

La favela es un escenario

La tematización y puesta en escena en las favelas de Rio

Sergio-Moraes-Rego Fagerlande

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ, Brasil).

Laboratorio de Urbanismo y Medio Ambiente (Laurbam) del Programa de Posgrado en Urbanismo de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (Proub-FAU).

Fagerlande, S. M. R. (2017). A favela é um cenário: tematização e cenarização nas favelas cariocas [La favela es un escenario: la tematización y puesta en escena en las favelas de Rio]. *Revista de Arquitectura*, 19(1), 6-13. doi:<http://dx.doi.org/10.14718/RevArq.2017.19.1.90>



<http://dx.doi.org/10.14718/RevArq.2017.19.1.90>

Arquitecto y urbanista por la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (FAU-UFRJ, Brasil).

Especialista en Historia del Arte y Arquitectura en Brasil por la Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio, Brasil).

Maestro y doctor en Urbanismo por el Programa de Posgrado en Urbanismo de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (Proub-FAU-UFRJ, Brasil).

Post-Doctorado en el Programa de Posgrado en Urbanismo de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (Proub-FAU-UFRJ), con el tema de estudio sobre turismo en favelas, con beca del Programa Nacional de Post-Doctorado de la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior (PNPD-Capes) entre 2013 y 2014.

<http://orcid.org/0000-0001-9269-0448>

sfagerlande@gmail.com

Traductora

Roanita Dalpiaz

roanidad@gmail.com

Resumen

A partir de la necesidad de cambiar la imagen de la ciudad, vinculado a la realización de los principales eventos deportivos de la ciudad de Río de Janeiro, en especial el Mundial de Fútbol en 2014 y los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016, las nuevas políticas públicas relativas a la seguridad y las obras de movilidad se han implementado. Se resaltan los cambios en las favelas, con las Unidades de Policía Pacificadora (UPPs) vinculadas a la seguridad y a las grandes obras de la movilidad. Esta nueva situación ha tenido una fuerte influencia en un nuevo proceso relacionado con el desarrollo del turismo en estas favelas. Esta es una actividad muy utilizada para aumentar la renta en ciudades, y se evidencia que el turismo en favelas tiene un comportamiento muy similar a lo que ocurre en las ciudades turísticas tradicionales, tales como el proceso de tematización y puesta en escena que ha ocurrido, siguiendo los modelos existentes en otras áreas tradicionales vinculadas al turismo.

Palabras clave: turismo cultural, favelas, asentamientos humanos, paisaje urbano.

The favela as a setting: Thematization and scenarization in the favelas of Rio de Janeiro

Abstract

Related to the need to change the city's image, related to major sports events held in Rio de Janeiro, especially the 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympic and Paralympic Games, new public policies have been implemented to improve security and mobility. Important changes have been made in the favelas with the help of the Police Peace Units (PPUs) related to security and major mobility construction works. This new environment has had a strong influence on a new process associated with the development of tourism in these areas. It is an activity widely used to increase cities' income and it is evident that tourism in the favelas follows a similar process to what happens in traditional tourist cities, such as thematization and scenarization based on models existing in other well-known, traditional tourist areas.

Keywords: Cultural tourism, favelas, human settlements, urban landscape.

A favela é um cenário: tematização e cenarização nas favelas cariocas

Resumo

A partir da necessidade de mudar a imagem da cidade do Rio de Janeiro, ligada à realização de grandes eventos esportivos nela, em especial a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016, novas políticas públicas relacionadas à segurança e a obras de mobilidade vêm sendo implantadas. Cabe ressaltar que as mudanças nas favelas, com as Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), são associadas a essas políticas públicas. Essa nova situação vem tendo forte influência em um novo processo ligado ao desenvolvimento nessas favelas: o turismo. Trata-se de atividade bastante utilizada para a geração de renda nas cidades, e a forma como esse turismo se desenvolve em favelas segue de maneira similar o processo de tematização e cenarização que vem ocorrendo nas cidades turísticas tradicionais.

Palavras-chave: assentamentos humanos, favelas, paisagem urbana, turismo cultural.



Este artículo también está disponible en **português** en la página web de la *Revista de Arquitectura*.

<http://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatolica/revistas/ucatolica/index.php/RevArq/article/view/90>

A favela é um cenário: tematização e cenarização nas favelas cariocas.

La favela es un escenario: la tematización y puesta en escena en las favelas de Río

Recibido: septiembre 10 / 2015

Evaluated: noviembre 19 / 2016

Aceptado: marzo 17 / 2017

Introducción

Este artículo es parte de la investigación “Turismo y ciudad: temáticas en las favelas de Río de Janeiro”, que se viene realizando en el Laboratorio de Urbanismo y Medio Ambiente (Laurbam) del Programa de Posgrado en Urbanismo de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (Prourb-FAU-UFRJ) desde el 2014.

Río de Janeiro pasó, en los últimos años, por un proceso de reconstrucción de su imagen con la intención de convertirse en una ciudad global, más abierta a las inversiones externas. La búsqueda por acoger los juegos de la Copa del Mundo de 2014 y los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos de 2016 fue una acción bastante representativa de este proceso. Además de grandes obras de infraestructura vinculadas a las necesidades generadas por los juegos, especialmente de movilidad urbana, hubo una preocupación por controlar la violencia en la ciudad. El proyecto de seguridad pública fue centrado en la ocupación de favelas por las Unidades de Política Pacificadora, las UPPs, proceso iniciado en 2008.

Las favelas comprenden un número de más de 2.000.000 habitantes en el Estado de Río de Janeiro (IBGE, 2010) y están integradas a la red urbana de la ciudad, poseen un historial de ocupación por grupos asociados al tráfico de drogas, que asumen un control territorial de áreas importantes de la ciudad. Desde los años 1980, Río de Janeiro ha venido siendo un punto importante para el paso del tráfico entre los países productores y los consumidores (Europa y Estados Unidos) (Coutinho Marques da Silva, 2014). La ocupación territorial de esos lugares por la policía fue acompañada de grandes obras públicas. Muchas de ellas relacionadas a la movilidad urbana, como teleféricos, elevadores y funiculares. De la misma manera, han llegado obras de urbanización, con nuevas vías y viviendas, gran parte dentro de proyectos como el Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC).

La necesidad de estimular actividades generadoras de ingresos en estas comunidades también constituyó iniciativas gubernamentales, como el Programa Turismo de Base Comunitaria del Ministerio de Turismo, iniciado en 2006, y el proyecto Río Top Tour, establecido en 2010, apoyado por el gobierno estadual, y que inicialmente alcanzará favelas como Cantagalo y Santa Marta¹ (Rodrigues, 2014).

En ese sentido, este artículo busca mostrar cómo aspectos de las actividades turísticas que ocurren en todo el mundo, en especial en ciudades turísticas, como el proceso de temáticas y escenarios (Fagerlande, 2015), también sucede en esos nuevos espacios de turismo — las favelas.

El estudio del turismo en las favelas nos muestra que, al lado de iniciativas como las que se llevaron a cabo en Rocinha, como habla Freire-Mdereiros (2009), o en la favela Santa Marta, estudiada por Carvalho (2013) y Rodrigues (2014), existe una multiplicidad de posibilidades de actividades turísticas en diferentes favelas, y eso lleva a la creación de una composición esquemática de diferentes imágenes para ellas, en búsqueda de que cada una consiga atraer al turista de manera singular.

De ese modo, este proceso replica lo que ocurre con las ciudades turísticas tradicionales (Fagerlande, 2015), donde la competencia entre los diversos destinos hace que las ciudades busquen alternativas en sus perfiles para atraer a los visitantes.

La temática de las favelas es parte de la construcción de sus modelos para el consumo, lo que muestra que están siendo integradas a un proceso global de mercadeo de las ciudades (Ribeiro & Olinger, 2012; Sanches, 2001), en el cual la imagen es un aspecto muy importante. En este contexto, el turismo surge como dinamización de la entrada de inversiones, dentro de un pensamiento de que las actividades de ese sector pasaran a ser consideradas como un indicador de crecimiento, de generación de ingresos, de revitalización urbana y de integración con la ciudad. Autores como Zukin (2005) nos muestran cómo este proceso es global y cuenta con la participación de la cultura en la revitalización de las ciudades. Urry (2001) evidencia la importancia de la percepción del turista para la construcción de ese escenario y su consumo (Urry, 1995); Shields (1992), a su vez, señala que esta forma de construcción de la imagen de lugares, que tanto pueden ser ciudades o parte de ellas, como es el caso de las favelas. Shields (1992) indica que el estudio de lugares y del turismo debe utilizar amplio material de búsqueda, esto es, no mantener lo más tradicional, sino incluir folletos, guías, material de divulgación y sitios web. Para reforzar el concepto de tematización, Gottdiener (2001) muestra cómo los ambientes temáticos hacen parte de nuestra sociedad. Por su parte, el escenario descrito por Silva (2004) es transpuesto a otros ambientes que representan la creación de sus espacios turísticos de la misma manera que pequeñas ciudades estudiadas por ella. Montaner y Muxi (2014) también hablan de la temática presente en ciudades turísticas como parte de un proceso actual vinculado a la globalización, el cual está bastante relacionado con la industria cultural, en que la necesidad de encontrar un lugar en este mercado sugiere que las ciudades aparezcan con perfiles definidos y especializados. Muchas veces, las tradiciones culturales locales son tratadas como la autenticidad escenificada que menciona MacCannell (1999), dentro de la búsqueda de esa imagen del lugar y de la atracción de visitantes.

Este trabajo hace parte de una investigación sobre turismo en las favelas y tiene la intención de explorar esa relación entre la temática y el esce-



1 El cerro se denomina Dona Marta, y la favela, Santa Marta (Rodrigues, 2014).

nario de las ciudades turísticas, donde las actividades del sector vienen desarrollando un proceso de construcción de la imagen de cada una de ellas por medio de características locales que estimulen su atractivo. A partir de la consulta hecha en el sitio web Guía de las Favelas (Fernandes, 2013), en el ámbito de una búsqueda sobre favelas, se constató que ese proceso viene ocurriendo, aunque de manera embrionaria, en las favelas cariocas. Aunque prescrito, la clara temática propuesta por el sitio web puede ser verificada en otras guías, como la Guía de las Comunidades (2014), portal virtual y revista bimestral editada por el diario *Extra*, o la Guía de Bolsillo de las Comunidades, elaborada por el Sebrae² y que existe en versión impresa y digital (Sebrae, 2014).

Metodología

La búsqueda sobre turismo en favelas se ha realizado con visitas a las comunidades, mapeo de actividades (como hospedajes en albergues, bares y restaurantes), además del contacto con habitantes y con organizaciones locales que participan de las actividades relacionadas al turismo y a la navegación en sitios web y guías relacionadas a las actividades turísticas. La divulgación para los turistas de esas actividades en las favelas es un elemento fundamental para su éxito. El papel de las guías es mostrar a los posibles visitantes lo que cada favela tiene de mayor relevancia para visitar, es decir, la motivación para el viaje. De esa manera, se busca establecer características para que la imagen de cada favela se convierta en algo vinculado a un consumo más inmediato. Puede ser un elemento histórico, como la ocupación inicial por esclavos, o algo relacionado con la música y la samba. Puede ser también la presencia de características vincula-

das al tamaño de la favela o a su posición con relación al paisaje carioca, con bellas vistas del mar y de las montañas locales. Cada uno de esos posibles elementos representativos puede indicar lo que aquella comunidad tiene de más característico o importante para así atraer el interés por su visita.

Por medio del estudio de esos sitios web, libros, blogs y guías, además de la comparación entre lo que ocurre en esas comunidades, sus historias y el desarrollo del turismo en esos lugares, se puede percibir que el turismo sigue un proceso de especialización temática. En ese sentido, cada favela busca su diferenciador, en términos de historia local, valorización del paisaje, de actividades y de su propia cultura, para diferenciarse unas de otras, en medio de lo que podría ser considerado un patrón homogéneo de favela; con eso, desarrollan un proceso de construcción de su propia identidad a fin de reforzar el proceso de turismo en sí.

Las favelas estudiadas son las que figuran en el sitio web Guía de Favelas (Fernandes, 2013) y que están localizadas en diversas áreas de la ciudad de Rio de Janeiro, como áreas de la ciudad de Rio de Janeiro, como muestra la Figura 1. Parte de esas comunidades, como las del Complejo do Alemão, Manguinhos, Mangueira y Salgueiro, se localizan en la zona norte de la ciudad. Las favelas de la Providência y Prazeres están en el área central, y Santa Marta, Babilônia-Chapéu-Mangueira, Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, Vidigal y Rocinha se sitúan en la zona sur carioca.

Resultados

Temática, escenarios y autenticidad escenificada en las favelas

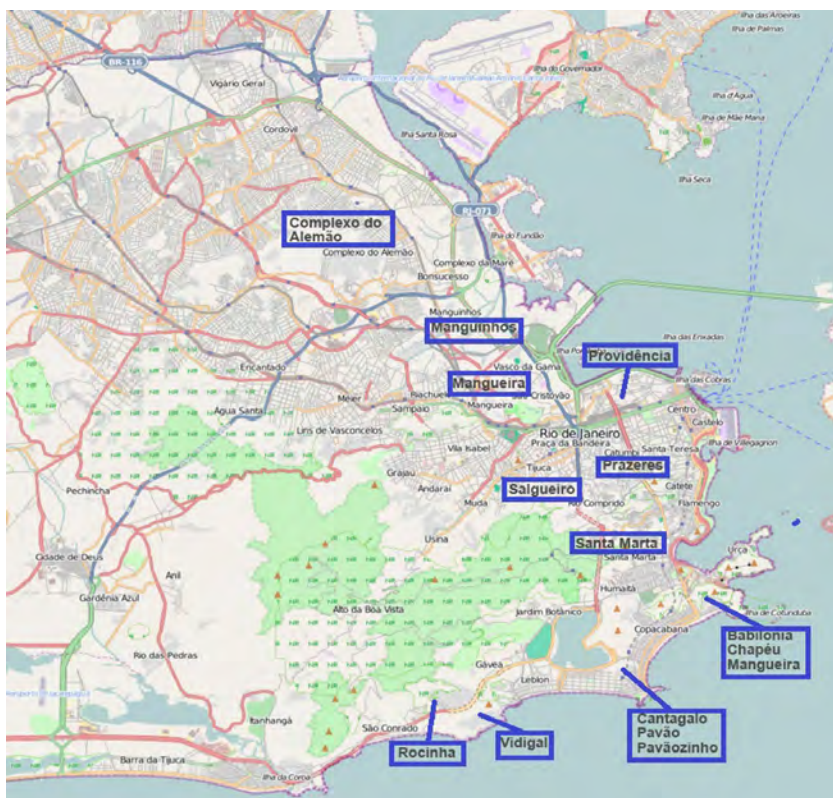
Se observa alrededor del mundo cómo la revitalización urbana es cada vez un proceso más recurrente. Se ve la necesidad de recuperar áreas degradadas o sub utilizadas, o todavía aquellas que no consiguieron establecerse dentro del modelo productivo existente. El turismo surge como una fuerte alternativa y ha sido estimulado por gobiernos en búsqueda de nuevas posibilidades económicas para ciudades o partes de ellas (Hoffman, Fainstein, & Judd, 2003). En áreas centrales, estos procesos surgen con gran fuerza, en especial los relacionados a actividades culturales y de ocio (Zukin, 2005).

Judd y Fainstein (1999) muestran que estas actividades ayudan no sólo en la búsqueda por el mantenimiento de la ocupación de áreas que podrían ser abandonadas, sino también a que las actividades vinculadas al turismo tengan una actuación importante, con gran capacidad de creación de oportunidades económicas, de empleo y de influencia en los cambios de las ciudades. Uno de los aspectos observados en las favelas cariocas es la presencia de un gran número de albergues (hostels), en especial en las favelas de la zona sur. Al lado de bares y restaurantes, la

Figura 1. Mapa de Rio de Janeiro con la localización de las favelas estudiadas en este artículo.

Fuente: Commons Wikimaps, con intervención del autor (2017).

2 Sebrae es el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, organismo gubernamental de incremento a las actividades relacionadas a los pequeños negocios



presencia de esos emprendimientos es uno de los aspectos más importantes y genera posibilidades de ingreso para las favelas, influenciando su relación con los barrios vecinos (Fagerlande, 2016).

La temática que ocurre en áreas de las ciudades y, en el caso estudiado, también en las favelas, es un proceso que, de acuerdo con Gottdiener (2001), siempre estuvo presente en la sociedad, con el uso de símbolos y temas. En los años 1960, los cambios en la sociedad, en la que la imagen pasó a ser un elemento de gran importancia, y el consumo llegó a ser más importante que la producción, la necesidad de estimular ese consumo condujo a incluir la imagen y las ciudades.

El uso de símbolos y temas cada vez más a menudo caracterizan el espacio de la vida diaria tanto de la ciudad como del suburbio. La significación implica no sólo la proliferación de signos y temas, sino también un trabajo constante de reconstrucción de fachadas y espacios interiores para incorporar motivos dominantes de tal manera que estamos de forma creciente expuestos a nuevas experiencias ambientales cuando consumimos. (Gottdiener, 2001, p. 4)

De esta manera, Gottdiener observa que la tematización pasó a producirse en restaurantes, hoteles, centros comerciales y hasta museos, y eso llevo a incluir a las favelas. Este proceso engloba la tentativa de construcción de escenarios, como indica Silva (2004). Todavía es un proceso que no se replica de la misma manera que en las ciudades turísticas; sin embargo, se puede percibir, en algunas favelas, la construcción de escenarios para el turismo, es el caso de murales de grafiti que cuentan sus historias, como se ve en el Museo de Favela (MUF), del Cantagalo-Pavão-Pavãozinho (Pinto, Silva, & Loureiro, 2012) (Figura 2), el caso del estímulo a la construcción de miradores, muchas veces con estatuas, como se ve en el mirador Michael Jackson, en la favela Santa Marta (Rodrigues, 2014).

El MUF, incluso relacionado directamente a la preservación de la identidad local, propone una visita en la que hay una interacción con la comunidad local, pero al final de esta, se presenta una atracción cultural local específica para el público turista, por ejemplo, una rueda de samba en la terraza del museo. La ausencia del uso de elementos locales dentro del contexto de la comunidad, sino solo como atracción para los visitantes, es exactamente lo que MacCannell (1999) llama autenticidad escenificada, algo que, aunque relacionado con la tradición local, no hace más parte de la vida diaria de los habitantes, y sí es un escenario.

Turismo e imagen de las ciudades

A partir de los años 1960, el desarrollo del turismo se ha basado en cambios tecnológicos, como el aumento de las comunicaciones y del transporte, pero principalmente por cuenta de una sociedad cada vez más vinculada a la imagen, tanto en relación a su producción como a su consumo. Este proceso también se desarrolló en las ciudades, que han trabajado su perfil en el contexto de esa competencia que se creó entre ellas, en búsqueda de inversiones, con atracción de capital y personas. En ese campo, el turismo pasa a ser un importante elemento dentro del proceso, el cual involucra actividades relacionadas a la cultura, el ocio y los servicios. La creación de la imagen de las ciudades, la producción de bienes materiales, vinculada a las actividades culturales, es parte de ese nuevo proceso que en un momento de desindustrialización, hace que el consumo sea el gran diferenciador de las economías en todo el mundo.

La imagen está construida por medio de la historia de los lugares, de sus tradiciones y de su patrimonio —que a menudo inventan, como



◀ Figura 2. Rueda de Samba en la terraza del Museo de Favela (MUF), Cantagalo-Pavão-Pavãozinho
Fonte: foto del autor (2014).

dice Hobsbawn (2006)—, y principalmente por la percepción del turista, según Urry (2001). *Place-making* o construcción del lugar, como muestra Rob Shields (1992), y *place-shaping* o dar forma al lugar, como notan Shaw y Williams (2004), son términos que han sido usados en este proceso del cual la tematización y los escenarios son parte. Observar cómo la imagen y la fantasía se han relacionado, algo que siempre hace parte de la historia de la arquitectura³, ayuda a entender cómo el turismo se desarrolla en las ciudades estudiadas. Conocer cómo acontecen esos procesos de temática y de escenarios es necesario para poder entender las ciudades donde esto ocurre y las posibilidades que se presentan para esos lugares y sus poblaciones.

Dentro del proceso turístico tematizado, para entender cómo se desarrolla, se hace necesario percibir las posibilidades, tanto comerciales como las relacionadas a las culturas locales, y avalar su relación con esas comunidades. Se trata de un proceso que no debe ser entendido solamente por el componente empresarial y financiero, sino también por las posibilidades de establecer relaciones de estímulo de tradiciones de cada lugar y su preservación, aunque con un sesgo mercadificado. Además de eso, comprender que esta metodología debe adecuarse a las tradiciones culturales y sociales así como a los movimientos relacionados con los negocios del turismo. Ese proceso es usualmente tratado al estudiar ciudades consolidadas, formales, o ciudades turísticas (Fagerlande, 2015), mas puede ser percibido también al buscarse lugares donde el turismo se encuentra en un estadio todavía embrionario, como las favelas.

La utilización de guías para entender cómo la tematización aparece en las favelas es también la transposición de metodología indicada por Shields (1992). En el ámbito de esa metodología, adoptada en investigación sobre la construcción de la imagen en ciudades turísticas (Fagerlande, 2015), fue hecho un análisis de cómo las ciudades encuestadas aparecían en las guías Quatro Rodas desde su creación, en los años 1960, hasta la actualidad y de cómo eso ayudó a la creación de esos perfiles de ciudades turísticas.

Cómo cada favela es caracterizada: la tematización en cada una de ellas

La idea de que cada favela tiene un tema que debe ser desarrollado no es algo que se perciba inmediatamente. De la misma manera, como el turismo en favelas es reciente, se ha ido desarrollando desde los años 1990 (Freire-Medeiros, 2009), la caracterización de cada favela a partir de un tema es algo que está sucediendo, pero sin una definición oficial. Parece que viene pasando dentro de un proceso de competitividad, en el cual muchas favelas buscan desarrollar activida-

des relacionadas con el turismo teniendo emprendedores que ven en ese turismo una oportunidad para estimular sus negocios. Puede ser también vinculado a instituciones locales que buscan fortalecer las identidades locales, lo que relaciona las imágenes, la identidad y el turismo. Todavía aparecen las guías, bien sean hechas por emprendedores vinculados a los gobiernos, o particulares, todos se interesan en crear perfiles para cada una de las favelas, dentro de ese proceso de especialización y de creación de atracciones.

En el contexto de la elaboración de los manuales, la *Guía de Favelas* representa, de manera bastante clara, cómo se da la temática de las favelas, cómo cada una de ellas busca caracterizarse, crear una identidad propia en medio a tantas otras favelas de Rio de Janeiro. Al nombrar cada una de las favelas que aparecen en la guía, ellas están siempre identificadas de alguna manera. Al hablarse del Morro da Providência (Figura 3), aparece “Visite el Morro da Providência y valorice la cultura de las favelas” (Fernandes, 2013), pues fue en ese cerro que surgió el propio termino *favela*, allí se localizó una de las primeras favelas, considerada la pionera. De esta manera, la caracterización sigue la idea de buscar allí la historia, algo que la destacaría en el contexto de las demás. La verdad es que el Morro da Providência, también llamado el cerro de la favela, es considerado por muchos como la “cuna de las favelas” (Rodrigues, 2014, p. 14), a pesar que algunos autores hablen del cerro de Santo Antonio como el primero de esos asentamientos (Rodrigues, 2014, pp. 13-14). Por lo tanto, más importante que realmente percibir la verdad en la historia es la divulgación de un lugar con su propio relato, lo que puede ser utilizado para la construcción de la imagen de esa comunidad y convertirse en un atractivo para el visitante.

A continuación, la *Guía de las Favelas* trata de la Favela dos Prazeres, que queda en el cerro del mismo nombre. Al citarla, se menciona que la “Favela dos Prazeres en el pasado sirvió de escondite para los esclavos” (Fernandes, 2013) y proporciona, así, una característica de lo que sería importante en el lugar —la lucha contra la esclavitud, otro elemento importante de valorización de la cultura negra y de las favelas—. Una vez más, se trata de historia, pero, para diferenciarse del Morro da Providência, emplea otros términos. Así, la historia de la Providência es contada de manera diferente a la narración sobre la fuga de la esclavitud relatada en los Prazeres. Ya la *Guía de Bolsillo de las Comunidades* (Sebrae, 2014) habla del paisaje como algo que distingue el lugar: “es una vista que deja sin aliento”.

Al hablar del Morro do Salgueiro, una vez más se busca algo que la diferencie de las demás. La *Guía de las Favelas* dice que “O Salgueiro es una de las áreas más antiguas ocupadas en el Maciço da Tujica” (Fernandes, 2013). Así, la historia ahora está contextualizada en una de las regiones de la ciudad, y no en ella como un todo. Podría hablarse de la samba, pero, al escoger lo que



3 Segundo Gottdiener (2001), primero en los casos de exposiciones internacionales y después con los parques temáticos, esa relación tiene influencia no solamente en los procesos turísticos, sino también en la formación de las ciudades.

cada favela tendría de más relevante y único, los formuladores de la guía prefirieron dejarlo como atracción de otra comunidad, lo cual constituye un tema tratado en otro parte de la guía.

Sobre otra importante favela de la misma región, la Mangueira, se observa “*Morro da Mangueira, la cuna de la samba carioca*” (Fernandes, 2013). Por cierto, esto es una especulación, ya que la samba se encuentra ubicada en otras áreas más antiguas, aunque no se niegue la importancia de la Mangueira para el escenario musical brasileño, por los importantes compositores que allí desarrollaron la samba, incluso por la importancia de la escuela de samba del mismo nombre. Sin embargo, el apodo cuna de la samba carioca queda bien para un lugar que trata la samba como uno de sus atractivos más importantes. De ese modo, la guía colabora para que la samba atraiga más visitantes, valorizando la escuela de samba, que, además de ser un elemento importante de atracción turística para las favelas, ya está consolidada en el imaginario mundial como un rasgo cultural carioca, relacionado al gran negocio turístico que es el desfile de las escuelas de samba y el propio carnaval carioca.

Con relación a la favela de Manguinhos, la *Guía de las Favelas* coloca que “El Papa Francisco visitará Manguinhos durante la Jornada Mundial de la Juventud” (Fernandes, 2013), pues la búsqueda en el sitio web fue anterior a esa visita, que marcó positivamente esa favela y que, de acuerdo con la página, tal vez generó un interés por conocer por parte de los fieles. Algo parecido ocurrió en la favela Santa Marta, donde la visita de Michael Jackson la proyectó internacionalmente por cuenta de un video clip hecho por el artista. En ella, la estatua del artista sigue siendo una importante atracción, por lo tanto bastante visitada. Además de eso, la *Guía de las Favelas* habla del paisaje en esta favela: “Vista de postal del mirador Santa Marta” (Fernandes, 2013), que alcanza gran parte de la zona sur de la ciudad, y es una de las atracciones locales. La propia estatua de Michael Jackson está en un mirador. En la *Guía de Bolsillo de las Comunidades* (Sebrae, 2014), también aparece la referencia a Michael Jackson y su video clip, además de hablar del funicular y de las actividades culturales y los artesanos locales. Además del mirador, la propia favela, con sus casas pintadas en un proyecto reciente y la capilla del cerro también aparece como atracción para visitar.

El paisaje como elemento importante de atracción aparece también al hablar del Complejo do Alemão. La frase escogida para caracterizar el tema a ser trabajado en el conjunto de favelas se refiere a la obra realizada por el gobierno dentro del proceso de mejoras de la ciudad para los eventos de la Copa del Mundo de 2014 y de los Juegos Olímpicos de 2016- el teleférico. La *Guía de las Favelas* habla que “El teleférico de Alemão revela otros ángulos del complejo de favelas” (Fernandes, 2013) (Figura 4). Esto valoriza la nueva infraestructura y las posibilidades de ver la favela por medio de su utilización. Por cierto, el turismo en Alemão

se enfoca bastante en la visita por teleférico y, es por eso, que la propaganda del lugar para atraer visitantes, es el teleférico que aparece como elemento principal, aunque haya otros atractivos en la favela.

Uno de los casos más evidentes de buscar un tema para caracterizar una favela es lo que ocurre en la Rocinha (Figura 5). El título “*Rocinha — la favela brasileña más grande*” (Fernandes, 2013) refuerza esa posición. Otros manuales corroboran esa afirmación, como la *Guía de las comunidades* (nov.-dic. 2014), que, en una de sus ediciones, habla de “Gastronomía, cultura y deporte en la favela más grande del país”. La idea de ser la más grande o mejor es un motivo para venir a conocer aparece en Brasil en otras situaciones, como al hablarse del Estadio de Maracanã, que, durante muchos años, fue considerado el más grande del mundo, y eso siempre reforzó su imagen y la de Brasil como país de fútbol. Así, la idea de que exista una favela tan grande pasa a ser algo motivador para conocerla, independientemente de otras características del lugar.

Figura 3. Morro da Providência, con la torre de la Central de Brasil al fondo
Fuente: Laurbam (2013).

Figura 4. Panorama visto del Complejo de Alemão con el teleférico al lado.
Fuente: Foto del autor (2014).





la favela y contribuyó al movimiento turístico que allí se desarrolla. Otro aspecto que ha sido importante en la construcción de la imagen de Cantagalo-Pavão-Pavãozinho (Figura 6) es la actuación del MUF y su circuito de Casas-pintadas. Se trata de una Organización no Gubernamental que concibió un museo territorial, en el cual la propia favela es un objeto museístico. En él, se creó un circuito de grafitis en las paredes de las casas de la comunidad, por medio de los cuales se cuenta la historia local, a través de elementos bastante característicos de la cultura del cerro en la actualidad.

Al instituir un circuito de visita turística, el MUF relaciona turismo e identidad local, y busca crear una imagen de la favela como un lugar de preservación de la cultura. Aunque es algo que puede considerarse como un escenario, por la creación de una secuencia de atracciones, ese circuito de grafitis se relaciona de manera inclusiva en la historia local (Pinto, Silva, & Loureiro, 2012).

De nuevo, al hablar de otra favela, el paisaje y la vista surgen como tema de representación. La cita “El Chapéu Mangueira resguarda una vista única de la ciudad” (Fernandes, 2013) una vez más la vista es destacada, ahora se trata de la playa postal del Brasil, Copacabana, como un elemento que distingue a la favela. Así, los turistas irán en búsqueda de ese elemento diferenciador, aunque allá existan distintas atracciones. Al lado de otras favelas, como la del Morro dos Prazeres, el Morro Chapéu Mangueira se destaca por las atracciones gastronómicas; de ese modo, al lado de la vista, su perfil está cada vez más relacionado con la gastronomía, como aparece en la guía *Cultura RJ*, lanzada por la Secretaria de Cultura del Estado (Madureira de Pinho, 2014). La Guía de Bolsillo de las Comunidades también resalta la vista, la gastronomía y el hospedaje como elementos característicos de esa favela, que se une con Babilonia, favela vecina, en sus páginas.

Discusión

Dentro del proceso de construcción de una nueva imagen de Rio de Janeiro, en la que nuevas intervenciones en las favelas han tenido una importancia destacada, en especial con relación a la política de seguridad e implantación de las UPPs, el proceso de ocupación y la búsqueda de nuevas actividades generadoras de ingresos en las favelas han sido elementos importantes.

El turismo viene relacionado de manera bastante importante a ese proceso, como lo muestran los programas gubernamentales de Turismo de Base Comunitaria y el Rio Top Tour, que, aunque tuvo una continuidad por debajo de lo esperado, dio inicio al proceso, con un fuerte impacto especialmente en la favela Santa Marta. Al lado de iniciativas vinculadas a esos programas, existen otras actividades relacionadas al turismo y a la identidad local, como las organizadas por el MUF del Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, las cuales han sido alternativas importantes para un turismo más

Figura 5. Panorama de la favela de Rocinha.

Fuente: Foto del autor (2015).

Figura 6. Cantagalo visto desde el mirador y elevador al lado.

Fuente: Foto del autor (2014).

Al decir que “la favela de Vigidal posee una vista privilegiada de la ciudad” (Fernandes, 2013), una vez más el paisaje y las vistas panorámicas aparecen como el tema por explorar en una favela. Por cierto, este es un tema destacado en una favela que se encuentra junto al mar y que alcanza lugares muy altos con una vista privilegiada del litoral, especialmente de los barrios más visitados turísticamente de la ciudad, como Leblon, Ipanema y Copacabana.

De la misma manera que el Complexo do Alemão, lo que destaca otro conjunto de favelas es la infraestructura de transporte construida dentro de los mismos principios ya citados con relación al teleférico de Alemão. Al decir que el Cantagalo-Pavão-Pavãozinho posee un elevador panorámico que une la parte alta del conjunto de favelas a la estación del metro (Fernandes, 2013), la Guía de las Favelas resalta que la infraestructura de transporte trajo una característica diferenciadora para

orientado a las comunidades y no a los emprendedores externos.

No es una casualidad que las favelas con gran desarrollo turístico son las que presentan no solamente la localización más relevante para esas actividades, en general ubicadas cerca a los barrios turísticos tradicionales junto a las playas, sino también la organización más efectiva de las propias comunidades con el fin de consolidar un turismo que cuente con su participación, tanto en la visita y en la formación de guías como en la creación de emprendimientos comerciales, como albergues, bares y restaurantes.

La idea de que cada favela tenga una imagen propia aparece en la *Guía de las Favelas* y en otros manuales, y hace parte de un proceso que no es exclusivo del turismo en favelas. Al contrario, la construcción de un perfil para cada favela es semejante al que ocurre en las ciudades formales, grandes o pequeñas, turísticas o no. Se trata de un proceso de mercadeo de las ciudades, en el que ellas se convierten en mercancías, en búsqueda de inversiones o visitantes, para aumentar sus ingresos y sobrevivir económicamente.

Conclusiones

El trabajo muestra cómo las favelas analizadas son caracterizadas con elementos propios para la creación de imagen para el turismo. Así, el Morro da Providência, antiguo Morro da Favela es presentado como local pionero, relacionado

con la historia de esas ocupaciones, como también ocurre con el Morro dos Prazeres y el Morro do Salgueiro. El Morro da Mangueira se destaca por la samba, mientras Manguinhos y Santa Marta, por el paso de ilustres personalidades —Papa Francisco y Michael Jackson, respectivamente—. El paisaje y las obras públicas, como el teleférico y el elevador mirador, son recordados en el caso de Alemão y de Cantagalo-Pavão-Pavãozinho, entretanto la Rocinha se impone por su gigantismo. Vigidal y Chapéu Mangueira se destacan por el paisaje natural, otro elemento que es recordado en varias favelas. De esta manera, cada una de las comunidades mencionadas es valorizada por características individualizadas, en un proceso de tematización para el atractivo turístico.

En la escala de las favelas, esto ocurre con la necesidad impuesta por el mercado del turismo, en el que la especialización temática surge como un factor que diferencia las diferentes comunidades y favorece el interés del turista en tener siempre algo nuevo para visitar. Así, la competencia que existe entre las ciudades turísticas se establece también en las favelas, y el turismo pasa a tener más atracciones, en vez de una única favela son ahora muchas de ellas: la que es la más grande de Brasil, la que tiene mejor vista, la que verdaderamente tiene historia y así sucesivamente. Por más que haya un común denominador entre ellas, la necesidad de diferenciación surge como lo más importante en su construcción para el turismo.



Referencias

- Carvalho, F. C. (2013). *A produção da favela turística e o turismo de base comunitária: possibilidades para o fortalecimento da participação social e o caso da favela Santa Marta*. Dissertação de mestrado não publicada, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Coutinho Marques da Silva, R. (2014). A Radical Strategy to Deal with Slum Upgrading in the City of Rio de Janeiro. Em S. Vincent-Geslin, Y. Pedrazzini, H. Adly e Y. Zorro (eds.), *Translating the City: Interdisciplinarity in urban studies* (pp. 57-72). Lausanne: EPFL Press.
- Fagerlande, S. M. R. (2015). *A construção da imagem em cidades turísticas: tematização e cenarização em colônias estrangeiras no Brasil*. Rio de Janeiro: 2AB Editora.
- Fagerlande, S. M. R. (2016). Turismo no Cantagalo-Pavão-Pavãozinho: albergues e mobilidade na favela. *Anais do 1º Seminário Nacional de Turismo e Cultura*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa. Recuperado de <http://casaruibarbosa.gov.br/>
- Fernandes, A. (2013). Guia das Favelas. Recuperado de <http://www.guiadasfavelas.com/>
- Freire-Medeiros, B. (2009). *Gringo na laje: produção, circulação e consumo na favela turística*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Gottdiener, M. (2001). *The theming of America: American dreams, media fantasies and themed environments*. 2ª ed. Boulder: Westview Press.
- Hobsbawn, E. (2006). Introdução: a invenção das tradições. Em E. Hobsbawn e T. Ranger (orgs.), *A invenção das tradições*. 4ª ed. (pp. 9-24). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Hoffman, L. M., Fainstein, S. S. e Judd, D. R. (eds.) (2003). *Cities and Visitors. Regulating People, Markets, and City Space*. Blackwell, Estados Unidos; Oxford, Reino Unido; Victoria, Austrália: Blackwell Publishers.
- IBGE (2010). Censo demográfico de 2010. Recuperado de <http://www.ibge.gov.br/>
- Judd, D. R. e Fainstein, S. S. (eds.) (1999). *The tourist city*. New Haven: CT: Yale University Press.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press. Ltd.
- Madureira de Pinho, A. L. (org.) (2014). Um guia de cultura do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Diadorim Ideias.
- Montaner, J. M. e Muxi, Z. (2014). *Arquitetura e política: ensaios para mundos alternativos*. São Paulo: Gustavo Gilli.
- Pinto, R. de C. S., Silva, C. E. G. da e Loureiro, K. A. S. (orgs.) (2012). *Circuito das Casas-Tela, caminhos de vida no museu de Favela*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Museu de Favela.
- Ribeiro, L. C. Q. e Olinger, M. (2012). *A favela na cidade-commodity: desconstrução de uma questão social*. Em M. A. Mello et al. (orgs.), *Favelas cariocas: ontem e hoje* (pp. 331-348). Rio de Janeiro: Garamond.
- Rodrigues, M. (2014). *Tudo junto e misturado: o almanaque da favela: turismo na Santa Marta*. Rio de Janeiro: Mar de Ideias.
- Sanches, F. (2001). A reinvenção das cidades na virada do século: estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia e Política* 16, 31-49. Recuperado de www.scielo.br/pdf/rsocp/n16/a03n16.pdf
- Sebrae. (2014). Guia de Bolso das Comunidades Rio. Rio de Janeiro. Recuperado de <http://www.guiadascomunidadesrio.com.br/>
- Shaw, G. e Williams, A. M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. Londres: Sage.
- Shields, R. (1992). *Places on the Margin: Alternative geographies of modernity*. Londres/Nova York: Routledge.
- Silva, M. da G. L. da. (2004). *Cidades Turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph (série turismo).
- Urry, J. (1995). *Consuming Places. The International Library of Sociology*. Londres/Nova York: Routledge.
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Editora Studio Nobel.
- Zukin, S. (2005). *The Culture of Cities*. Malden, MA: Blackwell Publishing.