomoda neste processo, não é o fato de dentro de uma mesma identidade existirem muitas, mas o modo como esta identidade pode ser interpretada.

3. Turismo na favela: objeto x observador

Turismo na favela. Assim ficou, recentemente, definido o nome “formalizado” de novas ações e práticas nas favelas brasileiras, que é resultado do processo de mudanças ocorridas nos últimos anos no país.

O conceito atrativo do turismo faz-se, portanto, de forma multidisciplinar, onde a oferta cada vez mais detalhada das modalidades de turismo direciona-se para públicos determinados, que persuadidos pela prática da curiosidade, se veem encantados e atraídos nos mais variados ambientes. Segundo Beni (2003, p.303) ainda, atrativo é “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”.

Aprovada em 2006, a favela da Rocinha, tornou-se ponto turístico da capital carioca, por meio da Lei 779/2006 elaborada pela vereadora Lilian Sá, do PL (Partido Liberal), e aprovada pelo prefeito César Maia. Rubem Medina¹, Secretário Especial de Turismo do Rio de Janeiro considera as favelas como

¹Disponível em: <http://revistahost.uol.com.br/opiniao/e-interessante-promover-a-favela-como-destino-turistico-9.html>. Acesso em 27.ago.2015.

uma atração interessante para os turistas, até mesmo porque eles pedem por isso: “A prefeitura do Rio considera a Rocinha uma atração turística e não vejo como isso possa prejudicar a imagem da cidade. Pelo contrário. Existe uma demanda de turistas para conhecer a favela e esse roteiro turístico já existe e movimentava o comércio local, os artesãos. [...]”

Mas dados históricos relatam que a prática do *slumming* era conhecida e realizada pelas elites inglesas entre aproximadamente 1880 e 1920, quando estes iam visitar locais considerados inóspitos à época; virando um modo de se relacionar com quem não fazia parte da nobreza. Recentemente, em 1990, a situação volta a ser reconhecida, com o marco da ECO 92², no Rio de Janeiro; em que estrangeiros começaram a visitar as favelas cariocas. A Rocinha com pelo menos oito agências de turismo possui uma média de atendimento para 3500 turistas mensalmente. É possível fazer o trajeto pelas favelas por carro, a pé, moto, jipe, de dia ou de noite, com ou sem refeição, com guias estrangeiros ou locais. O preço é em média de R\$ 70,00 por pessoa, para um passeio que pode durar de três a quatro horas.



Fig. 02 - Publicidade do documentário “*Tem gringo no morro*” (que mostra como funcionam as agências de turismo nas favelas cariocas, junto a opinião dos moradores, visitantes, guias e pesquisadores sobre o tema). Documentário: *Tem gringo no morro*: Blog “Averso e Reverso”, 2014. Disponível em: <https://avessoereverso.wordpress.com/2014/01/11/documentario-tem-gringo-no-morro-mostra-relacao-entre-turismo-e-rocinha/>.

²Conferência das Nações Unidas sobre desenvolvimento sustentável, ocorrida no Rio de Janeiro, em 1992.

Entre algumas agências de turismo que oferecem o serviço, no Rio de Janeiro, encontra-se: *Brazilidade*³, *Favela Tourim*⁴ e outras propagandas, como o blog *Turismo na Favela*⁵, que trabalha com *teasers online* do tipo: “*Saia da mesmice*”. Os “gringos”⁶, ou turistas estrangeiros, também possuem opiniões diversas a respeito deste tipo de exposição; mas muitas vezes, eles são a favor desta prática, e se mostram muito receptivos e curiosos para saírem das “mesmices” que frequentam.

A imagem “exótica” processada nos últimos anos sobre a favela, como um lugar de preconceito, mas ao mesmo tempo “atrativo”, seja por especulação ou abordagem midiática, atingiu um alcance internacional, tornando-se um tipo de *reality tour* de circulação global, por meio do aspecto de produção. Como entende Clifford (1988), o turismo não se afirma não só como fenômeno de consumo, mas simultaneamente como fenômeno de produção. O “produto turístico” promove o turismo, juntamente com bens simbólicos que são “fabricados” pela linguagem midiática.

³Disponível em: <http://brazilidade.com.br/empresa-turismo-rj/>. Acesso em 24.ago.2015.

⁴Disponível em: <http://www.favelatourismworkshop.com/indexport.htm>. Acesso em 25.ago.2015.

⁵Disponível em: <https://turismonafavela.wordpress.com/>. Acesso em 25.ago.2015.

⁶Disponível em: <http://editora.fgv.br/blog/atualidades/panorama-do-turismo-nas-favelas-pacificadas-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em 15.09.2015.



Fig. 03 - Publicidade *Santa Marta Tour Favela*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://favelasantamartatour.blogspot.com.br/>.



Fig. 04 - Publicidade da “Favela: Consultoria e Negócios”, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: http://www.buscar.com.br/favela_turismo_rio_de_janeiro_rj/.

De acordo com o site oficial da Rocinha⁷, os chamados “*Safáris na Rocinha*”, trazem questionamentos pertinentes sobre seus possíveis impactos positivos e/ou negativos: “Os passeios turísticos pelas favelas, considerados um novo tipo de atração pelo caráter aventureiro, não são isentos de críticas. Muitos alegam que o *tour* pelos morros cariocas projeta uma imagem distorcida das comunidades e denigre a reputação da “cidade maravilhosa”. Já os defensores argumentam que esses passeios representam uma importante fonte de renda para famílias pobres e um modelo de desenvolvimento exportável a outras regiões humildes do país”.

⁷Disponível em: <http://www.rocinha.org/noticias/rocinha/view.asp?id=2656>. Acesso em 23.set.2015.



Fig. 05 - Grupo de turistas visitando a Favela do Alemão, Rio de Janeiro. Blog “Novo complexo do alemão”, 2013. Disponível em: <https://novocomplexodoalemao.files.wordpress.com/2013/06/turismo-no-alemc3a3o.jpg>.

Posicionando o contexto como a favela é enfatizada, neste processo, o termo “sociedade do espetáculo”⁸, significa uma sociedade que vive e se mantém por meio dos mais variados tipos de exposição, representados por meio da mídia, da imprensa, do preconceito, da miséria, da fome, da falta de intolerância entre outras questões que se tornam grandes “atrações sociais”. Os chamados *zoos humanos*⁹, podem ser considerados exemplos pertinentes à esfera contextualizada da relação objeto-espectador.

⁸Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?Editoria/Midia/Conexoes-envenenadas-a-piracao-dos-u21Ccoisa-u21D/12/33134>. Acesso em 10.set.2015.

⁹Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=186>. Acesso em 10.set.2015.

Guy Debord (1997, p.24) foi o responsável pelo conceito da crítica da “sociedade do espetáculo”, definido oficialmente como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens. O capital processa o acúmulo de imagens, na contemporaneidade, que se vincula a aparência da superioridade construídas pelas elites, onde existe a desigualdade social, em decorrência da divisão do trabalho intelectual e operacional, como enfatiza o autor, em seu livro *Sociedade do Espetáculo*, de 1967:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta da sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte.

Algumas pesquisas realizadas sobre o tema identificam padrões de pensamento e comportamento. A antropóloga Bianca Medeiros ressalta pontos importantes concernentes à sua pesquisa¹⁰.

De acordo ainda com a mesma pesquisa de Bianca, muitos moradores tem a percepção clara de que o que atrai os gringos é justamente a condição precária das favelas; como uma moradora local relata: "A pessoa quando vem lá de fora, de outro país, tem interesse de conhecer as comunidades pobres daqui, do Rio de Janeiro e do Brasil, e ver como é que é. Porque, bem ou mal, eles [os turistas] fazem uma comparação entre a comunidade deles e a nossa. Então eles querem ver a diferença. A curiosidade deles é essa."

A complexidade mostrada e construída traz aspectos e dilemas, que de acordo ainda com Menezes (2007), mostra-se nítida na fala de um morador da Rocinha entrevistado pelo autor: "Acho que os turistas deveriam

¹⁰Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69922010000100003&script=sci_arttext. Acesso em 24.ago.2015.

passar pelos lugares mais ricos, mais bonitos e até mais limpos. Mas se eles fossem lá para a Roupa Suja, onde o pessoal é mais necessitado, talvez eles pudessem se inspirar em limpar o lugar, talvez alguém se interessasse em ajudar mais os moradores... Alguém poderia trazer dinheiro, consertar um cano. Isso iria beneficiar a galera lá, porque ia incentivar os moradores a consertar as casas, tirar a lama, tirar o lixo. O poder público ia olhar mais para aquela gente. O passeio não seria só para mostrar a vista, mas para mostrar a realidade."



Fig. 06 - Foto exposta pelo site *Planejo Viajar* (exposição da pobreza), Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://planejoviajar.com.br/sobre-o-turismo-nas-favelas-e-o-espetaculo-da-pobreza/>.

A preferência dos “gringos”¹¹, que vêm visitar o Brasil, mostra uma certa linearidade e comportamentos que corrobora com a hipótese do interesse pelo “exótico”. Na pesquisa¹² exposta na Revista Eletrônica de Turismo Cultural, da Escola de Comunicação e Artes (ECA), da USP, de 2008, intitulada “A Experiência Turística na Favela da Rocinha”, no Rio de Janeiro, um dos objetivos era verificar as motivações que levavam os estrangeiros a visitarem as favelas. De acordo, os dados apresentados, em ordem decrescente, foram: status, lazer, aventura, compras, conhecimento, estudo, contato com a comunidade e curiosidade pela pobreza e violência locais.

¹¹Gringos: termo que pode ser utilizado seja para estrangeiros, quanto para nativos. Neste contexto, utilizado como alguém que esta/sente-se estranho, não pertencente ao determinado local.

¹²Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/03Serson.pdf> . Acesso em 30.ago.2015.

Na lógica do turismo de favela, portanto, tem-se um contexto em que certo tipo de exposição ocorre entre duas realidades diferentes (o observador e observado). O turismo mercadológico ultrapassa os interesses de um suposto turismo comunitário, abraçando a lógica do capital, onde paga-se pelo o que se vê. O tipo de relação exposta, limita-se a uma forte representação de estranhamento, sob um olhar vazio de quem “observa” uma realidade degradante, sem perspectivas de melhorias no longo prazo, respaldada pelos aspectos simbólicos e de construção social baseadas numa história de racismo e preconceito, que continua portanto, mantendo-se ao longo do tempo.

4. Metodologia

Para realização deste trabalho, optou-se pelo uso de bibliografia específica (livros, sites e outros materiais disponíveis) relacionada à problemática proposta e analisada, focada na relação entre os aspectos simbólicos da prática do turismo nas favelas nacionais, de modo a contextualizar a dinâmica deste processo na contemporaneidade, assim como sua estreita e possível ligação com os aspectos cognitivos deste tipo de turismo; com um olhar para o significado da construção do inconsciente coletivo social, representando portanto, os estigmas e preconceitos existentes ao longo da história da formação da sociedade brasileira.

Foram realizados levantamentos específicos a respeito desta prática cultural, como da cidade do Rio de Janeiro, a partir dos anos 2000, onde o turismo nas favelas consolida-se com o apoio da Secretaria de Turismo da capital carioca. Do mesmo modo, foram observadas pesquisas realizadas anteriormente sobre o tema, com a utilização de fontes secundárias (dados, levantamentos, entrevistas, aspectos quantitativos) a respeito de análises sociais, culturais e econômicas sobre este tipo de turismo, para embasar a linha de raciocínio do desenvolvimento do trabalho exposto.

A metodologia utilizada permite, portanto, a base do diálogo e da dialética, com o objetivo de discutir o tema enfatizado, abrindo caminho para outras linhas de pesquisa que dissertem sobre a proposta, sem conclusão sobre as questões e hipóteses que foram levantadas, mas sim analisar de modo

pertinente o que foi colocado, com o propósito de contribuir para a construção do conhecimento científico na área, e trabalhar, em momentos posteriores, maiores desdobramentos sobre o assunto.

5. Da relação: favela e inconsciente coletivo

De acordo com o breve histórico apresentado neste trabalho, proposto com o objetivo de refletir a respeito da prática do turismo nas favelas, por meio de uma análise simbólica e representativa, acredita-se que foi possível contribuir qualitativamente de acordo com os levantamentos feitos, que identificam aspectos fundamentais para pensar de modo crítico a relação existente no universo referido; assim como a construção do chamado processo do inconsciente coletivo, que significa trabalhar o tema “favela”, posicionando-o não apenas como um elemento social ou econômico, mas pensando em toda sua formação estigmatizada, que ocupa um lugar de preconceito na sociedade brasileira; e que pode vir a se manter por meio de ações como o turismo, que passam a contribuir para este quadro de estereótipos, à medida em que “vende” a favela, e “atrai” observadores, por meio das representações simbólicas analisadas.

O turismo realizado nas favelas, portanto, pode ser um indicativo de que ações deste tipo, atraem “turistas” ou estranhos, pela lógica do espetáculo, sem vínculos com a realidade degradante que se apresenta. O processo de “estranhamento”, enfatizado nos levantamentos feitos e nas pesquisas realizadas sobre o tema gera grande representação simbólica, à medida que deflagra os contrastes existentes entre duas realidades distintas, que são mantidas pela lógica “observado-observador”, reificando o olhar das pessoas que “visitam” as favelas, fotografando a pobreza do país.

Neste momento, infere-se que o inconsciente coletivo, faz-se presente, e continua desta forma, pelo modo como tal turismo é introduzido a quem esteja disposto a “sair da mesmice” e presenciar um local, historicamente inóspito e sem atrativos. Talvez os únicos “atrativos” sejam exatamente os que aproximam; para depois distanciar, seja geográfica e/ou inconscientemente.

6.Considerações finais

Com o objetivo de promover o diálogo acerca do que trabalho exposto, e não esgotar o assunto abordado, o conhecimento a respeito do panorama do processo de formação histórica do Brasil, permite-nos refletir sobre a construção de símbolos representativos para o desenvolvimento social. Tais símbolos, estruturados ao longo dos séculos, enfatizam a gama de preconceitos amadurecidos em relação aos estigmas e reconhecimento de realidades distintas dentro de um mesmo país. Realidade esta que exclui parcela da sociedade considerada marginalizada.

A análise feita sob um viés qualitativo, por meio de práticas que inserem a favela como tema principal de fenômenos contemporâneos, permitiu a realização de pesquisas de cunho simbólico, como o turismo nas favelas, enfatizadas não só sob um ponto de vista funcional, mas trazendo e pensando nos elementos que fundamentam sua proposta e os desdobramentos que causam: a atrair visitantes que se posicionam como observadores de um local que lhes é estranho, contribuindo portanto, para provocações sobre os possíveis impactos causados no curto e longo prazo a respeito do preconceito gerado em torno do universo das favelas, e toda a conjuntura simbólica que o reveste.

À guisa de conclusão, por ora, percebe-se que a relação existente entre a prática do turismo nas favelas do Brasil, analisada sob o ponto de vista cognitivo, permitiu a reflexão a respeito de sua possível influência no inconsciente social coletivo, à medida em que pode vir a reforçar os parâmetros preconceituosos e exclusão, tornando-se portanto, uma prática reconhecida pelo estranhamento psicológico, que distancia ainda mais realidades contrastantes, deflagradas pelos aspectos históricos que caracterizam-se como fortes elementos de preconceito e racismo.

7. Referências bibliográficas

BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. 8. ed. [atual.] São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BIRMAN, Patrícia. "**Favela é comunidade?**" Em: SILVA, Luiz Antônio Machado da (org). **Vida sob cerco: violência e rotina nas favelas do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

CLIFFORD, J. **Authenticity and commoditization in tourism**. *Annals of Tourism Research*, 15: 371-86. 1988.

CORRÊA, Felipe. **As projeções de alteridade no espaço urbano carioca. A favela no cinema brasileiro contemporâneo**. *Lumina – Juiz de Fora – Facom/UFJF – Vol.9, n.1/2, p.51-61-jan/dez 2006*.

DEBORD, GUY. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática de liberdade**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1994.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. "**A favela que se vê e que se vende: Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico**". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 22: 61-72. 2007.

GRAMSCI, Antônio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JUNG, Carl Gustav. **Tipos psicológicos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

JUNG, Carl Gustav. **Sonhos** (compilação de trabalhos coletados Vols. 4, 8, 12, 16). Princeton, NJ: Princeton University Press, 1973.

JUNG, Carl Gustav. **Aion: pesquisas sobre a fenomenologia do ser** (compilação de trabalhos coletados Vol. 9 - Part.2). Princeton, N.J.: Bollingen, 1951.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2001.

LESSA, Carlos. **Rio de Janeiro de Todos os Brasis**. (Uma reflexão em busca de autoestima). Rio de Janeiro: Record, 2000.

MENEZES, P. "**Gringos e câmeras na favela da Rocinha**". Monografia de bacharelado, Rio de Janeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj). Ômega, 2007.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional** São Paulo: Editoria Brasiliense, 2012.

PANDOLF, Dulce; GRYNSZPAN. Mário (org.). **A favela fala**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

RESENDE, Beatriz. **Memórias da casa de loucos**. In Identidade e memória. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1988.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SIGAUD, Márcia Frota. **Cidade: memória versus esquecimento**. In. *Logos. Comunicação & Universidade*. Rio de Janeiro: UERJ, Ano IV, Nº 7, 2º semestre/1997.

SILVA, J. S.; BARBOSA, J. L. **Favela: alegria e dor na cidade**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2005.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros. Identidade, povo e mídia no Brasil**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

SODRÉ, Muniz. **O negro no mass-media**. Anais do primeiro colóquio de semiótica: um estudo de relações raciais. São Paulo: FFLCH/USP, 1983.

TRINTA, Aluizio Ramos. **Utilidade social e sentido cultural do tempo**. V. 7, p. 168. *Revista Polêmica*, 2008.

VALLADARES L. “**Favelas, mondialisation et fragmentation**” in NAVEZ BOUCHANINE F. *La fragmentation en question: entre fragmentation spatiale et fragmentation sociale?* Paris: L’Harmattan, 2002.

VENTURA Z. **Cidade partida**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1994.

ZALUAR A. ALVITO M. (org.). **Um século de favelas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.

WEBSITES VISITADOS:

Os jardins zoológicos humanos. Revista Brasil *Diplomatique* Online, 2000. Nicolas Bancel Jornalismo. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=186>. Acesso em: 27 out. 2015.

A nova fase da sociedade do espetáculo. Revista Carta Maior Online, 2015. Najjar Tubino Jornalismo. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Conexoes-envenenadas-a-piracao-dos-u21Ccoisa-u21D/12/33134>. Acesso em: 27 out. 2015.

Lindos visuais e *funk* fazem parte do turismo nas favelas. Rocinha.org: O portal oficial da Rocinha, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.rocinha.org/noticias/rocinha/view.asp?id=2656>. Acesso em: 21 out. 2015.

Sobre a brasilidade: Turismo de base para transformas a favela. Brasilidade *Tourim*, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://brasilidade.com.br/empresa-turismo-rj/>. Acesso em: 28 set. 2015.

Exotic Tours, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.favelatourismworkshop.com/indexport.htm>. Acesso em: 12 out. 2015.

Viva a favela: Saia da mesmice! Turismo na favela, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://turismonafavela.wordpress.com/saia-da-mesmice/>. Acesso em: 17 set. 2015.

Pesquisa traça panorama do turismo em favelas do Rio de Janeiro. FGV Editora, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://editora.fgv.br/blog/atualidades/panorama-do-turismo-nas-favelas-pacificadas-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 01 nov. 2015.

Documentário “Tem Gringo no Morro” mostra relação entre turismo e Rocinha. Aveso e Reverso, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://avessoereverso.wordpress.com/2014/01/11/documentario-tem-gringo-no-morro-mostra-relacao-entre-turismo-e-rocinha/>. Acesso em: 27 out. 2015.

Santa Marta *Tour* Favela, Rio de Janeiro 2015. Disponível em: <http://favelasantamartatour.blogspot.com.br/>. Acesso em: 27 out. 2015.

Favela Consultoria e Turismo, Rio de Janeiro 2015. Disponível em: http://www.buscar.com.br/favela_turismo_rio_de_janeiro_rj/. Acesso em: 27 out. 2015.

Sobre o turismo na favela e o espetáculo da pobreza. Planejo Viajar: Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://planejoviajar.com.br/sobre-o-turismo-nas-favelas-e-o-espetaculo-da-pobreza/>. Acesso em: 17 out. 2015.
