



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**DISSERTAÇÃO**

**Usos e abusos do Turismo no Vidigal:  
Territórios e atividades turísticas no morro pós UPP (2012/17)**

**Fausi Kalaoum**

**Seropédica  
2018**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**Usos e abusos do Turismo no Vidigal:**  
Territórios e atividades turísticas no morro pós UPP (2012/17)

**Fausi Kalaoum**

*Sob a orientação da Professora*

**Lucia Helena Pereira da Silva**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas**, no curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, Área de concentração em Desenvolvimento Regional e Políticas Públicas.

Seropédica  
Junho de 2018

K14u Kalaoum, Fausi, 1991-  
Usos e abusos do Turismo no Vidigal: Territórios e  
atividades turísticas no morro pós UPP (2012/17) /  
Fausi Kalaoum. - 2018.  
154 f.: il.

Orientadora: Lucia Helena Pereira da Silva.  
Tese(Doutorado). -- Universidade Federal Rural do Rio  
de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em  
Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas -  
PPGDT, 2018.

1. Turismo. 2. Favela. 3. Vidigal. 4. UPP. 5.  
Território. I. Pereira da Silva, Lucia Helena, 1963-,  
orient. II Universidade Federal Rural do Rio de  
Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento  
Territorial e Políticas Públicas - PPGDT III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**FAUSI KALAOUM**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas**, no Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional e Políticas Públicas.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lucia Helena Pereira da Silva (UFRRJ)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Paula Perrota Franco (UFRRJ)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Stella Maris Nunes Pieve (PPGDT)

---

Prof.<sup>o</sup> Dr. André Barcelos Damasceno Daibert (UFJF)

*Dedico esse trabalho à vida, e a todos os presentes  
que ela me proporcionou até aqui!*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, àqueles que ficaram por outros rumos, mas que de alguma forma me ensinaram algo. Também aos meus amigos que são como família: Thiago, Marina, Patrícia, Agnaldo, Malu, Iandra, Tatiane, Gisele, Jéssica, Natan, Diego, Allan, Mayara. Gratidão à vida por tanta preciosidade. Porque eu não sou eu, eu sou a soma de muitos e muitas. E sendo a soma de muitos, agradeço a mim também. Se eu pudesse me encontrar dez anos no passado, eu diria: “você vai se tornar uma pessoa melhor, mais forte, mais resiliente. Toda essa raiva, toda essa tristeza dentro de você vai ser inundada por gratidão e por muito carinho. Às vezes vai ficar muito, mas muito ruim, mas vai melhorar”. Obrigado Fausi, obrigado por resistir. Por você, por mim e por nós.

Agradeço a implacável, incansável, feroz e destemida Dona Lúcia Maria de Lima. Mãe. Pai. Guerreira.

E tão implacável, tão incansável e tão feroz quanto Dona Lucimar Maria de Lima. Meio tia, meio mãe.

À minha orientadora, Lucia Helena, que tornou possível, desatinou nós e desatormentou as tormentas. Meu sincero muito obrigado!

A todos aqueles que me concederam parte do seu tempo para me ajudar a construir esse trabalho. Residentes e não residentes do Vidigal. Seria impossível sem a contribuição de vocês.

A Carolina Mara, Lorene, Lucimara, Milena vocês foram doses de estamina. Fácil não foi, mas teria sido mais difícil sem vocês. A gratidão, carinho e amizade são frutos imperecíveis. Do fundo do coração, agradeço.

Finalmente, as minhas maiores torcidas: minha querida e amada irmã; meu companheiro e amor de vida; minha consciência corporizada em um ser humano lindo; e ao coração com a maior pessoa que existe. Jaqueline, Edson, Ana Luísa (Cherie) e Michelli, obrigado pelo amor, carinho, suporte, positividade, incentivo e mais mil coisas lindas que vocês irradiam. Na noite mais escura de todas, hei de contemplar formas de luz a sorrir e acenar e me sentirei seguro e amado, pois terei certeza que são vocês.

## **RESUMO**

Esse trabalho tem como objeto de estudo a análise da atividade turística na favela do Vidigal, localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro, a partir da implementação da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP Vidigal) que ocorreu em janeiro de 2012. Nosso recorte temporal parte da construção da hipótese de que a ocupação do território pelos policiais da UPP garantiu a intensificação dos fluxos turísticos, bem como a expansão da oferta turística no morro. Dividido em três capítulos, esse trabalho tem como objetivos: descrever os territórios do Vidigal, bem como seus usos; descrever, por meio de uma análise sistêmica, os elementos que formulam, influenciam ou instauram a atividade turística no Vidigal e finalmente analisar e descrever a demanda turística e tipo ou os tipos de consumo que há no Vidigal.

Palavras Chaves: Vidigal; Turismo; Território.

## **ABSTRACT**

This work has as study object the analysis of the tourism activity in the Favela of Vidigal, located in the South Zone the city of Rio de Janeiro since the implementation of the UPP Vidigal (Pacifying Police Unit) that occurred in January 2012. Our time frame comes from the construction of the hypothesis that the territorial occupation by the policemen from UPP guaranteed the intensification of the touristic fluxes, as well as the expansion of the touristic supply on the hill. Divided into three chapters, this research has as objectives: to describe the territories of Vidigal, as well as their usings;; to describe, using a systemic analysis, the elements that composes, influence or install the touristic activity in Vidigal and finally to analyse and describe the touristic demand and the type or types of the consumption that occur in Vidigal.

Keywords: Vidigal; Tourism; Territory

## LISTA DE SIGLAS

ADA – Amigos dos Amigos  
AEIS - Área de Especial Interesse Social  
AEIT – Áreas de Especial Interesse Turístico  
ANF – Agência de Notícia das Favelas  
BNH – Banco Nacional de Habitação  
BOPE- Batalhão de Operações Especiais  
CADASTUR - Sistema de Cadastrado de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo  
CEASA – Centrais Estaduais de Abastecimento  
CEDAE - Companhia Estadual de Águas e Esgoto  
CEP – Código de Endereçamento Postal  
COMLURB – Companhia Municipal de Limpeza Urbana  
CONTUR- Rede de Conexão de Turismo  
CV – Comando Vermelho  
ECO 92 - *Rio Conference on Environment and Sustainable Development*  
FETRANSPOR - Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro  
FIPE -Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas  
FGV- Fundação Getúlio Vargas  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IBM - *International Machine Business Corporation*  
INEPAC – Instituto Estadual do Patrimônio Cultural  
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
IPP – Instituto Pereira Passos  
IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano  
ISP – Instituto de Segurança Pública  
MTUR – Ministério do Turismo  
ONG- Organização Não Governamental  
OSC – Organização da Sociedade Civil  
RAIS- Relação Anual de Informações Sociais  
RIOTUR - Empresa de Turismo do Rio de Janeiro  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SISTUR- Sistema de Turismo  
SMC- Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro  
TGS- Teoria Geral dos Sistemas  
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
UH – Unidade Habitacional  
UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação para a Educação, a Ciência e a Cultura  
UPP – Unidade de Polícia Pacificadora

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1-Entrevista estruturada aos moradores do Vidigal .....	20
Quadro 2-Perfil dos entrevistados.....	21
Figura 1-Movimento de expansão das construções de moradia no Morro do Vidigal	23
Figura 2-Vidigal 100 Segredos (frente).....	30
Figura 3-Vidigal 100 Segredos (verso).....	29
Quadro 3- Transportes públicos e seus itinerários pela Avenida Niemeyer .....	32
Quadro 4-Localidades e suas respectivas altitudes .....	35
Figura 4- Localização da Prainha .....	36
Figura 5-Localização da Praça do Vidigal .....	42
Figura 6-Localização da Vila Olímpica do Vidigal .....	43
Figura 7-Localização dos acessos à trilha Dois Irmãos.....	46
Figura 8-Localização do Sitiê .....	51
Figura 9-Localização do Arvrão .....	54
Quadro 5: Estabelecimentos da localidade do Arvrão e suas classificações de acordo com o mapa Vidigal 100 segredos.....	55
Figura 10-Localização do Catorze e Pedrinha.....	58
Quadro 6-Delimitação dos marcos temporais do turismo no Vidigal.....	71
Quadro 7-Produtos e atrativos do Vidigal de acordo com os entrevistados .....	72
Quadro 8-Marcadores Linguísticos e Carga Semântica da fala dos entrevistados.	72
Quadro 9-UPP, efeito, consequência e percepção.....	80
Quadro 10-Meios de hospedagem do Vidigal.....	92
Quadro 11-Dados sobre os meios de hospedagem do Vidigal .....	91
Quadro 12-Estabelecimentos do Vidigal cadastrados no CADASTUR .....	92
Figura 11-Complexidade da atividade turística .....	95
Tabela 1-Nacionalidade dos entrevistados .....	104
Gráfico 1-Idade .....	106
Tabela 2-Sexo dos entrevistados.....	106
Tabela 3-Estado civil dos entrevistados.....	106
Gráfico 2-Profissão .....	107
Tabela 1-Nacionalidade.....	104
Tabela 2-Sexo .....	106
Tabela 3-Estado Civil .....	106
Tabela 4-Motivação de Viagem.....	112
Tabela 5-Busca por “Produtos Turísticos” .....	113
Tabela 6-Conhecimento das localidades do Vidigal .....	114

<b>Tabela 7-Visitação dos locais .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabela 8-Avaliação dos entrevistados sobre itens .....</b>	<b>116</b>
<b>Gráfico 4-Como conheceu o Vidigal .....</b>	<b>109</b>
<b>Quadro 13-Reportagens sobre “Vai Malandra e o Vidigal” .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabela 4-Motivação de Viagem .....</b>	<b>112</b>
<b>Tabela 5-Busca por “Produtos Turísticos” .....</b>	<b>113</b>
<b>Tabela 6-Conhecimento das localidades do Vidigal .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabela 7-Visitação dos locais .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabela 8-Avaliação dos entrevistados sobre itens .....</b>	<b>116</b>
<b>Quadro 14 -Agentes, Instituições e Ferramentas que auxiliam na produção do território .....</b>	<b>120</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO I OS TERRITORIOS DO VIDIGAL</b>	<b>22</b>
1.1. Uma breve história do Morro do Vidigal	22
1.2. A história do Vidigal 100 Segredos	25
1.2.1. O Vidigal 100 segredos	29
1.3. O Vidigal e seus territórios	32
1.3.1. Prainha	36
1.3.2. Praça do Vidigal	40
1.3.3. Vila Olímpica do Vidigal	43
1.3.4. Trilha do Morro Dois Irmãos	45
1.3.5. Sitiê Ecológico	50
1.3.6. Arvrão	53
1.3.7. Catorze, Pedrinha e a Igreja do Papa	57
<b>CAPÍTULO II TURISMO NO VIDIGAL</b>	<b>62</b>
2.1. Entendendo o Turismo no Vidigal	63
2.1.1. O que é Turismo	64
2.1.2. Desde quando recebe turista?	67
2.1.3. O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal?	70
2.1.4. Algo mudou após a UPP?	74
2.2. O turismo pela perspectiva sistêmica: o SISTUR do Vidigal	79
<b>CAPÍTULO III PRODUÇÃO E CONSUMO DO TURISMO NO VIDIGAL</b>	<b>101</b>
3.1. Demanda e Consumo turístico no Vidigal	<b>102</b>
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>126</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>137</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>141</b>

## INTRODUÇÃO

Ainda na graduação de Turismo (2011/2015), fazendo pesquisa de campo visitei os morros da Providência (no centro da cidade do Rio de Janeiro), Santa Marta (em Botafogo, Zona Sul da cidade) e Vidigal, pude notar que a organização espacial e a dinâmica social eram completamente distintas. A Providência era uma favela predominantemente residencial, avistei poucos estabelecimentos/lojas em minha subida e não vi ninguém que se encaixasse no estereótipo de turista. Na ocasião da visita o que mais “marcou minha memória” foram moradias marcadas com tinta spray por funcionários da prefeitura. A marcação representou o prenúncio da demolição das habitações para a construção do teleférico da Providência. Não retornei mais à Providência desde então, mas pude ler notícias, ver vídeos e tomar conhecimento da demolição das casas sentenciadas e a construção da infraestrutura do teleférico se concretizaram.

Minha experiência no morro Santa Marta foi completamente diferente, a começar pela fachada de casas na entrada do morro. Multicoloridas, por um projeto da empresa de tintas Coral, elas criavam um ambiente distinto em relação às casas de alvenaria da Providência, que geralmente estavam apenas no tijolo ou no reboco. Com um fluxo mais intenso de ir e vir das pessoas do que na Providência, me senti mais seguro e confiante de subir o morro do que na Providência. Na fila do “bondinho” do Santa Marta, lembro de avistar uma placa que pedia aos turistas que não fotografassem os moradores sem seu consentimento. Na parte mais alta, conheci uma guia local que me ofereceu um “semi tour” gratuito. Conheci o espaço da escola de samba, a estátua e o painel ladrilhado de Michael Jackson. O Santa Marta já apresentava uma estrutura turística, diferentemente da Providência. Mas algo ao final do dia me incomodara bastante. Lembro-me de pensar sobre o Santa Marta: “aqui parece que tudo foi encenado”.

Um ano após visitar a Providência, estava eu – acompanhado de dois amigos – em trajeto, de ônibus, ao Barra Shopping, que seguia o itinerário da Avenida Niemeyer. Não fora a primeira vez que passara por ali, mas fora a primeira vez que “reparei” o Vidigal. Lembro-me que, na ocasião, disse aos amigos comigo presente “Vou conhecer essa favela” e em resposta obtive um “você é doido?” o que encerrou o assunto. A vontade de conhecer “aquela” favela reacendeu durante uma disciplina da graduação,

“Planejamento e Organização do Turismo 1”, onde a proposta final de avaliação era a de construir um artigo sobre um local utilizando como principal referencial teórico o modelo de Análise Sistêmica proposta por Mário Carlos Beni. Escolhi o Vidigal e em grupo de cinco integrantes (contando comigo), realizamos trabalho de campo para confeccionar o artigo para a tal disciplina, mas ao por meus pés naquele lugar, eu sabia que existia algo diferente, algo que talvez nem a ciência saiba explicar. Eu sabia que voltaria ao Vidigal muitas vezes.

Este trabalho é fruto do aprofundamento de uma pesquisa que se iniciou em 2012 para uma disciplina da graduação e que posteriormente se tornaria o Trabalho de Conclusão de Curso. Contudo, a elaboração do trabalho não fora o suficiente para sanar algumas questões que ficariam pendentes: quando a atividade turística começou a se intensificar no Vidigal? Quem são os agentes que produzem e como produzem e distribuem a atividade turística? Qual ou quais são os perfis de turistas que sobem o morro e o que eles buscam consumir como produto turístico e como essas atividades impactam o morro? Estes são os questionamentos que norteiam a pesquisa e conformam o nosso objeto: A análise dos impactos da atividade turística na favela do Vidigal pós Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) e que tentaremos responder nesta dissertação.

O morro do Vidigal começou a ser ocupado no início da década de 1940, está localizado na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, entre os bairros do Leblon e São Conrado. Seu principal acesso é pela Avenida Niemeyer, onde há dois pontos de entradas distintas: o primeiro deles conhecido com Praça do Vidigal e o segundo, cerca de quinhentos metros de distância da praça, na localidade conhecida como Catorze. De acordo com o IPP (instituto Pereira Passos) a população do Vidigal era em 2010 de 9.678, já de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do Vidigal era de 12.797. Em dados coletados na pesquisa de campo, os números apresentados são outros: população de 15.000 habitantes, segundo o cadastro do posto de saúde do Vidigal, e 30.000 habitantes <sup>1</sup>pelo censo realizado por uma das Associações de Moradores do local.

Conforme visitava o Vidigal, pude notar o quão rápido estabelecimentos, ligados ou não a atividade turística, abriam. De três albergues em 2012 a mais de 20 em 2015: lojas gourmet, restaurantes e tabacarias foram surgindo com a intensificação do fluxo turístico. Assim, há uma relação direta entre a instalação da UPP e o aumento das

---

<sup>1</sup> Dado concedido por um dos membros da Associação de Moradores do Vidigal (2017)

atividades turísticas no Morro, mas este trabalho se restringirá a relacionar a percepção dos turistas à implementação e a instalação da infraestrutura da UPP para o turismo e não propriamente a ação da política de pacificação no local. Para o Vidigal, é válido dizer, que há uma gama de recursos naturais e atrativos próprios. Entendemos como recursos turísticos naturais “aqueles nos quais não houve intervenção do homem, tais como florestas, acidentes geográficos, formações rochosas” (BARRETO, 1999, p.40). Já os atrativos são aqueles que sofreram algum tipo de intervenção antrópica e junto com a infraestrutura (sendo turística e não turística) e equipamentos (sendo turístico e de apoio) resultam no **produto turístico** (BARRETO, 1999, p.38, 39). Entre esses atrativos há o Sitiê ecológico, a trilha do morro Dois Irmãos e como recurso natural, a pouca conhecida Praia do Vidigal, a Prainha, todos os produtos turísticos.

Por se tratar de uma pesquisa exploratória a respeito do turismo no Vidigal, acreditamos ser importante esclarecer alguns termos e explicar algumas escolhas que influenciaram o processo de pesquisa. Iniciamos com uma breve introdução do termo favela e da sua importância para esse trabalho, já que o morro do Vidigal abriga uma favela com mais de 10 mil moradores.

Vistas como Aglomerados Subnormais pelo IBGE, as favelas são entendidas como

o conjunto constituído por 51 ou mais unidades habitacionais caracterizadas por ausência de título de propriedade e pelo menos uma das características: irregularidade das vias de circulação e do tamanho e formas dos lotes e/ou carência de serviços públicos essenciais (como a coleta de lixo, rede de esgoto, rede de água, energia elétrica e iluminação pública) (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, p.3)

Comum na paisagem urbana carioca, afinal foi uma solução habitacional da população mais pobre há mais de cem anos, também é definida pela prefeitura, a partir do plano de diretor, instituído pela Lei Complementar nº 111/2011:

§ 3º Entende-se por favela a área predominantemente habitacional, caracterizada por ocupação clandestina e de baixa renda, precariedade da infraestrutura urbana e de serviços públicos, vias estreitas e alinhamento irregular, ausência de parcelamento formal e vínculos de propriedade e construções não licenciadas, em desacordo com os padrões legais vigentes.

A palavra favela deriva da planta *Cnidoscolus quercifolius*, uma fava (feijão), mas que ganha significado pejorativo ao ser articulado à pobreza. Gonçalves (2013) esclarece que o espaço favela era visto como antro de vagabundagem, violência e

pobreza, e apesar das definições criadas pelo IBGE e pela prefeitura (Plano Diretor) mesmo não mencionando a violência enfatizam o aspecto de precariedade e pobreza desses locais.

Freire (2008) em seu trabalho<sup>2</sup> realizado em Acari (Zona Norte do Rio de Janeiro) percorre a construção do sentido da palavra “comunidade” ao relacionar com a favela; surge para amenizar a condição estigmatizante de pobreza e violência ligado ao termo favela, entretanto, o estudo da autora aponta que muita das vezes a palavra comunidade é utilizada e atrelada à “carente”, o que implica em acentuar uma série de deficiências, principalmente as socioeconômicas. Pesquisando sobre o tema, encontramos um artigo de opinião no *site* Agência de Notícias das Favelas (ANF) intitulado: “Favelas ou Comunidades?”. No texto em questão, o autor afirma que o uso da palavra comunidade é uma estratégia de minimizar a realidade das favelas:

Tenho observado há muito tempo que a elite e a grande mídia tenta chamar as favelas de comunidades e isso me traz uma grande indignação, pois do meu ponto de vista, isso nada mais é que uma tentativa de descaracterizar a favela e amenizar a situação de pobreza extrema que vive nossa cidade (AGÊNCIA DE NOTÍCIA DAS FAVELAS, 2017)

Não é apenas a palavra comunidade que serve para minimizar o sentido pejorativo da favela. No caso do Vidigal, em 2011, foi “recategorizado” pela prefeitura do Rio de Janeiro – por meio da Secretaria Municipal de Habitação – para bairro. Sendo o critério utilizado para essa mudança a existência de infraestrutura, tais como, água, esgoto e pavimentação (OLIVEIRA, 2012). A pesquisa da autora mostra que esses aspectos continuam sendo deficitários, e que os moradores do Vidigal apontaram a infraestrutura como principal problema de seu cotidiano. 43% dos entrevistados afirmaram ter problemas como coleta de lixo, saneamento básico e outros (OLIVEIRA, 2012, p. 52).

Nesse trabalho, optamos por trabalhar com os todos os termos, ou seja, favela, comunidade, bairro e morro, ainda que não utilize os termos bairro ou comunidade privilegiadamente. Isso porque entendemos que apesar da ação da prefeitura do Rio de Janeiro em recategorizar o Vidigal (e outras 43 favelas) a bairro, compreendemos que há ainda dificuldades enfrentadas pela população, sobretudo no que tange à coleta de lixo, à distribuição de água e ao tratamento de esgoto, desta forma aceitamos a existência do bairro como divisão política administrativa do município, mas

---

<sup>2</sup> Favela, Bairro ou Comunidade? Quando uma política urbana torna-se uma política de significados

consideramos o termo favela próprio para ler a realidade local. Também não trabalhamos com a palavra “comunidade” por essa não se relacionar diretamente aos termos voltados ao “turismo de favela” e/ou “turismo na favela” (debateremos a respeito de ambos ao longo da dissertação), que acreditamos terem se tornado marcas turísticas, embora reconheçamos que no morro (o espaço geográfico onde se assenta a favela) exista ou possa existir comunidade(s), mas que nunca pode ser considerada carente, já que o termo comunidade está relacionado à cultura.

Como a pesquisa está centrada sobre a atividade turística no Vidigal, é necessário explicitar as principais referências bibliográficas utilizadas no trabalho. Atividade turística em favelas cariocas, como coloca Freire-Medeiros, é um fenômeno que começa a ganhar força a partir da década de 1990 e se intensifica com acontecimentos como a visita de Michael Jackson e o filme Cidade de Deus. Em sua obra, “Gringo na Laje”, Freire-Medeiros<sup>3</sup>, descreve o fenômeno turístico na favela da Rocinha, a partir do ponto de vista de turistas, moradores, empreendedores e empresários. Aqui ainda corroboramos com a afirmação da autora: os megaeventos realizados no Brasil, sobretudo a Copa do Mundo (2012) e os Jogos Olímpicos (2016) também contribuiriam para que as favelas se integrassem, mesmo que temporariamente, aos mapas oficiais de turismo da cidade.

Além de estabelecer um marco temporal para os fluxos turísticos nas favelas cariocas, a autora traz, especificamente sobre o turismo na favela da Rocinha, o movimento dos *jeep tours* (ou tours de safári) como a prática de turismo de experiência. Ademais, trabalha o consumo da pobreza turística na favela carioca e a atividade como base comunitária, por integrar em uma rede de consumo empresários de fora do morro, turistas e moradores. A obra de Freire-Medeiros foi peça fundamental nesse trabalho, ao ajudar a construir um diálogo que desconstrói o senso comum a respeito do Turismo na Favela. Ao longo dos capítulos discutiremos mais a obra da autora.

Outro autor importante e utilizado como principal referência para a composição deste trabalho, - junto com Freire-Medeiros – é Beni<sup>4</sup> com sua obra Análise Estrutural

---

<sup>3</sup> Freire-Medeiros é graduada em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), pós-graduada em Sociologia Urbana (UERJ), Mestra em Sociologia pelo IUPERJ e Doutora em História e Teoria da Arte e da Arquitetura na Universidade de Binghamton (SUNY). Atualmente é professora da Universidade de São Paulo (USP).

<sup>4</sup> Beni é graduado em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Mestre em Ciências Sociais pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP) e Doutor em

do Turismo. Nesta obra o autor apresenta a Teoria Geral dos Sistemas (TGS) aplicada ao turismo, o SISTUR. O Sistema pode ser compreendido em três grupos de análise: o grupo de relações ambientais, o de organização estrutural e o grupo de ações operacionais. É com base nesses grupos que serão descritas a estrutura turística do Vidigal.

Recorrente, e também utilizada para compor esse trabalho-, conhecemos os limites da leitura da obra *Análise Estrutural do Turismo*, Beni trata o fenômeno turístico dando ênfase demasiada a atividade econômica, ignorando outros aspectos que podem ser desenvolvidos a partir da prática do turismo. Outra questão colocada é a visão sistêmica onde os entes ou entidades são vistas como vivas, instauram-se e agem por vontade própria, o que acaba por supervalorizar a noção holística, não levando em consideração a complexidade de suas conexões e as tensões sociais da dinâmica de suas relações (BENI, MOESCH, 2017).

Mesmo reconhecendo as limitações desta forma de ler o turismo, a “análise sistêmica” nos auxilia a conhecer e organizar os elementos turísticos e de auxílio a atividade turística de um determinado local, é por esta razão que se optou por utilizá-la, além de ser uma obra muito utilizada no campo profissional do Turismo. Não há prejuízo no diálogo com o SISTUR na medida em que se busca entender as percepções da atividade turística tanto por parte dos moradores, como pelos turistas, e não apenas a análise dos elementos que conformam o SISTUR no Vidigal.

Para dar conta de analisar o impacto das atividades turísticas no Vidigal entre 2012 e 2017 buscar-se-á inicialmente apresentar os territórios do Vidigal fazendo uma leitura cartográfica do mapa Vidigal 100 segredos (em anexo). O mapa em questão criado pelo designer gráfico e atualmente residente do Vidigal, o alemão André Koller, com auxílio de moradores mais antigos e o Instituto Pereira Passos. A partir do mapa serão descritos os diversos territórios do morro e suas dinâmicas sociais. Falaremos mais do mapa ao longo do capítulo 1.

Quanto ao território, esclarecemos que não o utilizamos como sinônimo ou equivalente do conceito de espaço. Para Raffestin (1980) se forma a partir das ações de grupo de agentes. O espaço pode ser considerado como uma matéria prima para onde agentes – sujeitos e instituições – atuam de acordo com seus interesses. Dessa maneira,

---

Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é professor aposentado da USP e professor do curso de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

o território marca relações de poder, ou nas palavras do geógrafo francês “o território é a prisão que os homens constroem para si”.

A prática turística, por sua vez, apenas adiciona uma “nova camada” ao território local onde se manifesta. Exatamente por esse motivo, o território estará fortemente presente durante todo esse trabalho: a perspectiva de territórios mais ou menos turísticos dentro do Vidigal implica também em disputas por controle desses locais, daí não está descolada das relações de poder que se estabelecem nestas práticas. Ademais, essas disputas pelo território turístico implicam em alterações no modo de vida para a comunidade local, estando essa diretamente, indiretamente ou de forma alguma ligada ao turismo.

Ao lado de uma leitura dos muitos territórios do Vidigal foram realizadas diversas entrevistas e visitas ao Morro. As visitas foram realizadas em diferentes turnos e dias com o objetivo de investigar os usos dos distintos territórios. Nesta etapa também foi utilizado um guia local contratado, mas ao invés do itinerário habitual feito por ele, foi solicitado que o *tour* acontecesse nas áreas residenciais, local onde o fluxo de turistas e de moradores é menor, em função da ausência de recursos ou atrativos, da escassa quantidade de comércio e dos becos estreitos que dificultam o trânsito nestes locais, daí raramente ser possível encontrar os visitantes nesta parte do morro.

O percurso metodológico ainda conta com entrevistas e questionários. Foram realizadas entrevistas ao longo da pesquisa de campo, tanto com os moradores quanto aos turistas em relação aos assuntos voltados ao turismo de maneira estrita e sobre as diversas atividades turísticas e como elas eram/são praticadas. O quadro I mostra as perguntas e seus respectivos objetivos e o quadro II traça o perfil dos entrevistados.

Quadro 1-Entrevista estruturada aos moradores do Vidigal

Pergunta	Objetivo
O que é turismo?	Compreender sob qual perspectiva o entrevistado entende a atividade. A definição de turismo, apesar de características bem definidas, como a exclusão de atividades que envolvam ganhos financeiros diretos e atividades laborais, é, mesmo na contemporaneidade, um termo em construção constante.
Desde quando o Vidigal recebe turista?	O objetivo dessa pergunta é construir um marco temporal para o início do fluxo de visitantes ao morro
O que os turistas buscam ou buscavam no Vidigal?	A partir da percepção dos entrevistados, definir a ou as motivações para o consumo dos que visitam o Vidigal

Algo mudou após a UPP?	Por meio desse questionamento, busca-se entender se a implantação do Programa de Polícia Pacificadora influenciou de alguma maneira no fenômeno turístico.
------------------------	--

Fonte: Entrevistas realizadas em 06/09/2017 e 02/10/2017

### Quadro 2-Perfil dos entrevistados

Entrevistado	Residência	Profissão/ocupação	Tempo de moradia no Vidigal
1	Rua 3	Empreendedora (proprietária de um dos hostels)	
2	Rua 3	Ator	21 anos
3	Jaqueira	Guia de Turismo	30 anos
4		Promotor de eventos/ Garçon	3 anos e meio. Frequenta o Vidigal há 9.

Fonte: Entrevistas realizadas em 06/09/2017 e 02/10/2017

A entrevista a este pequeno número de moradores deu-se em função das atividades profissionais e de tempo de moradia no Vidigal. Os entrevistados são representativos, pois metade está ligada diretamente a atividade turística, sendo um deles proprietário de um dos hostel do Vidigal – que teve seu funcionamento interrompido durante essa pesquisa – e um guia local. Os outros dois entrevistados não possuem relação com a atividade turística. A escolha dos sujeitos não foi feita de maneira aleatória, pois se buscou entrevistar quem pudesse apresentar diferentes perspectivas da atividade, através das potencialidades e limites produzidos pela atividade dentro da favela. Como é uma pesquisa qualitativa e exploratória, não é fundamental ao trabalho quantidade.

Ainda sobre entrevistas, foram realizadas com os turistas. O objetivo era traçar os aspectos socioeconômicos dos entrevistados, bem como sua intenção de consumo, consumo de fato e perspectiva de sua experiência no morro. Acreditamos ter sido crucial o estudo da demanda e do consumo, pois ele ajuda a entender quem são as pessoas que consomem os produtos turísticos no Vidigal.

As informações extraídas de *websites* foram utilizadas também em grande parte dessa pesquisa, pois através dela encontramos dados que nos ajudam a entender a distribuição, o mercado e a construção de uma oferta turística. Justifica-se a importância de consulta aos *sites*, *blogs* e redes sociais mediante a importância e o “poder” dos

meios de comunicação na difusão de informações que transformam um lugar em atrativo turístico.

No que se refere a estrutura desse trabalho, ele está dividido em três capítulos. O primeiro capítulo com o título "**Os territórios do Vidigal**" o objetivo principal é a descrição dos territórios, seus elementos físicos e seus respectivos usos tanto por moradores como turistas (relações com os sujeitos e elementos desses territórios). Foram visitadas e descritas as principais áreas do Vidigal, levando em consideração não apenas o uso turístico como também os espaços de transito de moradores e áreas quase que integralmente habitacionais.

O segundo capítulo desse trabalho "**Turismo no Vidigal**" apresentará como a atividade turística é percebida pelos moradores e como estão organizados os elementos do Sistema de Turismo do Vidigal. O objetivo é a análise Estrutural do Turismo, utilizando a Teoria Geral dos Sistemas (TGS) aplicada ao turismo, buscando compreender o impacto das atividades turísticas no morro.

Por fim, o capítulo 3 "**Produção e Consumo do Turismo no Vidigal**" apresenta o estudo sobre os elementos que permitem o consumo dos atrativos turísticos no Vidigal, o objetivo é compreender como se estabelecem os fluxos turísticos e aos múltiplos agentes que influenciam ou produzem diretamente o que reconhecemos como território turístico do Vidigal.

Finalmente nas considerações finais trazemos uma pequena reflexão sobre como está organizado o turismo no Vidigal, os limites da pesquisa, além de novas questões suscitadas, principalmente pelo novo contexto da falência da UPP.

## CAPÍTULO I

### OS TERRITÓRIOS DO VIDIGAL

Onde começa o Vidigal? Apesar de não ser objetivo da pesquisa responder essa pergunta, a fiz, frequentemente as pessoas com quem eu conversei. Uma resposta, em particular, me chamou atenção: “O Vidigal começa na Niemeyer, foi lá onde tudo começou”<sup>5</sup>. É a partir da fala do meu primeiro entrevistado, um dos membros de uma das duas associações de moradores do bairro, a Associação de Moradores do Vidigal (AMV) que damos início a esse trabalho. A resposta do morador faz alusão ao espaço, trazendo à tona a memória sobre a construção das primeiras habitações que ocuparam o entorno do morro, e é aqui que o nosso cenário começa a ser descrito. Convido a vocês a embarcarem nesse primeiro capítulo onde o principal objetivo é trazer a descrição dos territórios do Vidigal usando como referência o mapa Vidigal 100 segredos

#### 1.1 Uma breve história do Morro do Vidigal

As primeiras moradias do Vidigal ocorreram na década de 1940, na margem da atual Avenida Niemeyer, que teve sua construção iniciada pelo engenheiro João Dantas em 1886. Apesar de investir todo o seu patrimônio na tentativa de finalizar uma linha de ferro que ligaria o local que seria Vidigal até o litoral Sul Fluminense<sup>6</sup>, o projeto do engenheiro não se concretizou até o fim de sua vida, mas serviu como base para a construção da Avenida que liga os bairros Leblon e São Conrado (MAXWELL *apud* TEPEDINO, 2007, p.60).

O primeiro investimento imobiliário no território que viria, posteriormente, a ser conhecido como Chácara do Vidigal, aconteceu no início do século XX, especificamente no ano de 1911, pelo inglês Charles Wicksteed Armstrong que fundou a sucursal Fluminense do gymnasio (com uma sede em Niterói e uma filial na Niemeyer). A construção desse colégio aconteceu próximo ao acesso a Praia do Colégio Anglo Brasileiro<sup>7</sup> (hoje conhecida com Prainha ou Praia do Vidigal) e possibilitou a conclusão da construção da Avenida Niemeyer no ano de 1916. O colégio também

---

<sup>5</sup> O entrevistado refere-se a Avenida Niemeyer, que liga o bairro do Leblon até a Barra da Tijuca e é a única forma de acesso as duas entradas do Vidigal.

<sup>6</sup> O litoral Sul Fluminense, também conhecido como Região Turística da Costa Verde, engloba os municípios de Itaguaí, Mangaratiba, Angra dos Reis e Paraty.

<sup>7</sup> Mesmo as primeiras ocupações serem datadas 30 anos após a construção do colégio, um dos moradores com quem conversei em campo, fez menção ao nome do colégio: “O Vidigal não era Vidigal, era Anglo, Ongro brasileiro. Se você jogar na internet você vai achar, ou então vai na associação dos moradores, eles têm lá”. (entrevista concedida em 21/04/17)

exerceu forte influência na memória dos antigos moradores, pois até por volta da década de 1970, muitos desses se referiam ao local como “Portão do Anglo”. Em 1942 a Avenida Niemeyer foi expandida e a partir daí novas construções de casas foram feitas ao longo dela

De acordo com o relato de um dos moradores, as primeiras construções foram erguidas ao lado onde hoje está construída a ciclovia Tim Maia<sup>8</sup>. Ainda segundo o relato, tal localidade passou a ser conhecida como Roberto Marinho, em alusão ao empresário fundador da Rede Globo de Televisão. Essas mesmas construções, no entanto, foram demolidas e alguns de seus moradores foram transferidos para os conjuntos habitacionais (como o de Vila Kennedy e o de Antares), ou recomeçaram a construção de suas casas na área denominada Catorze (14). O que é atualmente a principal entrada do Vidigal, conhecido como Praça ou Pracinha só viria ser ocupada posteriormente, concomitante com as moradias tanto do Catorze para acima (em direção as localidades da Pedrinha e do Largo do Santinho), como pelas diagonais que resultaria nas construções da Avenida Presidente João Goulart e proximidades (Rua 3, Rua Nova etc.). A figura 1 demonstra o movimento de expansão das construções no morro:

Figura 1-Movimento de expansão das construções de moradia no Morro do Vidigal



Fonte: Vidigal 100 segredos

<sup>8</sup>A Ciclovia Tim Maia foi inaugurada em Janeiro de 2016, tendo 3,8 km de extensão, ligando os bairros do Leblon e São Conrado.

Assim como as favelas mais antigas, os moradores do Vidigal não escaparam das tentativas de remoção. Mesmo com a criação da Fundação Leão XIII (1947) que tinha o objetivo de atuar nas favelas a partir de medidas sócio-políticas – através de saúde, educação e habitação - ainda assim os moradores do Vidigal vivenciaram a primeira tentativa de remoção em 1958, através da empresa Melhoramentos do Brasil (MAXWELL *apud* TEPEDINO, 2007). Em 1967, em consequência da expansão demográfica dos bairros de Ipanema e Leblon, os moradores de Vidigal sofreram a segunda tentativa de remoção. Concomitantemente, a associação de moradores do Vidigal foi criada e por meio de lutas políticas, passaria a ter a possibilidade de reparar o barraco em más condições (MAXWELL, 2007), garantido assim a sua permanência.

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

Na verdade, o deslocamento dos moradores para conjuntos habitacionais financiados pelo Banco Nacional de Habitação (BNH) estava relacionado ao alto valor imobiliário, devido a localização entre dois bairros da zona sul e com proximidade a orla, a empresa Rio Towers planejava a construção de um novo hotel de luxo (que faria companhia ao já construído Sheraton). O então prefeito Marcos Tamoyo solicitou a fundação Leão XIII que ajudasse na tentativa de erradicação das moradias do Vidigal (GONÇALVES, 2013). Com apoio jurídico do advogado Aloísio Teixeira, a Associação dos moradores conseguiu uma ordem judicial que impediu as remoções.

Em 29 de dezembro de 1977 a prefeitura do Rio de Janeiro, alegando utilidade pública desapropriou parte de terrenos que estavam sendo ocupados. Desde o começo das tentativas de remoções das favelas, o quadro político já havia se alterado e os moradores não só receberam o apoio jurídico (também da igreja católica), como também por parte da imprensa (o deputado Délio Santos utilizou o jornal Luta Democrática para expor os reais interesses de Marcos Tamoyo e do deputado Américo Camargo, do mesmo partido do prefeito, afirmou que o único interesse era o

imobiliário). A obtenção da suspensão definitiva das remoções foi alcançada, com o fundamento do usucapião pelas famílias do Vidigal. (GONÇALVES, 2013).

A vitória jurídica dos moradores da favela do Vidigal não somente garantiu a permanência da população, mas também criou um marco de encerramento das políticas de remoção coletiva com argumento político de urbanização do espaço. Dois anos mais tarde, os moradores do Vidigal receberam a ilustre visita do Papa João Paulo II que proporcionou melhorias de infraestrutura na favela.

## **1.2 . A história do Vidigal 100 Segredos**

O Vidigal 100 segredos é um mapa independente criado pelo alemão André Koller, Designer Gráfico morador da favela, que retrata o morro do Vidigal e seus territórios. Com a primeira versão produzida em 2013, um ano após a chegada da UPP, o mapa está em sua quinta edição. A ideia de criar o mapa partiu de André, que ao se mudar para o Vidigal, percebeu que a favela não fazia parte de qualquer mapa publicado pela prefeitura ou empresa (como no caso da *Google* que posteriormente utilizou o trabalho de André para proclamar a execução do primeiro mapa do Vidigal). De acordo com entrevista cedida por André (em 28/04/2017), a criação do mapa foi para promover o seu estúdio de *design*, o “Vidigalo” e também como uma ferramenta de orientação para as pessoas, principalmente aqueles que visitam o local. Com o desenvolvimento do projeto, a dimensão política emergiu, pois o mapa poderia ajudar os moradores da favela a se sentirem parte da cidade formal, além de incentivar a cultura, o comércio e o turismo local.

“Antes de morar aqui pensava que só tinha pobre, bandido e desgraça no morro, como retratado pela mídia, mas morando aqui percebi que é um bairro como bastante estrutura, lojas, serviços, hospedagem, pessoas trabalhando e vivendo como em qualquer outro bairro. Queria mostrar o Vidigal e toda a sua estrutura para combater o estigma de favela.” (Entrevista concedida em 28/04/ 2017)

Sobre as parcerias que possibilitaram e possibilitam a construção do Vidigal 100 segredos, André afirma que apenas o Instituto Pereira Passos (IPP) dispôs um mapa parcial do morro em AutoCad. O mapeamento do restante do morro foi realizado por meio de imagens aéreas, pranchetas e lápis e a arte foi criada por meio do software *Adobe Illustrator*. Além da ajuda do IPP, o designer contou com a colaboração dos moradores que cederam informações e do correio comunitário do morro, que dispôs

uma listagem com o nome das ruas – um documento raro, visto que poucas são as ruas que possuem placas e uma grande quantidade dessas não são reconhecidas pela prefeitura do Rio de Janeiro. De acordo com o criador do mapa, o reconhecimento das ruas reforça um teor político, pois pode se tornar uma ferramenta de resistência contra a possibilidade de novas ondas de remoções.

André participou por dois anos consecutivos do edital Prêmio de Ações Locais, realizado pela Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro (SMC) em parceria com o comitê Rio 450. Os editais permitiram a inscrição de pessoas físicas e jurídicas a concorrerem prêmios de R\$ 40.000 (quarenta mil reais). De acordo com o site da prefeitura do Rio de Janeiro: “Entende-se por "ação local" a realização continuada de práticas, atividades e projetos nos campos da cultura, da arte, da comunicação e do conhecimento que promovam transformações nas comunidades e nos territórios em que são realizados.” Apesar do Vidigal 100 Segredos ter sido reconhecido pela Secretaria Municipal de Cultura e pelo comitê Rio 450 como ação local, André não foi um dos selecionados para receber o prêmio do edital.

A ausência de patrocínio acabou modificando o projeto original do 100 segredos, visto que a ideia inicial era a criação do mapa de um lado e um projeto de fotografia retratando o morro no verso, além da divulgação das atrações culturais locais. Justamente pela falta de suporte financeiro, o projeto fotográfico e a divulgação das atrações cederam lugar aos anúncios de colaboradores (empreendimento no morro que paga uma taxa de única por cada edição do mapa no valor de R\$ 80,00 por um espaço impresso na parte do verso; também existe a opção do nome ou logotipo do pagante aparecer no verso do mapa com apoio. Nesse caso, a quantia paga é de R\$ 100,00). Esse valor cobrado pela divulgação do anúncio ajuda a custear a impressão dos mapas, que é distribuído gratuitamente <sup>9</sup> em alguns estabelecimentos e moradores de maneira estratégica – como é o caso dos meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentos e bebidas e guias locais.

Mesmo para aqueles que não podem ou escolhem não pagar, seus respectivos empreendimentos continuam a aparecer no mapa. A ideia de André foi a de construir

---

<sup>9</sup>A segunda edição do Vidigal 100 segredos, referente ao período de 2013/2014 veio com um preço sugerido de R\$ 2,00 na capa. Na entrevista, André explicou que a ideia era distribuir o mapa por todo morro, inclusive para as crianças que ficam pedindo dinheiro aos turistas e incentivar a venda desses. Entretanto, a estratégia não deu certo, e uma edição após, uma inscrição de “gratuito/*for free*” foi feita na capa.

um produto democrático e inclusivo, levando em consideração os que não podem pagar pelo espaço de divulgação. Quando indagado qual foi ou é o critério utilizado para sair no mapa, a resposta foi a seguinte:

“O critério de sair no mapa é existir, e de eu saber que existe. Sempre procurei colocar tudo que consegui identificar no mapa, providenciar o maior acesso as informações, como empreendimentos, mas também pontos de referências, até as linhas dos ônibus que passam na Niemeyer, porque lá não há sinalização alguma.”

“Percebi que o mapa aumenta a autoestima da população, as pessoas se sentem bem e reconhecidas, representadas no material, como individual e como parte da comunidade”. (Entrevista concedida em 28/04/2017).

Inicialmente, o mapa Vidigal 100 segredos não tinha, de acordo com André, o objetivo de ser um mapa para turistas. Como a sua primeira edição foi produzida em 2012, ano que a UPP se instalou no morro, a atividade turística, como também as ofertas turísticas eram incipientes. Com o tempo e o aumento da demanda turística no morro, o mapa tornou-se referência e ferramenta para aqueles que querem se locomover no morro por conta própria.

Atualmente, o Vidigal 100 segredos está em sua quinta edição (2016/2017) e pouco se modificou em comparação as anteriores. Apesar de ser um trabalho inovador e pioneiro, o projeto enfrenta algumas dificuldades, sendo a de cunho financeiro a principal delas. Outro problema apontado pelo criador do mapa é a volatilidade dos estabelecimentos no morro. Com o aumento da demanda turística, se tornou perceptível o crescimento de empreendimentos de serviços diversos, que vão desde estabelecimento de alimentos e bebidas típicas (como japonesa, italiana, nordestina), onde o público alvo não se limita apenas aos turistas, mas também aos próprios moradores, como também estabelecimentos com um público alvo reduzido (um exemplo é uma tabacaria inaugurada recentemente na rua Nova). Em 2016, com os jogos Olímpicos e Paraolímpicos no Rio de Janeiro, houve um crescimento dos meios de hospedagens no Vidigal, mas no fim dos jogos, alguns desses estabelecimentos encerraram suas atividades. Devido a esse ritmo acelerado de inauguração e fechamento de estabelecimentos, a vida útil do mapa se torna cada vez mais curta, tornando-o obsoleto e criando a necessidade de renovação anual ou em prazos menores do produto.

A alternativa encontrada por André para solucionar o problema de intensa mudança de estabelecimentos seria a criação de um mapa digital em formato de aplicativo e com informações mais detalhadas – como data de eventos, atrações culturais e outras informações que no mapa se tornam inviáveis. Entretanto, a falta de

recursos financeiros e humanos impossibilita o desenvolvimento desse novo projeto. Houve uma primeira tentativa de desenvolver o aplicativo, com a criação de um banco de dados digital que continham informações detalhadas e mais de 350 fotos, mas por problemas internos somados à falta de recursos, o projeto foi inviabilizado.

Na entrevista cedida, também foi descoberto que a Bing<sup>10</sup> tentou produzir um mapa digital do Vidigal, entretanto, esses mapas não fazem uma reprodução consistente da realidade do morro, com muitos erros, ausências de informações e estabelecimentos que já fecharam. Mais uma vez é possível perceber a importância que o mapa exerce desde a sua criação. O interesse da empresa Bing de mapear o Vidigal era na verdade de fazer a divulgação de um aparelho de celular que foi lançado pela Microsoft durante o período de tentativa de mapeamento. André também cita a produção do documentário “Todo mapa tem um discurso”<sup>11</sup>. O projeto foi uma realização do grupo Rede Jovem como o Wikimapa contando com o apoio institucional da Prefeitura do Rio de Janeiro e patrocínio da Fundação Telefônica Vivo e da *International Machine Business Corporation* (IBM) que resultou em um documentário que debate a marginalização das favelas. A atuação de ambas as empresas foi, aparentemente, uma tentativa de promover seus aparelhos telefônicos, desde que estes fossem utilizados pelos agentes de campo para fotografar e georeferenciar os locais que viriam a constituir o mapa.

Já o Grupo Afroreggae em parceria com a *Google*, desenvolveu o projeto “Tá no Mapa”, que tinha como objetivo principal tirar as favelas da invisibilidade digital, como de acordo com o site da Organização Não Governamental. O processo de confecção dos mapas acontecia de seguinte maneira: a equipe do projeto percorria as favelas e a documentava por meio da ferramenta Google Maps Maker e também do Google Meu Negócio. A primeira favela a receber o projeto foi a de Parada de Lucas em 2013 e até o ano de 2016 mais seis etapas foram concluídas, totalizando vinte e cinco favelas na ferramenta digital (entre elas Rocinha, Vidigal, Rio das Pedras e outras). Entretanto, o projeto terminou em um processo judicial internacional movido pela ONG contra a empresa *Google* por alegações de quebra de contrato.

Atualmente, não existe previsão para transformar o Vidigal 100 segredos em aplicativo. Já em relação ao mapa físico, a previsão é que haja ao menos mais uma edição (2017/2018), mas o futuro da produção do mapa é incerto.

---

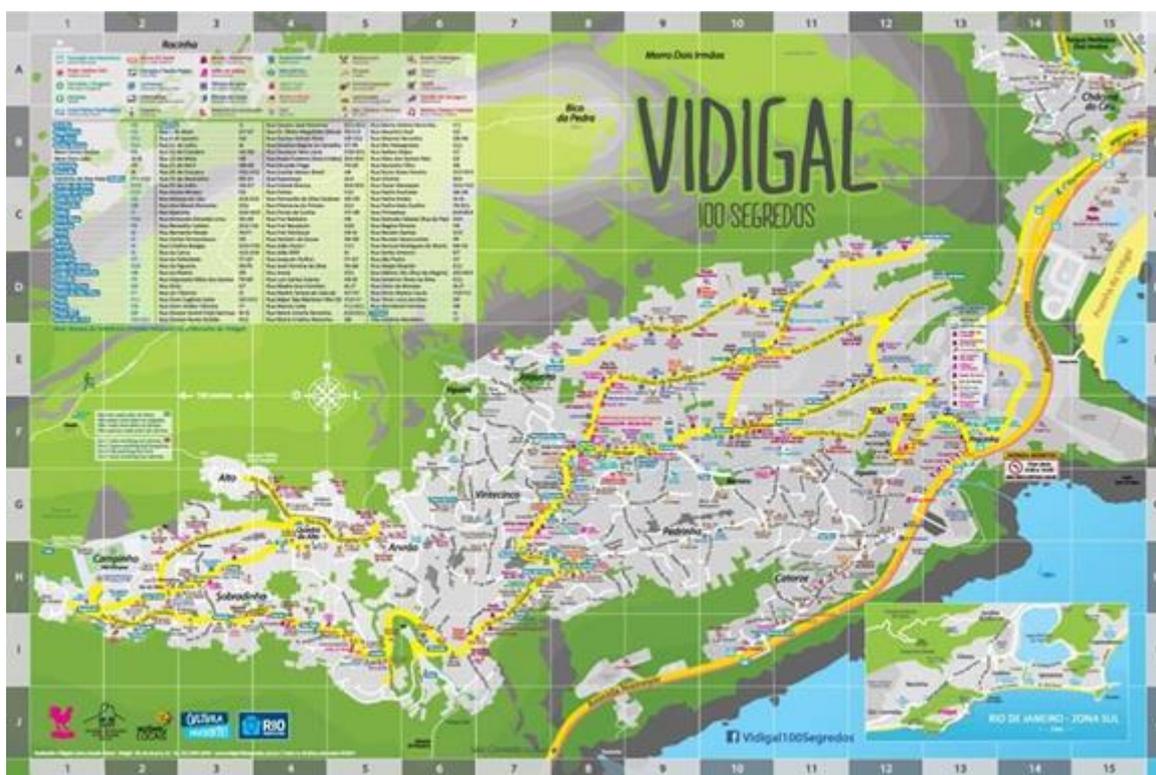
<sup>10</sup> Bing é o site de busca criado pela Microsoft, similar a Google.

<sup>11</sup> Disponível no link <https://vimeo.com/93081871>

### 1.2.1 O Vidigal 100 segredos

A primeira edição do mapa Vidigal 100 segredos aconteceu entre os anos de 2012 e 2013, quando a atividade turística no morro estava em processo de fortalecimento. Desde então, uma nova edição do mapa é produzida anualmente e no ano de 2017, a quinta edição do mapa foi impressa e distribuída pelos estabelecimentos do morro. O mapa basicamente não se alterou em suas edições, sendo as mudanças feitas em relação à abertura e o fechamento de estabelecimentos. Na figura 2 e na figura 3 é possível visualizar a frente e o verso da quinta edição do mapa, respectivamente (2016/2017):

Figura 2-Vidigal 100 Segredos (frente)



Fonte: Vidigal 100 Segredos

Figura 3-Vidigal 100 Segredos (verso)



Fonte: Vidigal 100 Segredos

Na parte superior do mapa é possível visualizar a legenda dos ícones que representam os estabelecimentos. Entre eles, identificamos: drogaria, posto de saúde, pizzaria, bar e lanchonete, hotel/motel e hostel/albergue. Ao lado de cada ícone há a transcrição do seu significado em português e inglês (uma característica presente em todos os mapas). Já abaixo da legenda, há a listagem de pontos de referências do morro, bem como o nome de todas as ruas.

Os traçados em amarelo do mapa representam as principais ruas e avenidas do morro, sendo elas a Estrada do Vidigal (que conecta o Vidigal à comunidade vizinha da Chácara do Céu), o Caminho da Boa Vista (conhecido popularmente como Atalho, por ser um trecho de menor distância entre a entrada do morro e a Associação de Moradores do Vidigal); rua Major Toja (conhecida como rua 3), rua Doutor Olinto de Magalhães (rua nova), rua Nuno Álvares Pereira (Cantão de baixo), e a principal via do Vidigal, a Avenida Presidente João Goulart (antiga estrada do Tambá), que se inicia na Praça do Vidigal e se estende até a parte mais alta do morro (conhecida como Alto).

Os traçados brancos no mapa representam as ruas menores ou becos e vielas. Cada rua do Vidigal possui um nome e todas elas, com exceção da Avenida Presidente

João Goulart<sup>12</sup>, faz menção a alguma personalidade local, celebridade<sup>13</sup> ou pessoas de fora do morro que ajudaram na permanência dos moradores durante os processos de remoção.

Na parte superior direita do mapa é possível identificar a comunidade da Chácara do Céu, que apesar de não fazer parte do Vidigal, é chamada por alguns moradores de favela irmã. Logo abaixo, está representada a praia do Vidigal (Prainha). A faixa laranja que tem início no canto superior direito do mapa e segue em direção ao centro inferior é a representação da Avenida Niemeyer, o único acesso para as duas entradas do morro e que segue em direção à favela da Rocinha em São Conrado. Enquanto a parte inferior direita apresenta um mapa em escala reduzida dos bairros do entorno do Vidigal.

Já na parte posterior do mapa, é possível visualizar a divulgação dos empreendimentos e prestadores de serviços (que realizaram o pagamento da taxa), uma seção de telefones úteis (Associação de Moradores do Vidigal, UPP, Delegacia de Turismo), uma seção de números das páginas amarelas (drogaria, Vidigal taxi 24), e as linhas de ônibus e vans que tem itinerário pela Avenida Niemeyer. O quadro 3 traz a lista desses transportes e seus itinerários específicos:

Quadro 3- Transportes públicos e seus itinerários pela Avenida Niemeyer

TRANSPORTE PÚBLICO COLETIVO	ITINERÁRIO
Van	Rocinha x São Conrado
Van	Rocinha x Gávea (via Ipanema)
Ônibus convencional Troncal 4- 104	São Conrado x Rodoviária (via Rio Sul)
Ônibus convencional Troncal 9 -109	São Conrado x Central (via Jardim Botânico, Botafogo)
Ônibus convencional Integrada 2- 552	Alvorada x Rio Sul (via orla)
Ônibus convencional Integrada 9- 554	Piabas x Rio Sul (via orla)
Ônibus convencional 525	Alvorada x General Osório
Ônibus convencional 556	Rio das Pedras x Leblon (circular)
Ônibus convencional 557	Rio das Pedras x Copacabana
Ônibus executivo 2018	Alvorada x Aeroporto Internacional (via Orla)
Ônibus executivo 2329	Recreio x Castelo (via Rio Sul)
Ônibus executivo 2333	Recreio x Castelo (via Rio Sul)
Ônibus executivo 2334	Campo Grande x Castelo
Ônibus executivo 2335	Santa Cruz x Castelo
Ônibus executivo 2337	Santa Cruz x Castelo
Ônibus executivo 2338	Campo Grande x Castelo

<sup>12</sup>O nome original do que hoje é a Avenida João Goulart era Estrada do Tambá, um nome indígena. Contudo, durante o período da ditadura militar, o nome foi trocado em homenagem ao ex-presidente do Brasil.

<sup>13</sup>É o caso da rua Ney Matogrosso, que na década de 70 realizou o show “Tijolo por tijolo” para arrecadar fundos para a construção e reconstrução de casas no Vidigal.

Como já dito, o mapa é representação do morro do Vidigal em relação às ruas, becos e vielas e também as subáreas ou sub-bairros. Tendo o objetivo inicial e principal a confecção do mapa, retratando o morro como elemento simbólico na integração à cidade formal, o trabalho realizado pelo idealizador do mapa foi minucioso, tentando respeitar o máximo possível todos os detalhes e nuances presente na formação geográfica, histórica e social do Vidigal.

As próximas subseções desse trabalho apresentarão os principais territórios identificados no morro, usando como parâmetro o próprio Vidigal 100 segredos, a observação em campo e conversas com os moradores. A técnica utilizada para descrever esses territórios foi a da análise cartográfica. Para compô-la, visitas foram feitas nos locais em dias e horários diferentes, com o intuito de identificar não apenas os elementos geográficos e visuais, mas também o uso desses territórios. Portanto, o objetivo dessa análise é a interpretação dos territórios e/ou lugares não apenas pelos elementos físicos que o compõem, como também os seus usos para tentar compreender os processos de territorialização, a base norteadora dessa dissertação.

### **1.3 O Vidigal e seus territórios**

Localizado na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, entre os bairros do Leblon e São Conrado, o Morro do Vidigal, ou apenas Vidigal que já foi considerada uma favela pela administração pública do Rio de Janeiro, foi elevada a categoria de bairro no ano de 2011. De acordo com a Oliveira, (2012) a transição da categoria favela a bairro, ocorreu graças à expansão de infraestrutura, tais como saneamento básico, rede elétrica, serviços postais dentre outros.

A ocupação do Vidigal começou na área conhecida como Catorze (14), expandindo-se tanto no sentido em direção a Prainha pela própria Avenida Niemeyer e posteriormente pelas ruas que eram abertas perpendicularmente a principal Avenida do Vidigal, a Presidente João Goulart<sup>14</sup>. No primeiro caso, essas construções direcionaram-se onde é atualmente a Praça do Vidigal, ponto de parada de linhas de ônibus e Vans. No segundo caso, as construções foram subindo a encosta de maneira gradativa, até

---

<sup>14</sup>De acordo com relato de moradores, a Avenida João Goulart antes era conhecida como Estrada do Tambá. Não se sabe exatamente porque a Avenida foi batizada inicialmente com esse nome.

alcançarem a localidade conhecida como Arvrão, um dos pontos mais alto e de última ocupação pelos moradores.

De acordo com um dos entrevistados, responsável pela área cultural da principal Associação de Moradores do morro, o fluxo de migração se intensificou durante o fim de década de 1980, com a chegada de mineiros e migrantes oriundos da região Nordeste (sobretudo Paraibanos e Cearenses) e que viriam a ocupar paulatinamente as áreas mais altas do morro (como é o caso do Alto e Arvrão). O discurso de outro entrevistado, um senhor que trabalha em um ponto da trilha do Morro Dois Irmãos reforça as palavras do agente da Associação de outra maneira “a parte mais baixa é o pessoal daqui mesmo, que nasceu no Rio e veio morar aqui”. Ambas as afirmações demonstram que existe uma divisão de territórios quando se trata da naturalidade dos moradores. Enquanto as partes mais baixas como o Catorze e a as localidades próximas a praça foram ocupados por pessoas da própria cidade do Rio de Janeiro, as partes mais altas do morro foram ocupadas por migrantes de outros estados.

De acordo com o documento Favelas do Rio de Janeiro, o quadro populacional com base no censo de 2010 do Instituto Pereira Passos (IPP), a população do Vidigal em 2010 era de 9.768 habitantes. Já o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apresenta em seu censo (de 2010) Aglomerados Subnormais, a população de 12.797 habitantes<sup>15</sup>. O Vidigal tem 4585 domicílios, com densidade demográfica de 79 habitantes por hectare, já que a favela ocupa 162,14 hectares de área.

A respeito da segurança pública, dados extraídos do *site* do Instituto de Segurança Pública (ISP), demonstram que no ano de 2015<sup>16</sup>, foram contabilizadas 346 ocorrências policiais no bairro, com predominância de lesão corporal dolosa (97 casos). Já em 2016, houve uma queda de registro de ocorrências em mais de 50%, quando apenas 141 casos foram registrados (também com predominância de lesão corporal dolosa, 36 casos).

Utilizando a representação geográfica do Vidigal 100 segredos, é possível distinguir nove subáreas ou sub-bairros na comunidade.

#### Quadro 4-Localidades e suas respectivas altitudes

LOCALIDADE	ALTITUDE
------------	----------

<sup>15</sup>Sendo 6.130 homens e 6.667 mulheres e a predominância da faixa etária de moradores entre 0 e 14 anos.

<sup>16</sup>A Rocinha apresentou no mesmo ano, 805 ocorrências. Já em 2016 esse número caiu para 372.

Praça do Vidigal/ Pracinha	Baixa
Catorze	Baixa
Pedrinha	Média
Figueira	Baixa
Largo do Santinho	Média
Vinte cinco	Média
Jaqueira	Média
Alto	Alta
Arvrão	Alta
Sobradinho	Alta
Biroscão	Alta
Campinho	Alta

Fonte: Jorge Mario Jaurequi atelier metropolitano, 2017

Além dessas subáreas, existem quatro ruas que vão da parte baixa até a parte média do morro que são reconhecidas como localidades distintas pelos seus nomes originais ou populares, são elas: Rua Nuno Álvares Pereira (Cantão de Baixo), Rua doutor Olinto de Magalhães (Rua Nova), Rua Major Toja Martinez Filho (Rua Três), e Rua Benedito Calixto (Cantão de Cima). Algumas características diferem essa última localidade das demais.

Em primeiro lugar está a estética das ruas e casas e o tamanho das construções. Enquanto nas outras localidades as casas foram construídas de “maneira apinhada” – uma característica bastante comum nas favelas de encosta de morro – e os caminhos que conectam as subáreas são, em geral, vielas e becos, nas quatro ruas supracitadas há a presença de alguns casarões e o limite dos terrenos e construções é bastante perceptível, além das ruas amplas e com boa pavimentação.

Em segundo lugar, está a regularidade dos terrenos e construções e a percepção dos moradores sobre essas localidades. Boa parte das propriedades nas quatro ruas é legalizada, as ruas apresentam Código de Endereçamento Postal (CEP), além disso, os proprietários realizam o pagamento do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU). Uma melhor infraestrutura pode ser percebida na localidade, como a distribuição de água, energia elétrica, limpeza urbana e outros serviços (por exemplo, a entrega de correspondências pelos Correios). Dessa maneira, apesar de fazer parte do morro, essas localidades não podem ser consideradas como favela. Sobre a percepção, durante conversa com moradores e não moradores da região, ficou evidenciado que as quatro ruas são vistas como a área nobre ou “rica” do Vidigal em detrimento de outras. Alguns moradores dessa localidade afirmam, inclusive, conhecer nada ou muito pouco das outras subáreas do Vidigal (como o Catorze, Pedrinha e Bagulheiro).

Uma terceira distinção é na concentração de estabelecimentos e suas tipologias. Com exceção da Avenida Presidente João Goulart, que apresenta uma grande concentração destes (justamente por ser a principal via do morro), o conjunto das quatro ruas é a localidade com maior quantidade de empreendimentos e variedade em tipologias (meios de hospedagens, lanchonetes, pizzarias, bares, salão de beleza).

A respeito dessas informações, é possível concluir que existe uma divisão entre os territórios residenciais do Vidigal. Enquanto as quatro ruas e a parte mais baixa da Avenida Presidente João Goulart – onde estão edificados os condomínios – é referenciada pelos próprios moradores como a área nobre do morro, as subáreas como Catorze, Pedrinha (na parte baixa/média) e as da parte alta (Alto, Arvrão, Sobradinho, Campinho) são classificadas como áreas menos nobres ou mais pobres.

Foi percebido, durante observação em campo, que determinados territórios têm uso residencial, como é o caso das subáreas: Vintecinco, Jaqueira, Catorze e Pedrinha apresentando pouca quantidade de estabelecimentos e baixa variedade na tipologia de estabelecimento. A predominância na tipologia é o de uso recorrente pelos moradores, como pequenos hortifrúteis, bares, vendas e padaria e escassez ou ausência de ofertas turísticas. Dessa forma, é quase nulo o fluxo de turistas e visitantes nesses territórios.

As localidades do Sobradinho e Alto também apresentam uso residencial, mas diferem-se das apresentadas acima pela maior quantidade e tipologia de estabelecimentos. Ademais, especificamente na localidade do Alto, há um maior fluxo de turistas e visitantes por conta de um dos acessos da Trilha dos Dois Irmãos (que será tratada em um item adiante).

Os subcapítulos a seguir descreverão os principais territórios do Vidigal, suas características geográficas, os elementos que os compõem e os diferentes usos desses territórios através dos turistas, visitantes e moradores. A escolha dos territórios analisados é resultado da combinação de diferentes métodos de pesquisa entre o mapa Vidigal 100 segredos, a observação em campo, entrevistas e conversas informais realizadas durante o campo. Como resultado final, foram vistos os seguintes territórios: Praia do Vidigal (Prainha), Praça do Vidigal (Pracinha), Sitiê (Parque Ecológico), Vila Olímpica do Vidigal, Trilha do morro Dois Irmãos e Arvrão. Em função do uso residencial, as localidades do Vintecinco, Jaqueira, Sobradinho e Alto não serão apresentadas em subcapítulos próprios, já as localidades do Catorze e Pedrinha serão apresentadas de maneira conjunta, (sobretudo pela dificuldade de distinguir onde

começa e onde termina cada território) dada sua relevância histórica fechando o primeiro capítulo desse trabalho.

### **1.3.1 Prainha**<sup>17</sup>

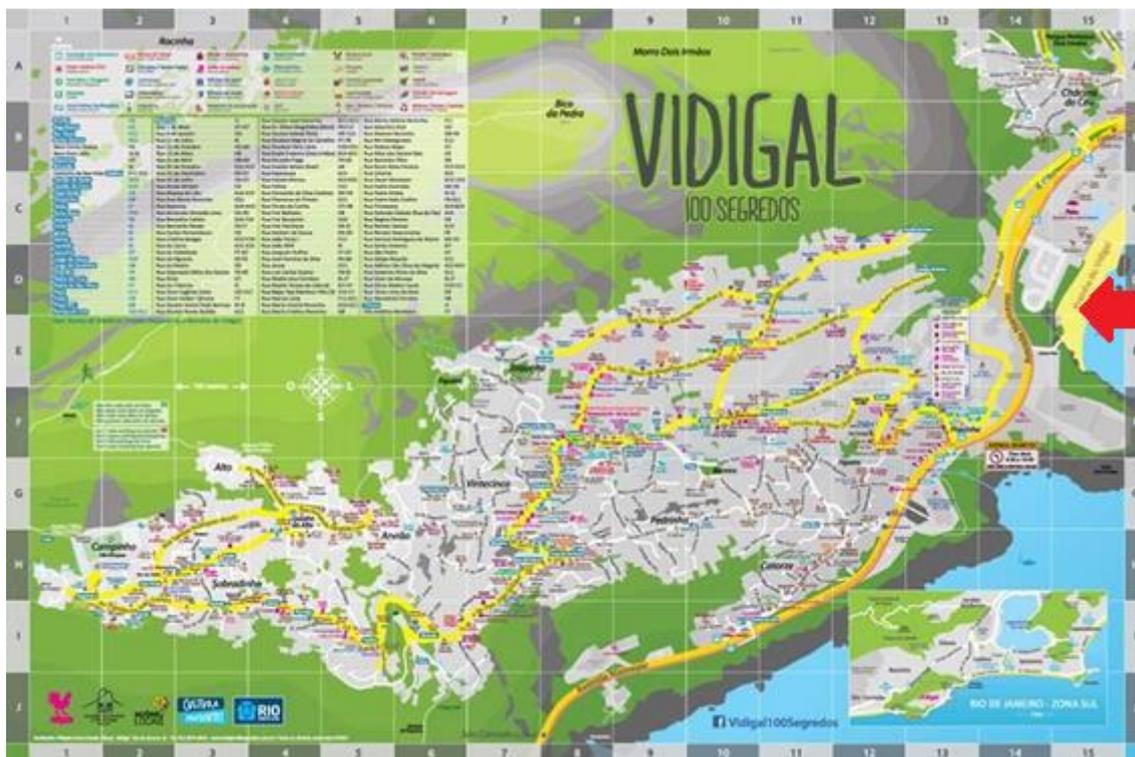
Logo abaixo da Avenida Niemeyer, próximo ao hotel de luxo da rede Sheraton, está localizada a praia do Vidigal, ou Prainha, como os moradores a batizaram. O nome dado faz sentido para aqueles que chegam pela primeira vez à praia: uma pequena faixa de areia com aproximadamente quinhentos metros de extensão.

O patrimônio natural já foi pano de fundo de uma disputa jurídica entre os moradores do morro e empreendedores imobiliários. O episódio ocorreu na década de 1960, durante a construção do luxuoso hotel Sheraton da rede Sheraton, onde a intenção era privatizar o acesso apenas para os hóspedes do meio de hospedagem. Felizmente, os moradores do Vidigal com suporte jurídico conseguiram vetar essa possibilidade e garantiram livre acesso à praia até os dias atuais. Em 2015, a Prainha ficou em evidência pela mídia nacional após a demolição de um dos casarões construídos no começo da Avenida Niemeyer (o casarão em questão foi construído de maneira irregular). De acordo com a mídia, por conta da demolição, uma nova praia havia sido descoberta no Rio de Janeiro e o ex-prefeito Eduardo Paes “batizou” a praia como Prainha. A figura 4 demarca o território da Prainha.

Figura 4- Localização da Prainha

---

<sup>17</sup>Antes de ser batizada de Prainha, a praia do Vidigal era conhecida como Praia do Anglo, em referência à Escola Anglo, onde é atualmente o Colégio Estella Maris. Para compor esse subcapítulo, foram realizadas duas visitas à praia, em dias e turnos distintos.



Fonte: Vidigal 100 segredos

Se não levarmos em consideração o acesso construído pelo hotel Sheraton para os seus hóspedes, existe apenas um acesso para a praia do Vidigal. Na altura do número 99 da Avenida Niemeyer, é possível acessá-la através de uma escada com degraus irregulares. Há um primeiro lance conta com uma bifurcação em forma de “V” que contabiliza doze degraus de um lado e onze degraus do outro. Ao fim de ambos, existe um patamar que precede uma descida de cento e vinte oito degraus até o início da praia. Para garantir certa segurança na descida para aqueles que a visitam há um corrimão de ferro anexado à escadaria, mas que pelo tempo e com a ajuda dos ventos marítimos, encontram-se em avançado estado de oxidação. Devido a construção imperfeita dos degraus, - alguns são mais altos ou largos que os outros, e existe apenas o primeiro patamar, dificultando a possibilidade de descanso na descida é necessário cautela durante a descida.

Espalhada pela faixa de areia da praia, é possível observar dezenas de rochas, algumas pouco visíveis, outras bastante aparentes. Há também uma enorme rocha dentro do mar, quase que exatamente no meio da extensão da Prainha, conhecido pelos moradores como Rochão. Enquanto na primeira visita, o Rochão não aparentava desempenhar uso algum para os que frequentavam o local, em uma segunda visita, uma

corda de *Slackline*<sup>18</sup> se estendia da formação rochosa em direção à outra rocha menor, no começo da faixa de areia da praia para a prática de uma variação do *Slackline* ou *Waterline*.

Outras duas fitas de *slackline* (uma ao lado da outra, sendo uma delas com maior altura e comprimento, estando presas em estacas de madeira) podem ser avistadas na areia da Prainha aproximadamente na direção do Rochão, onde a participação das pessoas acontece com maior intensidade do que no *Waterline* (muito provavelmente pelo nível de periculosidade desse segundo, dada a circunstância de que a praia do Vidigal apresenta fortes ondas e algumas outras rochas espalhadas pela água). De acordo com um dos barraqueiros que trabalha na prainha e também morador do Vidigal, o responsável pelas *Slacklines* chama-se Rafael e é morador da Rua Três. Não é necessário pagar qualquer valor para realizar a prática do esporte.

Além das muitas rochas que podem ser avistadas por toda a extensão da Prainha, existe também o verde. A praia do Vidigal é cercada por vegetação de Mata Atlântica, bioma predominante no Rio de Janeiro. Especificamente na praia, há onze árvores espalhadas pela faixa de areia, mas com maior concentração próxima a escadaria de acesso. Essas mesmas árvores garantem sombra aos frequentadores da praia, dispensando o uso de guarda-sóis. Próxima a concentração de árvores que pode ser encontrada a maior quantidade de barracas e quiosques da praia. Na primeira visita, dois quiosques e uma barraca funcionavam vendendo produtos típicos de praia, como água, suco, cerveja, refrigerante e salgadinhos, além da locação de cadeiras de praia e guarda-sóis. Aproximadamente no meio da faixa de areia (na mesma altura do Rochão e dos *Slacklines*), uma segunda barraca, onde também há a venda<sup>19</sup> de refrigerantes, água, cerveja e salgadinhos. Bem ao final da faixa de areia da praia, já em frente ao muro do hotel Sheraton, uma última barraca expõe variadas cores e estampas de cangas de praia.

Há também algumas lixeiras espalhadas pela praia. Geralmente o número de lixeiras é por volta de sete. De acordo com informações cedidas por um dos barraqueiros e confirmadas por uma banhista moradora do Vidigal, durante a alta

---

<sup>18</sup>De acordo com o site [slackproof.com.br](http://slackproof.com.br), *Slackline* é: "...uma prática corporal realizada em uma fita estreita e flexível, de nylon ou poliéster, tencionada em dois pontos fixos, onde são realizados movimentos estáticos e dinâmicos. O objetivo principal é buscar a harmonia entre corpo e mente e manter-se equilibrado na fita." Existem variações do *Slackline*, como o *trickline* e o *waterline*.

<sup>19</sup>Os preços cobrados pelas mercadorias são os mesmos preços cobrados regularmente em outras praias próximas (Leblon, São Conrado, Ipanema).

temporada<sup>20</sup>, a coleta de lixo é feita quase que diariamente pela Companhia Municipal de Limpeza Urbana (COMLURB).

A segurança dos banhistas fica por conta da atuação de guarda-vidas. Ao questionar os frequentadores sobre a frequência de trabalho dos profissionais, a resposta unânime foi que todos os dias há um responsável pela segurança dos banhistas. Vale realçar que a praia é bem sinalizada em relação aos riscos que podem apresentar aos seus visitantes. Diante de um mar mais agitado, bandeiras vermelhas são fincadas em diversos pontos pela faixa de areia para alertar aos visitantes para que não entrem na água.

Apesar do acesso principal à Prainha ser por meio da escadaria na Avenida Niemeyer, existe um segundo acesso que acontece por meio da área de piscina do hotel Sheraton. Aparentemente havia dois acessos à praia pelo hotel. O primeiro mais próximo ao Rochão, por meio de um portão no nível da faixa de areia e o segundo, já quase no fim da praia. Esse segundo acesso – e o que atualmente está em funcionamento<sup>21</sup> – foi construído em nível mais elevado do que o primeiro (aproximadamente três metros do nível da areia). Para chegar à praia, o hóspede ou funcionário do hotel precisa passar por uma porta – devidamente trancada – e descer um pequeno lance de escadas. Ao lado dessa escadaria, há um funcionário uniformizado do hotel que dispõe de espreguiçadeiras para os hóspedes que decidem fazer o uso da praia. Apesar da facilidade dos hóspedes do Sheraton em acessar a Prainha, poucos são aqueles que frequentam a praia. Existe a possibilidade de o hóspede permanecer de frente à praia na área da piscina do hotel, onde há, além das espreguiçadeiras, conjuntos de mesas, cadeiras e guarda-sóis.

De maneira geral, a Prainha é uma praia limpa e segura. Por meio da observação e conversa com os banhistas, é possível perceber que apesar de ter sido evidenciada em meados de 2015 e ter sido batizada, com direito a decreto no Diário Oficial, o uso da mesma acontece mais pelos próprios moradores e não pelos turistas. Mesmo com a infraestrutura construída pelo hotel Sheraton que permite aos seus hóspedes uma facilidade no acesso a praia, foi possível observar que a maior concentração de

---

<sup>20</sup>De acordo com os próprios moradores, a alta temporada é o período compreendido entre outubro e março. Durante esse período, a quantidade de barracas chega até a dez, incluindo não moradores do Vidigal, que fazem uso do território para garantir alguma renda.

<sup>21</sup>Um dos barraqueiros com quem eu conversei argumentou sobre o fechamento do primeiro acesso do hotel e a abertura do segundo: “é pra eles (hóspedes) não se misturarem com a gente”

banhistas fica na metade inicial da praia – da escadaria de acesso ao Rochão – e uma pequena quantidade de visitantes é avistada da outra metade adiante (incluindo próximo ao acesso do Sheraton). Obviamente, o maior uso da temporada da Prainha acontece no começo da primavera (outubro) e se estende até o final de verão (março). De acordo com os barraqueiros, durante a alta temporada ao menos dez barracas são montadas na praia, contando inclusive com barraqueiros que não são moradores do Vidigal.

Ao fim do entardecer e no início da noite, a quantidade de frequentadores da Prainha reduz. O uso da praia se limita a prática do *slackline* e alguns banhistas - em geral jovens e crianças – praticam *bodyboarding*. Não há disputa pela faixa de areia, barraca no turno da noite em função da ausência de iluminação na praia (há apenas a iluminação provida do Sheraton).

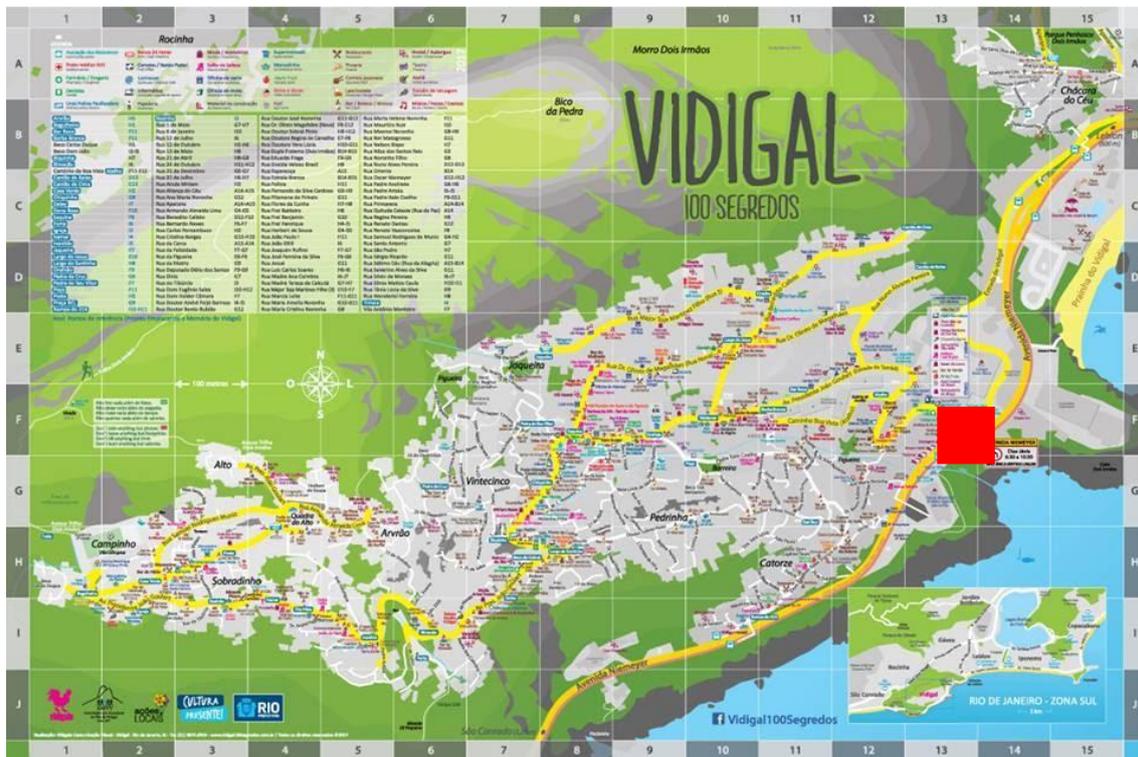
### **1.3.2 Praça do Vidigal**

A Praça do Vidigal, ou popularmente conhecida como Pracinha, é a primeira entrada – e a mais utilizada pela comunidade tanto para quem transita no sentido Leblon quanto no sentido Barra da Tijuca. Com localização posterior a entrada do hotel Sheraton (no sentido Leblon-Barra), o modo mais adequado de chegar ao morro é por meio de ônibus ou vans que tenham itinerário pela Avenida Niemeyer (a praça é ponto de ônibus e vans). Hoje o que é conhecida como Pracinha, foi o local das primeiras construções que formaram a favela. No local existia uma garagem de ônibus, e posteriormente ponto da empresa de ônibus Amigos Unidos. Apenas em 2001, Françoise Schein<sup>22</sup>, estudante de arquitetura de nacionalidade belga, produziu o painel de azulejo em estrutura de anfiteatro que está na praça. A figura 5 indica a Praça, a principal entrada da comunidade.

Figura 5-Localização da Praça do Vidigal

---

<sup>22</sup>A arquiteta tem outros trabalhos espalhados pelo Brasil, como na estação da Luz em São Paulo.



Fonte: Vidigal 100 Segredos

A praça é constituída por um anfiteatro, margeada pelas ruas do Vidigal, Niemeyer e a João Goulart. O painel do anfiteatro é de azulejo, elemento de maior apelo visual na entrada do morro. Em formato de semicírculo - com azulejos na cor verde água-, tem cinco níveis de assento, que lembram uma arquibancada e foram ornamentados com azulejos azuis. Na parede verde, é possível visualizar vários dizeres, como a frase “Todos os homens por natureza querem saber”, atribuída ao filósofo grego Aristóteles. A construção de azulejos é seccionada ao meio por uma escadaria de dez degraus que termina Estrada do Vidigal. Essa estrada conecta a comunidade do Vidigal à comunidade vizinha, a Chácara do Céu. Nela se encontra o ponto final das kombis que circulam no morro e o Colégio Estella Maris, antigo Colégio Anglo-Brasileiro.

Já na parte plana construída em frente ao anfiteatro de ladrilhos, há a disposição de algumas barracas que vendem produtos variados, entre eles, roupas; chinelos, acessórios artesanais como colares e brincos; doces e alimentos diversos. Além das barracas, há um trailer que vende variados lanches e mantém mesas e cadeiras a disposição dos clientes. Mesmo com as barracas e o trailer na praça, é possível avistar alguns ambulantes vendendo alguns produtos como doces e salgados. Nessa parte plana, ainda é possível avistar três lixeiras espalhadas, que ajudam a manter a limpeza do

ambiente. Há ainda duas estruturas inteiriças de madeira formadas por três postes cada uma e interligadas tiras de madeiras espaçadas, simulando um telhado vazado. Essa construção provavelmente foi feita para fixar plantas trepadeiras, mas sem plantas a estrutura não oferece proteção à chuva ou sol, além disso, algumas faixas com anúncios diversos são penduradas nessa estrutura (shows, aulas comunitárias de ioga para moradores etc.).

Ao lado esquerdo da praça, para aqueles que chegam ao Vidigal, encontra-se a segunda via pública, sendo essa a principal estrada do morro, a Avenida Presidente João Goulart. Logo no seu início, ao lado oposto da praça, existem alguns estabelecimentos, como a lanchonete Maná, o bar Sindicato do Vidigal, e a farmácia Vidifarma que também é um dos dois pontos em todo o morro onde há um caixa eletrônico<sup>23</sup> disponível. Ainda na Pracinha, em um ponto de interseção entre a Estrada do Vidigal e a Avenida João Goulart, está localizado o ponto inicial dos mototáxis<sup>24</sup>, onde também permanece diariamente uma viatura da UPP<sup>25</sup>. No ponto dos mototáxis é possível visualizar um mapa do Vidigal 100 Segredos disposto em um painel<sup>26</sup> com dimensões aproximadas de 3x2 m. Um pouco acima do ponto das motos, há uma concentração de estabelecimentos, como lanchonetes, lojas de doces, hortifrúti e restaurantes, mas que vão se tornando mais escassos conforme a subida (dando lugar aos condomínios<sup>27</sup> que são encontrados apenas nas partes mais baixas do morro).

Por se tratar do principal acesso ao morro, a Pracinha tem intenso fluxo de moradores, visitantes e turistas. Durante a manhã, o principal movimento é daqueles que se deslocam aos outros bairros para trabalhar ou estudar e, conseqüentemente, nesse período os estabelecimentos em funcionamento são apenas a farmácia e alguns de alimentos e bebidas. Com o retorno dos trabalhadores e estudantes ao Vidigal - há também jovens estudantes das escolas do morro e a movimentação de turistas e visitantes - durante o entardecer e o período da noite, a Pracinha se torna um *point* de encontro e socialização. Muitos dos que retornam voltam a utilizar a Pracinha apenas

---

<sup>23</sup> Não há nenhuma instituição bancária no Vidigal.

<sup>24</sup> O valor da subida é de R\$ 3,50 e de descida é R\$ 2,00. Valores referentes aos meses de março, abril e maio de 2017.

<sup>25</sup> Esta descrição é de abril 2017

<sup>26</sup> Havia também um outro mapa na localidade do Largo do Santinho que foi instalado na parede de um bar/restaurante, entretanto, houve a mudança de dono e o estabelecimento entrou em reforma e até a presente data não voltou a operar. O mapa foi retirado do restaurante e cedido a antiga dona do estabelecimento.

<sup>27</sup> De acordo com relato dos moradores, esses condomínios foram construídos entre as décadas de 70 e 80 e os que neles habitam são moradores do próprio estado do Rio de Janeiro.

como rota de passagem, onde parte deles utiliza o serviço de motos ou kombis para chegar à suas casas.

Entretanto, existe uma quantidade considerável de pessoas<sup>28</sup> que permanece no local, ora sentadas no anfiteatro, ora espalhadas pelas barracas, trailers e bares que passam a funcionar nesse turno. É possível notar a presença de muitos estudantes jovens – aparentemente entre a faixa etária dos 13 aos 17 – que se reúnem em grupo para conversar e adultos que levam crianças ao local para brincar. Apesar do uso intenso para lazer e socialização, não há, aparentemente, a presença de turistas e visitantes na praça e nos estabelecimentos ao redor, sendo, portanto um território dos moradores.

### **1.3.3 Vila Olímpica do Vidigal**

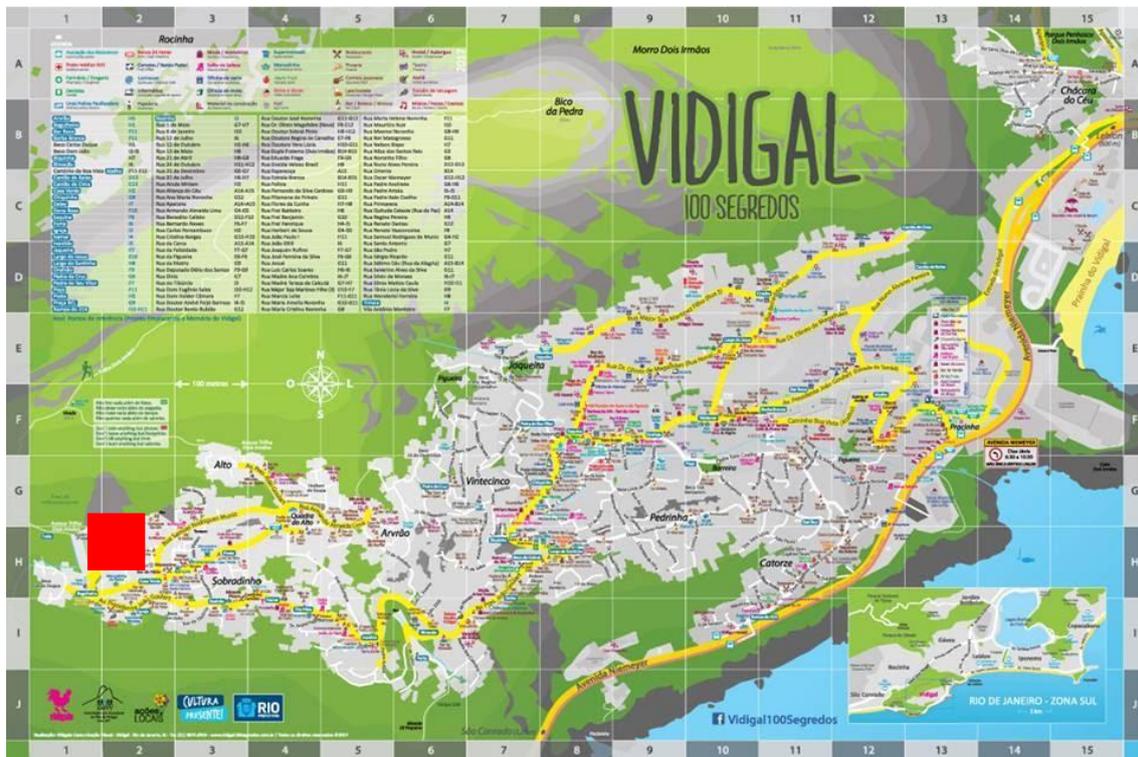
Localizada perto do local conhecido como Bagulheiro<sup>29</sup>, a Vila Olímpica do Vidigal era inicialmente uma quadra esportiva construída/utilizada pelos antigos traficantes que dominavam o morro antes da implementação da UPP. Após a instalação da Polícia Pacificadora no morro, agentes da prefeitura do Rio de Janeiro revitalizaram o local como Vila Olímpica do Vidigal e atribuindo para si a sua criação. A figura 6 traz a demarcação da Vila Olímpica.

Figura 6-Localização da Vila Olímpica do Vidigal

---

<sup>28</sup>O horário de maior concentração de pessoas na Praça está entre as 18:00 e 19:00 horas. A partir desse horário, não apenas o fluxo de permanência se reduz como também o de chegada desses por meio de ônibus e outros meios de transportes.

<sup>29</sup> O nome “Bagulheiro” veio do morador Antônio, ou como ficou conhecido no morro: Antônio Bagulheiro, que possuía um comércio no local e vendia uma grande variedade de produtos (verduras, frutas, animais, como porcos e galinhas).



Fonte: Vidigal 100 segredos

Na Vila Olímpica do Vidigal é possível encontrar um campo de grama sintética que é avistado logo na entrada. Nos fundos do campo também há uma quadra menor feita de concreto. Espalhadas pela vila olímpica, sobretudo ao redor do campo sintético, há oito lixeiras fixas com a inscrição da COMLURB. Existe ainda uma lixeira móvel – com rodas na parte de baixo-, totalizando nove lixeiras pelo local. Imediatamente na entrada, há duas mesas de concreto com tabuleiros de jogos de xadrez/dama pintados no topo da mesa. Para cada mesa, quatro banquetas de concreto. Há ainda mais três mesas idênticas mais afastadas (próxima a entrada da trilha do morro Dois Irmãos). Para assistir os jogos e eventos que acontecem na quadra, uma única e grande arquibancada de concreto foi construída na lateral do campo sintético, ao lado oposto à entrada da vila. A arquibancada possui oito níveis de assento e na sua parte interior funciona a parte administrativa da Vila.

A Vila Olímpica é um importante local do Vidigal, pois é nela onde se encontra um dos - e o mais usual - acesso à trilha do morro Dois Irmãos, que está localizada no extremo oposto do portão que permite acesso ao espaço esportivo. Entre a entrada para a trilha e a arquibancada está construída a academia da terceira idade, com aparelhos utilizados para exercícios aeróbicos. Apesar de ser em um ambiente aberto, a academia

é coberta com um toldo azul, protegendo os usuários dos aparelhos em dias chuvosos ou de calor intenso. Apesar de o local estar cercado por vegetação de Mata Atlântica – essa se encontra isolada por uma cerca verde que se inicia na entrada e se estende até o acesso à trilha- há apenas quatro árvores espalhadas por ali.

Pela noite, a Vila Olímpica é iluminada por cinco refletores, localizados ao redor do campo e os três postes de iluminação, onde o primeiro está localizado na entrada, o segundo no meio do percurso entre a entrada da Vila e a entrada da trilha e o terceiro mais próximo a trilha.

O uso do local e de seus recursos é feita quase que integralmente por moradores. Pela manhã é possível notar alguns deles utilizando a academia da terceira idade, além dos que passeiam livremente ou com seus cachorros ao redor do campo. É recorrente avistar moradores levarem seus cachorros na entrada da trilha para fazer as necessidades. Já pela noite, o uso da Vila Olímpica acontece para a prática de futebol (na quadra menor nos fundos do campo sintético), além de adultos, jovens e crianças caminhando ao redor do campo ou andando de bicicleta. As mesas de tabuleiro também são utilizadas por crianças e adultos que jogam damas utilizando tampinha de garrafas como peças. De acordo com os moradores, é raro eventos no local, exceção do “Campinho Show”, segundo a página do *Facebook*<sup>30</sup>, é “uma atividade gratuita de estímulo à formação de plateia comunitária e lançamento de novos talentos em diferentes modalidades artísticas, como música, dança, poesia e performances teatrais.”. Ainda na página foi possível verificar que ocorreram quatro shows no ano de 2017.

Quanto ao uso pelos visitantes e turistas é bastante limitado. Alguns daqueles que chegam para realizar a trilha ou que a finalizaram sentam nos bancos para descansar ou conversar. O maior uso da Vila Olímpica do Vidigal feita por turistas acontece por conta da utilização do local como acesso à trilha do morro Dois Irmãos que será descrita a seguir.

### **1.3.4 Trilha do Morro Dois Irmãos**

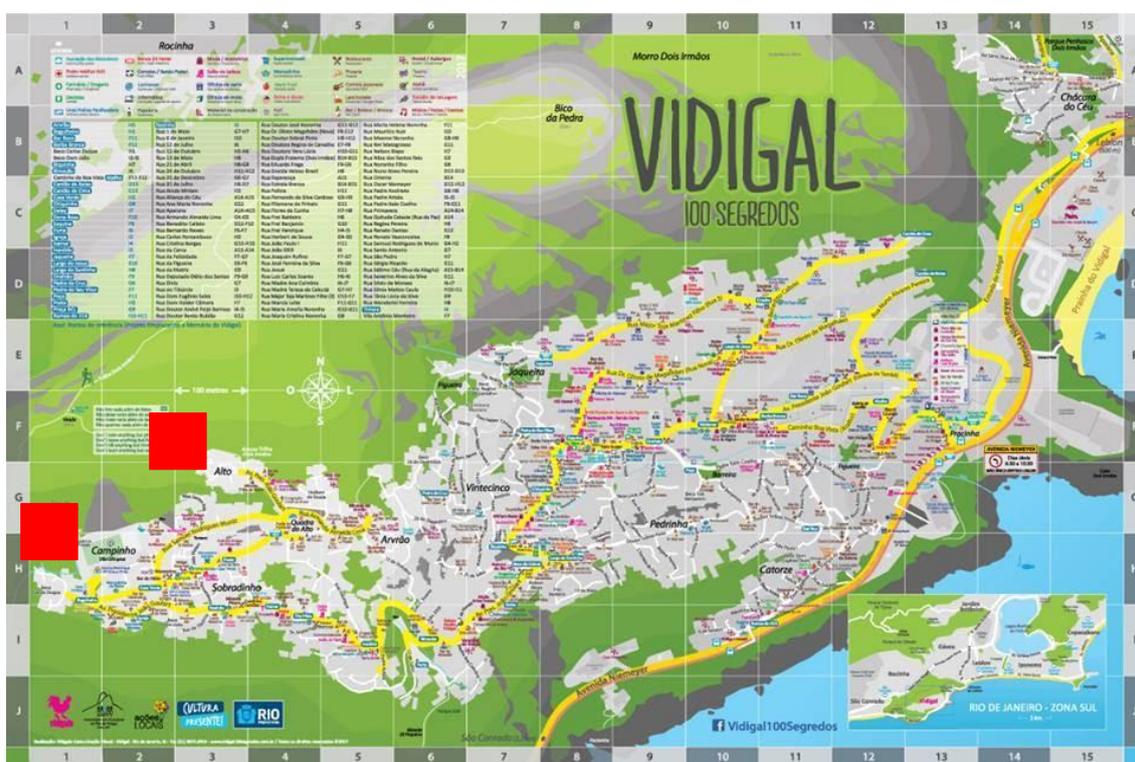
O acesso pela trilha Dois Irmãos pode acontecer em dois locais diferentes. O primeiro e também o mais utilizado acontece pela Vila Olímpica do Vidigal (Campinho). Sua entrada consiste em uma abertura na cerca gradeada que separa a vegetação do restante da vila, e está localizada ao lado da academia da 3ª idade. Já o

---

<sup>30</sup><https://www.facebook.com/CAMPINHO-SHOW-607693089282390/>

segundo acesso está localizado perto do contêiner da UPP na subárea conhecida como Alto (que recebe esse nome por se tratar do local com maior altitude da comunidade). Esse segundo acesso não tem uma sinalização que permita aos visitantes identificarem o acesso. Trata-se de uma escadaria que segue por entre as casas de moradores, onde em determinado momento é necessário passar próximo a lajes de algumas casas. Esse acesso é utilizado, sobretudo, no momento da descida da trilha, visto que ele tem menor trajetória do que o acesso pela Vila Olímpica, ou por guias locais que trabalham no Vidigal e o utilizam com o intuito de diminuir o tempo de subida e o esforço dos visitantes e turistas. A figura 7 demonstra as localizações de ambas entradas indicadas no mapa.

Figura 7-Localização dos acessos à trilha Dois Irmãos



Fonte: Vidigal 100 segredos

O primeiro acesso é o mais tradicionalmente utilizado por aqueles que escolhem realizar a trilha sem auxílio de um guia (local ou não<sup>31</sup>). Há alguns moradores que também indicam a realização da trilha pelo acesso da Vila Olímpica, que apesar de ser mais longo, evita que aqueles que decidem fazê-la passem pela laje de alguns moradores

<sup>31</sup>De acordo com um dos guias locais, hoje há no Vidigal diversos profissionais de guiamento não locais, como, por exemplo, um morador do município de Mesquita, localizado na baixada fluminense, região metropolitana do Rio de Janeiro, cerca de 50km do Vidigal.

como acontece no acesso menos convencional. O fluxo de chegada de visitantes é bastante intenso pela parte da manhã na Vila Olímpica, onde geralmente chegam de mototáxi e em grupos que variam duas pessoas à oito pessoas. O fluxo de saída da trilha tem proporção similar ao de chegada. Apesar do perfil daqueles que fazem a trilha ser de jovens (entre 20 e 30 anos), algumas crianças e pessoas mais velhas também a realizam.

A trilha dos dois irmãos é classificada como dificuldade moderada. De acordo com a Federação de Esportes de Montanha do Rio de Janeiro (FEMERJ). Trilhas moderadas são aquelas que têm duração entre duas e quatro horas e percurso de até doze quilômetros, além de apresentar desnível entre 400 e 800 metros e obstáculos. Quanto a sua extensão, a trilha possui 1,5 km e seu ponto mais alto, o Irmão maior está cerca de 533 metros de altitude.

Em relação a sua vegetação, o bioma característico do Rio de Janeiro é o de Mata Atlântica (100% do bioma). Enquanto a vegetação tem característica forte de higrofitismo<sup>32</sup>, a fauna é composta principalmente de anfíbios, mamíferos e aves. Boa parte da flora e da fauna da Mata Atlântica é endêmica. Há a estimativa de endemia de 8 mil espécies vegetais, 160 espécies de aves e 183 de anfíbios, algumas presentes no Vidigal.

A trilha pode ser seccionada em duas partes com características bem distintas. A primeira parte é a parte mais plana e menos acidentada, com obstáculos de menor dificuldade e demarcação da trilha mais visível (menor quantidade de vegetação), além de caminho mais amplo. É possível também avistar uma quantidade considerável de fauna, com predominância de pássaros, insetos, pequenos lagartos, pequenos e médios primatas e cobras<sup>33</sup>. Essa primeira parte da trilha corresponde cerca de um terço, ou seja, 500 metros e finaliza aproximadamente onde o segundo acesso da trilha começa.

A segunda parte da trilha se caracteriza por exigir um esforço maior daqueles que a realizam. A subida se torna mais íngreme e os obstáculos aparecem com maior frequência (raízes de árvore, rochas e vegetação mais densa). Após uma longa subida íngreme, os visitantes chegam a uma parte mais plana onde há um barraqueiro vendendo

---

<sup>32</sup>Adaptação que algumas plantas têm de viver totalmente ou parcialmente submersas na água ou em regiões de elevado grau de umidade.

<sup>33</sup>De acordo com os trabalhadores da trilha e alguns moradores, é possível encontrar algumas espécies como coral e jiboia.

salada de frutas e açaí, pelos valores de R\$ 10,00 e R\$ 12,00<sup>34</sup>, respectivamente. Há ainda um banco improvisado feito com um pedaço de madeira para aqueles que queiram descansar a subida, mesmo sem consumir os produtos da barraca.

Em conversa com o vendedor da barraca, William, ou como é conhecido “William do Alto” (em referência à subárea onde mora), foi possível descobrir que a venda dos produtos é feita diariamente, com exceção dos dias chuvosos. William sobe o percurso com as mercadorias em uma caixa de isopor (onde ficam armazenadas para a venda). O vendedor ainda conta com a ajuda de um colega que o auxilia subir com as mercadorias para a venda. Quanto aos objetos maiores, como a mesa e o guarda sol utilizados para montar a barraca, William informou que são escondidos na mata, para evitar um desgaste físico maior. É necessário mencionar que apesar de ser um “empreendimento” de investimento baixo, William é funcionário e não o dono da barraca de frutas e açaí.

Da barraca em diante, a subida da trilha torna-se ainda mais íngreme e com maior quantidade de obstáculos do que em todo o percurso. Após cerca de quinze minutos de subida, é possível alcançar o primeiro mirante do Dois Irmãos, que consiste uma formação rochosa. Nesse mirante é possível avistar toda a favela da Rocinha, além do bairro de São Conrado e o trecho inicial da Barra da Tijuca.

Após o primeiro mirante, a vegetação se torna mais densa, com muita presença de insetos – particularmente espécies de besouros- e a demarcação da trilha mais estreita, com uma característica de fechamento pela vegetação. Por apresentar mais obstáculos e caminho mais íngreme, a subida tende a desacelerar. Os obstáculos reduzem com a proximidade do topo, onde o solo se torna mais arenoso e rochoso ao invés de mais barrento e a subida menos íngreme.

O tempo de percurso na subida é em média de 60 minutos, que pode variar de acordo com diversos fatores (como as condições climáticas e o tamanho do grupo). O topo da trilha Dois Irmãos é um segundo mirante rochoso de onde é possível avistar o bairro do Leblon e a lagoa Rodrigo de Freitas, bem como o bairro de Ipanema (ambos zona sul do Rio de Janeiro). No topo, é possível encontrar um segundo vendedor, Ângelo, que vende bebidas que são estocados em uma caixa de isopor. Diferentemente da primeira barraca, o ponto de venda no topo conta apenas com um guarda sol, duas

---

<sup>34</sup>Valores referentes ao mês de abril de 2017

cadeiras e a caixa de isopor das bebidas. Essa infraestrutura mínima é consequência do esforço necessário para chegar à parte mais alta da trilha. Morador do Vidigal desde a sua infância, Ângelo esclareceu que realiza o percurso todos os dias, com exceção dos dias chuvosos sem a ajuda de nenhum companheiro de trabalho, já que trabalha por conta própria e que os dias de maior fluxo estão entre sexta, sábado e domingo. A ideia de iniciar a venda de bebidas na parte mais alta aconteceu, de acordo com relato do vendedor, após um incidente envolvendo uma turista estrangeira que ao finalizar a subida, teve uma crise nervosa pela falta de água. Após o acontecimento, o morador que trabalhava como mototáxi no morro, decidiu realizar a experiência de venda de maneira bem sucedida. Devido ao esforço realizado para chegar a o topo do morro, os preços das bebidas são mais caras do que o preço médio cobrado em outros lugares, ainda assim, as vendas acontecem de maneira regular. Durante a conversa com Ângelo, foi possível descobrir um conflito territorial pelos pontos de venda. Em relato, o morador afirma que houve conflitos com o proprietário da barraca de açaí e salada de frutas, que tentou “tomar seu ponto”.

Também é possível ter uma visão mais ampla da favela da Rocinha, já que após chegar à parte mais alta, é possível realizar uma descida – bastante íngreme e perigosa – em direção a mesma. Graças a essa conexão entre Vidigal e Rocinha por meio da trilha – e não apenas pela Avenida Niemeyer -, o percurso era utilizado por traficantes como rota de fuga e refugio, ou como localidade estratégica na tentativa de invadir e conquistar o território de outra facção. Durante a pesquisa para a confecção desse primeiro capítulo (04/2017), as duas comunidades próximas ao Vidigal (Rocinha e Chácara do Céu), eram controladas pela facção Amigos dos Amigos (ADA) que de acordo com relatos dos moradores e pela própria observação realizada durante os trabalhos de campo, explora outros meios<sup>35</sup> de ganhos econômicos - como transportes públicos, serviços de internet e outros - e não apenas o tráfico de drogas. Por conta do “cenário pacífico”, o uso da trilha Dois Irmãos como rota estratégica para os traficantes reduziu-se desde a conquista desses territórios pela ADA, sendo utilizada esporadicamente, de acordo com informações cedidas por moradores.

O uso da trilha Dois Irmãos é, atualmente, quase que integralmente de visitantes e turistas. O fluxo de subida e descida é bastante intenso e é possível notar perfis

---

<sup>35</sup> Há relatos de moradores que acreditam que os grandes empreendimentos do morro, como o Bar da Laje, é uma espécie de concessão do chefe do tráfico da comunidade, Antônio Bonfim Lopes, preso em operação policial na Rocinha em 2011.

bastante variados dos que a realizam, mas com predominância do turista internacional (sobretudo falantes dos idiomas espanhol e inglês). Há grupos que realizam a subida com o auxílio de um guia (geralmente grupos estrangeiros), mas a maior parte dos visitantes realiza a subida por conta própria. Apesar do mirante do topo ter uma área pequena, permanece no local um número entre 25 e 35 turistas que tiram fotos, ouvem música em aparelhos ou celulares, fumam (maconha e tabaco) e dançam. O tempo médio de permanência de cada grupo de pessoas é de aproximadamente uma hora.

Apesar da tipologia “trilha” indicar que a característica que define essa classificação seja de “o percurso de ida e volta deve ser o mesmo”, existe na descida uma bifurcação dos caminhos a seguir. Essa bifurcação pode ser encontrada exatamente no ponto de venda de açaí e salada de frutas. Se o visitante decidir seguir a descida em linha reta, o percurso será mais longo e terminará na entrada da Vila Olímpica. A segunda opção é mudar a trajetória para a esquerda, onde o terreno se torna mais acidentado, íngreme, úmido e com maior densidade florestal, porém com percurso menor e saída pelo segundo acesso.

### **1.3.5 Sitiê Ecológico**

O Sitiê é um parque ecológico criado há cerca de quatorze anos por iniciativa dos moradores Mauro Quintanilha, Manoel Silvestre e Paulo Almeida, que iniciaram um processo de transformação do terreno que acumulava lixo despejado pelos próprios moradores. O objetivo da investida do trio foi o de acabar com o mau cheiro e as pragas do lixão e transformar a área em um local de lazer, educação ambiental e visitação.

Os moradores e idealizadores dedicaram seu tempo livre para a retirada do lixo tanto da parte superficial, quanto do chorume que já se alocava mais profundamente no solo. Posteriormente, iniciou-se um movimento de revitalização do local, havendo a transformação do antigo lixão em uma espécie de jardim onde foram realizadas a plantação de mudas, características da Mata Atlântica, doadas pelo Jardim Botânico, criando assim uma espécie de Parque Ecológico.

Com uma área de aproximadamente 8.500 m<sup>2</sup>, o Sitiê é considerado um parque urbano, além de ter sido reconhecido como a primeira agrofloresta<sup>36</sup> da cidade do Rio

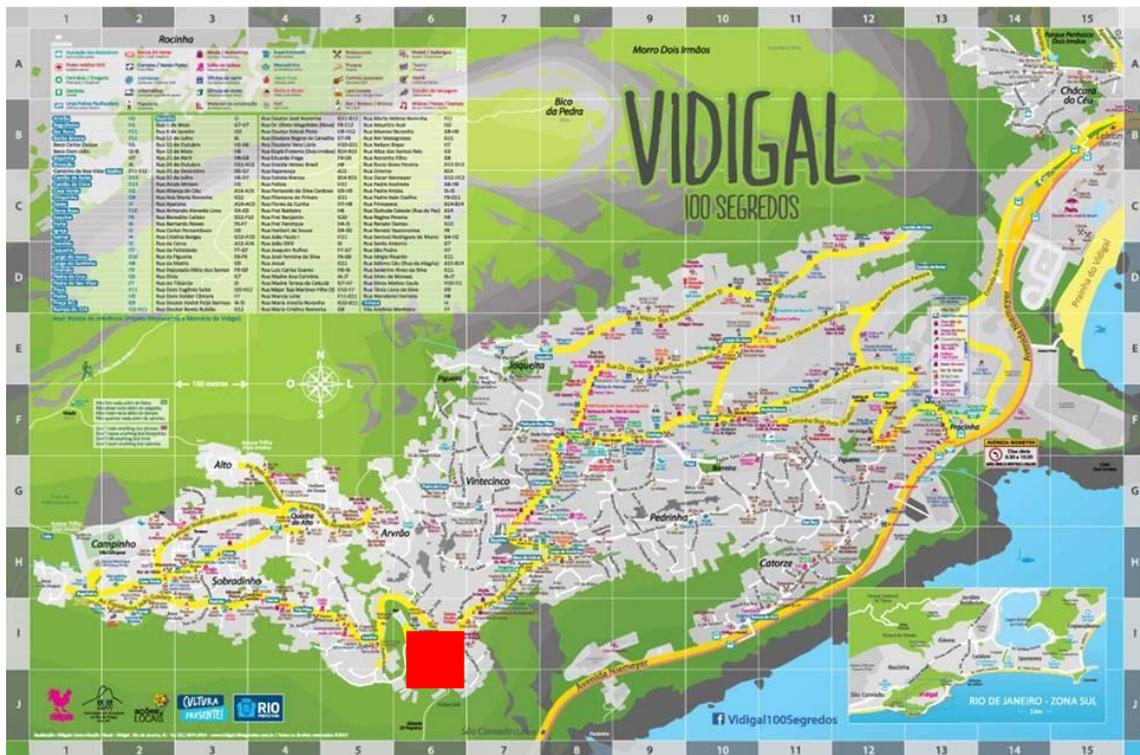
---

<sup>36</sup>De acordo com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), agroflorestas ou Sistemas Agroflorestais (SAF's) são entendidos como: “...consórcios de culturas agrícolas com espécies arbóreas que podem ser utilizados para restaurar florestas e recuperar áreas degradadas.”

de Janeiro no ano de 2012. Por se tratar de uma área agroflorestal, é facilmente identificável algumas espécies de árvores frutíferas como bananeiras e mangueiras que foram plantadas no local.

Localizado após a área conhecida como Largo do Santinho (Santinho foi um antigo morador do Vidigal que tinha uma venda na localidade), o acesso ao Parque é sinalizado por uma placa azul instalada na Avenida Presidente João Goulart. Para chegar ao Sitiê, é necessário descer uma rampa de concreto – localizada na própria João Goulart- que finaliza em um espaço anterior ao parque. Esse local pode causar confusão para aqueles que tentam visitar o Sitiê pela primeira vez, pois para ter acesso ao parque, é necessário que o visitante e/ou turista passe por um corredor de degraus feito com pneus de carro que está localizado entre as casas dos moradores. É preciso que haja a percepção da necessidade de descer a trilha de 104 pneus para finalmente chegar ao Sitiê, onde a entrada é demarcada por um portal com o nome do parque. A figura 8 demonstra o local do parque:

Figura 8-Localização do Sitiê



Fonte: Vidigal 100 segredos

Existe no local uma casa de Alvenaria que é utilizada como oficina para a confecção do artesanato que é exposto e vendido no parque como uma estratégia de

angariação de recursos financeiros que são utilizados na manutenção do mesmo. Logo na entrada do parque, é possível avistar um pequeno mirante com vista para o mar. O mirante do Sitiê é ornamentado em suas extremidades por arbustos, dando a impressão de uma cerca verde. Próximo ao mirante, ao fim dos degraus de pneus, há uma lixeira similar às lixeiras da prefeitura do Rio de Janeiro posta no chão.

Além do mirante, é possível realizar curtas caminhadas pelo parque em ambos os sentidos (esquerda ou direita). Se utilizarmos o mirante como ponto de partida e o mar como referencial de frente e seguirmos pelo sentido esquerdo, há uma pequena caminhada e uma curta descida de degraus de pneus que termina em um tapume dividindo o Sitiê da área residencial. Esse caminho fica um nível abaixo do mirante, onde é possível avistar alguns objetos como eletrodomésticos enferrujados; um cobertor e outros tipos de descarte. Analisando o estado de decomposição recente dos objetos é possível concluir que o descarte aconteceu recentemente, não sendo resquícios do antigo lixão.

Já a caminhada no sentido contrário, leva a uma trilha um pouco mais longa. Durante esse percurso é possível encontrar dois corrimões que são estruturados da seguinte maneira: as barras paralelas são ripas de madeira e seu entremeio são aros de bicicleta. Esses corrimões se iniciam um pouco após o mirante e segue até o fim do percurso da pequena trilha. Já no nível inferior do sentido direito da trilha (o mesmo nível onde no sentido esquerdo há o tapume), há uma espécie de contenção de solo que ocupa aproximadamente metade do caminho, construída com pneus, onde boa parte deles foi pintada com tinta verde.

Aproximadamente na metade do percurso da pequena trilha, existe um acesso de 13 degraus de pneus que leva o percursionista à um nível acima do mirante. O nível superior pode ser descrito como uma segunda trilha com dificuldade mínima e fácil acesso até ao final do parque, onde é possível encontrar um banco feito com um pedaço de tronco de árvore, similar ao encontrado na entrada do parque. Nesse ponto também há um segundo mirante com vista ampliada quando comparado com o primeiro. Nesse mirante é possível visualizar não apenas o mar, como também boa parte do Vidigal e também os bairros da zona sul (Leblon e Ipanema). A partir do segundo mirante a vegetação da trilha se adensa e o terreno se torna um pouco mais irregular, dificultando a continuidade da caminhada. As trilhas do Sitiê começam e terminam dentro do parque, não dando acesso a outras partes do morro.

Espalhados pelo parque, objetos artesanais podem ser avistados. Esses objetos, também construídos com materiais descartados (geralmente aros de bicicleta) e madeira são vendidos aos visitantes ou por encomenda e parte do valor arrecadado é revertida para a manutenção do parque, visto que, de acordo com um dos administradores, Leandro, atualmente o parque não conta com qualquer tipo de apoio financeiro. Além das vendas de artesanato, uma caixa com pequena abertura no topo (simulando um cofre) é disposta aos visitantes para que esses façam doações ao Sitiê.

Quanto ao uso do Sitiê, quando comparado com outros locais, como a trilha Dois Irmãos e o Arvrão, a quantidade de visitantes e turistas é bastante reduzida, assim como o tempo de permanência. Alguns fatores podem explicar o pouco tempo de permanência dos no parque: em primeiro lugar, o Sitiê não tem uma área grande, possibilitando aos visitantes que conheçam toda a extensão em cerca de 20 minutos, além disso, o parque não oferece nenhum tipo de atividade, que não a visitação, não contando com uma infraestrutura que comporte uma grande quantidade de turistas concomitantemente. De acordo com Leandro, um dos responsáveis pelo parque, há fluxo diário de visitantes – turistas excursionistas e moradores -, com frequência menor em dias chuvosos. Leandro ainda esclarece que os valores de doações feitas pelos visitantes agregado ao valor da venda de artesanato tem sido suficiente para a manutenção do parque, que atualmente conta com mais dois gestores: Danilo e Paulo.

### **1.3.6 Arvrão**

O Arvrão é uma subárea localizada em um dos pontos de maior altitude do morro, com proximidade ao Alto. Por conta disso, essa área foi uma das ultimas a ser ocupada e teve predominância de moradores vindos da região do nordeste brasileiro. A altitude também realça alguns problemas de infraestrutura se comparado a algumas áreas mais baixas do morro, como por exemplo, as ruas regularizadas do Vidigal (Rua três e a Rua Nova e outras), onde há coleta de lixo regular e com mais eficiência. Próximo ao contêiner da UPP, por exemplo, é possível encontrar uma grande quantidade de lixo espalhado pelas ruas. A falta de água é também um problema recorrente das partes mais alta do morro. A figura 9 demarca a localidade do Arvrão:

Figura 9-Localização do Arvrão



Fonte: Vidigal 100 segredos

Apesar dos problemas mencionados acima e de apresentar uma estética na construção das casas inferior se comparada com as construções mais próximas da entrada do morro, o Arvrão – que recebeu esse nome graças a uma árvore que podia ser avistada de algumas localidades baixas do morro antes do adensamento de construções – se tornou referência, em primeira instância, aos visitantes e turistas graças a vista a partir do seu mirante (é possível avistar os bairros do Leblon e Ipanema, bem como parte da praia de Copacabana e o Cristo Redentor do mirante do Arvrão<sup>37</sup>).

O acesso ao mirante do Arvrão acontece por meio de uma escadaria larga construída entre as casas e os empreendimentos locais (a casa da tapioca, que fica localizada abaixo do Bar da Laje, e o próprio Bar da Laje estão no percurso, ao lado esquerdo, do mirante). Ao término do lance de escadas, está o mirante, uma ampla área de concreto com uma barra de contenção onde é possível visualizar boa parte do Rio de Janeiro, a ponte Rio-Niterói, além de algumas partes do próprio bairro, como as localidades da Pedrinha, Cantão do Alto, Cantão de Baixo, além de parte da Niemeyer e da Avenida João Goulart. Já no mirante, estão localizados o Quiosque do Arvrão (ao

<sup>37</sup>Nessa seção, usaremos mirante do Arvrão para referenciar a infraestrutura turística e Mirante do Arvrão para referenciar o hotel construído na localidade.

lado direito de quem chega), de propriedade do morador e membro da associação de moradores, André, e o albergue Alto Vidigal (ao lado esquerdo de quem chega), de propriedade do austríaco Andréas. Ao lado da fachada do Alto Vidigal está localizada a árvore que dá nome a comunidade. Já próxima a árvore, existe uma escadaria que passa pela localidade conhecida como Vinteecincos (25) e termina na Avenida João Goulart, próxima da principal associação dos moradores do Vidigal, a Associação dos Moradores da Vila do Vidigal (Existe uma associação com menor participação no morro, a Associação de Moradores e Amigos do Vidigal, a AMA). Próxima a escadaria, está localizada a Escola Vidigal, criada pelo artista plástico brasileiro Vik Muniz com o objetivo de ensinar crianças em fase de alfabetização (entre quatro e oito anos) a criarem jogos, animações e outros tipos de tecnologias.

Sendo uma pequena área, o Arvrão tem predominância residencial e poucos estabelecimentos comerciais. Há, contudo, uma diferença entre estabelecimentos quando comparado as outras áreas comerciais: os nove empreendimentos encontrados na localidade não são para o uso dos moradores do local, e sim aos visitantes e turistas, sendo algum desses classificados em duas tipologias distintas. O quadro 5 demonstra os estabelecimentos e a classificação adotada pelo mapa.

Quadro 5: Estabelecimentos da localidade do Arvrão e suas classificações de acordo com o mapa Vidigal 100 segredos.

ESTABELECIMENTO	CLASSIFICAÇÃO 1	CLASSIFICAÇÃO 2
ALTO VIDIGAL	Hostel/ albergue	Música/ festa/ evento
BAR DA LAJE	Bar/ boteco/ birosca	Música/ festa/ evento
BAR DO CAMPISTA	Bar/ boteco/ birosca	
BAR DO POVÃO	Bar/ boteco/ birosca	
CASA DA TAPIOCA	Lanchonete	
LA PIZZA MAMMA ROMA	Pizzaria	
MIRANTE DO ARVRÃO	Hostel/ albergue	Música/ festa/ evento
PÃO E ETC.	Lanchonete	
QUIOSQUE DO ARVRÃO	Bar/ boteco/ birosca	Música/ festa/ evento

Fonte: Vidigal 100 segredos

Nota-se que entre os nove estabelecimentos, quatro estão enquadrados na tipologia de música, festas e eventos. Desde a pacificação, a realização de festas na localidade se tornou uma espécie de identidade do Arvrão, e um segundo atrativo, além da vista, entretanto, a realização desses eventos tem como público pessoas de fora do morro e turistas. Dos quatro estabelecimentos, dois dele se destacam na realização dos eventos: o Bar da Laje e o hotel Mirante do Arvrão.

O Bar da Laje se tornou referência não apenas no Vidigal, como também ganhou espaço na mídia nacional por receber diversas celebridades desde a sua inauguração em maio de 2014. O empreendimento possui um site próprio, além de uma frota de veículos que são utilizados tanto para o transporte de mercadorias, como para o *transfer* dos clientes que pode ser agendado tanto por telefone ou pelo aplicativo *whatsapp* e o custo de trecho, de acordo com o site do bar, pode variar entre R\$ 10 e R\$20 por pessoa. Seu funcionamento é de terça à quinta do meio dia às oito da noite e de sexta ao domingo do meio dia às dez da noite.

Já o hotel Mirante do Arvrão é o único meio de hospedagem com classificação “hotel” e o capital para sua construção também veio de investidores externos (apesar de hoje um morador possuir a propriedade da cozinha, que foi terceirizada). Construído em frente à entrada do Bar da Laje, o hotel também realiza festas e eventos durante o fim de semana.

Durante a realização de festas e eventos pelos empreendimentos, barricadas de madeira são colocadas na entrada do Arvrão para impedir que mototáxis cheguem até a escadaria de entrada (onde geralmente é o ponto final das motos). Essa providência acontece por conta do oferecimento oneroso de transporte provido pelos empreendimentos. Em consequência disso, os moradores, hóspedes, visitantes ou turistas que desejam subir ao Arvrão em dia de evento realizado pelo Bar da Laje e pelo Mirante do Arvrão, são deixados no Alto, ao lado do contêiner da UPP e precisam realizar uma caminhada curta para ter acesso ao local. O processo para descer é o mesmo, é necessário atravessar as barricadas e caminhar de volta até o contêiner que passa a ser, de forma temporária, o novo ponto final dos mototáxis. É também durante os eventos do hotel Mirante do Arvrão e do Bar da Laje que duas tendas são montadas por moradores entre as barricadas, kombis e vans dos estabelecimentos. Uma das tendas vende alimentos, como batata frita e a segunda tenda trabalha vendendo bebidas e *drinks*

Apesar das festas acontecerem em uma localidade de maioria domiciliar, os ingressos e o consumo dentro das festas é de valor bastante elevado. Apenas o ingresso de entrada (excluindo a consumação) custa R\$50,00 (cinquenta reais). Nas festas que ocorrem no Alto Vidigal, a garrafas de bebidas quentes chegam a ter valores superiores a R\$ 200,00 (duzentos reais). Os valores cobrados para a entrada e o consumo nesses

locais nos leva a concluir que o público alvo não são moradores, mas sim visitantes e turistas.

Durante o dia, o fluxo de turistas e visitantes é regular no Arvrão. Além do entrar e sair dos turistas hospedados nos dois meios de hospedagem, também há intensa chegada de mototáxis com visitantes e turistas ao mirante. Entretanto, não há grande acúmulo de pessoas no local. Durante a noite, principalmente nos fins de semana e com a realização das festas nos estabelecimentos supracitados, ocorre um fluxo mais intenso de moradores, visitantes e turistas, com concentração dos dois últimos nas festas e no entorno dos estabelecimentos. É possível diferenciar os moradores dos que sobem para diversão por dois principais aspectos: o primeiro deles é em relação às vestes, já que os moradores utilizam roupas mais informais, enquanto o segundo grupo aparece com roupas menos casuais; o segundo aspecto é sobre o meio de transporte utilizado. Enquanto geralmente os moradores chegam a pé - pois como já dito, o ponto de mototáxi durante festas e eventos fica localizado antes do contêiner da UPP -, os visitantes e turistas são trazidos pelas kombis e vans dos estabelecimentos. Apesar desses dois parâmetros não serem totalmente confiáveis, eles demonstram que o fluxo de visitantes e turistas no Arvrão acontece com maior intensidade se comparado com o de moradores em dias de festas.

### **1.3.7 Catorze, Pedrinha e a Igreja do Papa**

Cerca de 500 metros <sup>38</sup>após a entrada da Pracinha, seguindo pela Avenida Niemeyer, é encontrado o segundo (e menos utilizado) acesso ao morro. A área conhecida como Catorze (14) <sup>39</sup>, que leva esse nome pela numeração de uma casa que se tornou ponto de referência aos moradores, foi uma das primeiras a ser ocupada na comunidade.

Pelo histórico de ocupação irregular e ainda não legalizada, as construções do Catorze destoam-se das construções das partes mais baixas e intermediárias do morro pelas casas apinhadas e muito próximas uma das outras. Outra diferença facilmente perceptível é a presença de muitas vielas, escadarias e becos, que estão ausentes nas áreas mais próximas da Praça (Rua Três, Rua Nova, Rua Nuno Álvares Pereira, Caminho Boa Vista).

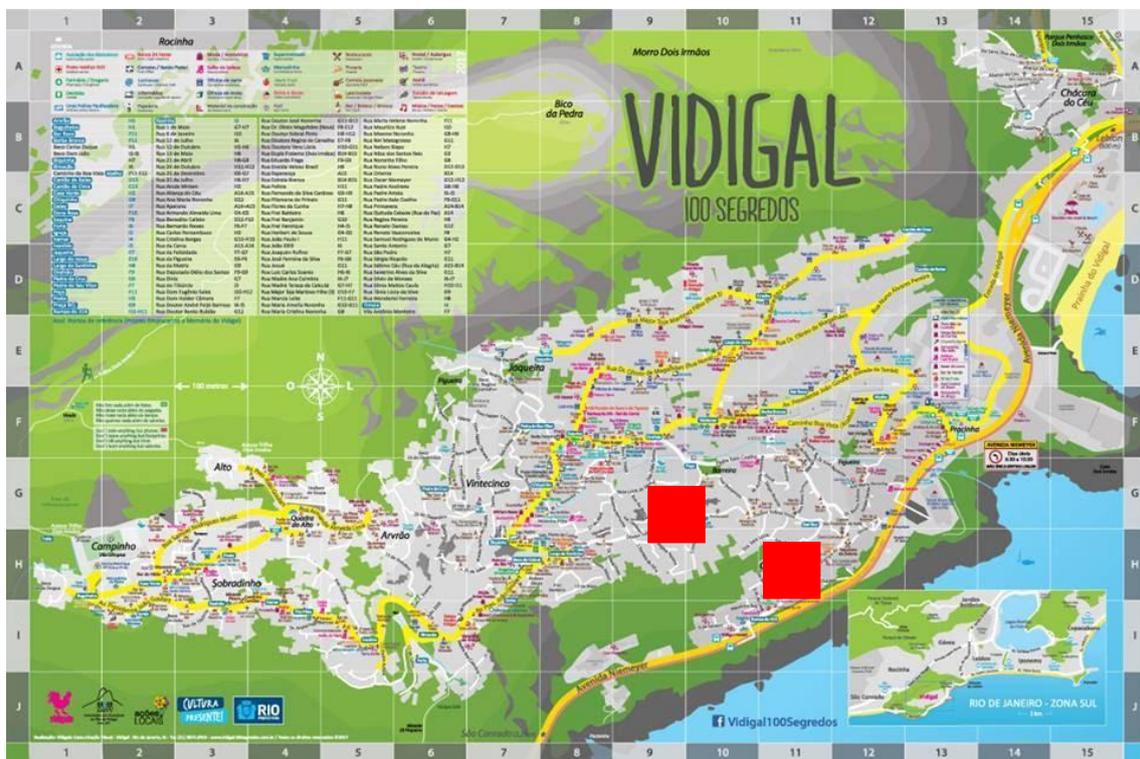
---

<sup>38</sup>Google Maps

<sup>39</sup>Apesar de ser conhecido como Catorze, o número de referência é na verdade 314. Além desse, há micro-áreas conhecidas como 315, 316 etc.

É possível chegar ao Catorze de duas maneiras: a primeira delas é caminhando pela Avenida Niemeyer, em sentido ao bairro de São Conrado, entretanto essa pode ser uma alternativa perigosa mediante ao intenso fluxo de veículos na via. A segunda alternativa é por uma escadaria<sup>40</sup> localizada também na Avenida Niemeyer, mas com maior proximidade à Praça. O Catorze e as áreas adjacentes (Pedrinha, Barreira, Bad Boy), são localidades quase integralmente de uso residencial, com concentração reduzida de estabelecimentos comerciais e de serviços, sendo estes em maioria bares/botecos/ biroskas, de acordo com a classificação utilizada pelo Vidigal 100 segredos. Além desses estabelecimentos, é possível encontrar mercadinhos, hortifrúteis e dois albergues, sendo um deles um deles, o Vidigalbergue, um dos primeiros meios de hospedagem do morro. A figura 10 indica as localidades do Catorze (mais baixa) e da Pedrinha (mais alta):

Figura 10-Localização do Catorze e Pedrinha



Fonte: Vidigal 100 segredos

Foi na localidade do Catorze que em julho do ano de 1980, o papa João Paulo II realizou a sua visita ao Vidigal. Para a recepção ao Sumo Pontífice, houve a

<sup>40</sup>Para chegar a essa escadaria, o pedestre precisa passar pelos três hotéis do Vidigal (Estalagem, Nosso Hotel e Shalimar) construídos um ao lado do outro na Avenida Niemeyer.

mobilização dos moradores da comunidade para a construção da igreja católica do morro. Durante esse período, o governo municipal ainda tentava executar processos de remoções, mas os moradores da favela do Vidigal contavam com o apoio político da Pastoral das Favelas e de Eugênio Sales e do pastor Ítalo Coelho. A finalização do templo para a recepção do Papa ocorreu em tempo hábil que foi batizado de Igreja Nossa Senhora da Consolação e Correia, sendo posteriormente rebatizado de Paróquia São Francisco de Assis. Com a visita, João Paulo Segundo deixou como herança a comunidade o anel do pescador (*Anulus Piscatoris*) que deveria ser utilizado como o auxílio financeiro para resolver problemas estruturais da comunidade. Apesar disso, o anel não foi vendido, mas mantido como objeto simbólico, sendo criada uma réplica<sup>41</sup> que permaneceria na igreja do Vidigal e a original enviada à Catedral Metropolitana de São Sebastião do Rio de Janeiro, localizado na Zona Central da cidade, e mantido em exposição até os dias atuais.

A Igreja de São Francisco de Assis –pertencente a Paróquia de Santa Mônica, Leblon – passou por algumas reformas desde a data da sua construção e hoje funciona com regularidade com qualquer outro templo. A chave dos portões da Igreja fica em posse de uma moradora da própria localidade do Catorze. Por se tratar de uma construção emergencial para o recebimento do Papa, o templo é pequeno. Para acessá-lo é preciso subir um pequeno lance de degraus. No interior do templo, construído em alvenaria e com teto de telhas onduladas, há duas fileiras – um ao lado esquerdo e outra ao lado direito - de banco de madeiras, que são tradicionalmente utilizados em igrejas, onde cada fileira contém quatro bancos organizados em sequência. Há também cerca de vinte cadeiras de plástico alocadas ao lado dos bancos e juntas as paredes do templo. Nas paredes pintadas de um tom verde claro, é possível visualizar quatorze quadros representando as etapas da crucificação de Jesus Cristo, sete santos<sup>42</sup> da Igreja Católica, a foto de São João Paulo II, o sacrário e o compartimento onde a réplica costumava ficar, além de outros quadros retratando santos e um quadro dourado do Vaticano.

---

<sup>41</sup>Houve, na verdade, a criação de duas réplicas do anel. A primeira delas foi mantida na Igreja do Vidigal até ser furtada. Para substituir a cópia perdida, um segundo anel foi forjado e os moradores decidiram que este não permaneceria mais na igreja. A solução encontrada foi de torna-lo um anel itinerante que passa de casa em casa dos fiéis da igreja permanecendo por tempo indeterminado e seguindo para a próxima casa de maneira aleatória. As réplicas dos anéis do Papa foram criadas em cobre e pintado com coloração prata, o que explica porque algumas fontes de dados indicam que o material utilizado foi prata.

<sup>42</sup>Sendo eles: Nossa Senhora Mãe de Jesus. Nossa Senhora Aparecida, Nossa Senhora Consolação de Córreia, Santo Antônio, São Francisco de Assis, São João Paulo II e São Judas Tadeu.

De acordo com um guia local, as visitas realizadas por excursionistas e turistas à igreja são raras, sendo o uso da Capela de São Francisco de Assis quase que exclusivamente dos habitantes do morro. Durante observação em campo, não foi presenciada grupos de turistas e/ou visitantes pelas localidades do Catorze e suas adjacências. O fluxo de pessoas se limita aos moradores que podem ser avistadas caminhando pelos becos e vielas ou sentadas em seus portões conversando em grupos.

Subindo ladeira pelo Catorze, é possível ter acesso à subárea conhecida como Pedrinha<sup>43</sup>. Apesar de serem áreas distintas, essa distinção é apenas possível com o auxílio de moradores pois a distribuição das construções, a estética das casas e os becos e vielas são homogêneas, não é perceptível a diferença. A localidade conhecida como Pedrinha termina no Centro Cultural do Vidigal (que não tem mais uso frequente atualmente), localizado as margens da Avenida Presidente João Goulart.

Sobre o uso desses territórios, é perceptível que nessas localidades não há fluxo de visitantes e turistas – salvo as raríssimas exceções onde a igreja do Papa é visitada-, ficando resguardado apenas ao uso dos moradores. Também por se tratar de um aglomerado de vielas e becos, pode haver certa dificuldade para aqueles que não conhecem se orientar e locomover pela localidade.

Encerramos esse capítulo reforçando a existência de muitos territórios no morro, a partir de suas dinâmicas de usos, e estas podem ocorrer por muitos fatores, como por exemplo, em diferentes horários do dia temos intensidades e tipos de fluxos distintos. Na Praça do Vidigal, o horário de trânsito de pedestre torna-se mais intenso com a chegada da noite – a partir das 18 horas -, processo inverso ocorre na Praia, onde a movimentação é maior pela manhã.

Não podemos deixar de considerar que alguns destes territórios possuem usos turísticos, sendo alguns com maior intensidade que os outros. Esses usos, por sua vez, constituem novas dinâmicas territoriais e novas conformações. No próximo capítulo trataremos da perspectiva do morador do Vidigal a respeito da atividade turística, a tentativa de uma marcação temporal do início da atividade e o papel e a contribuição das UPPs para a atividade turística. Faremos também uma análise sistêmica dos

---

<sup>43</sup>O nome Pedrinha veio de uma rocha grande que foi gradualmente destruída para dar lugar às moradias dos moradores. De acordo com o relato de um guia local, o que restou da pedra pode ser encontrado no quintal de um dos moradores.

elementos turísticos do Vidigal, utilizando como referencial teórico criado por Mário Carlos Beni.

## CAPÍTULO II

### TURISMO NO VIDIGAL

Sobre o turismo nas favelas, Freire-Medeiros (2009) esclarece que se intensifica a partir da vinda do cantor Michael Jackson ao Brasil para a gravação do videoclipe da música “*They don’t care about us*” (eles não ligam para nós, em tradução livre). Na ocasião, ano de 1996, foram escolhidos para a gravação dois cenários brasileiros: o Pelourinho em Salvador, Bahia e a favela de Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo, Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.

A vinda de Michael Jackson provocou inquietação política, visto que o ex-secretário de Comércio e Turismo, Ronaldo César Coelho, com apoio do ex-jogador Pelé, criticou a produção do videoclipe utilizando o argumento de que a ação traria consequências negativas ao turismo carioca ao evidenciar a pobreza e a violência. Apesar da tentativa de vetar a vinda e a gravação de Michael, o Itamaraty assegurou sua entrada no Brasil juntamente com sua equipe.

Na década de 90, a visita de Michael Jackson a uma favela carioca faria com que os holofotes da mídia mundial se virassem para o local, já no ano de 2002 houve o lançamento do filme *Cidade de Deus (City of God)* que retratava a vida na favela homônima<sup>44</sup>. O lançamento nacional do longa-metragem, deu, mais uma vez, destaque as favelas do Rio de Janeiro.

Com a implementação da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) em janeiro de 2012 no Vidigal, o fluxo de visitantes e turistas, aparentemente aumentou, passando a fazer parte dos mais variados canais de mídia (blogs, jornais, páginas de redes sociais, programas dominicais, novelas etc). Houve também o crescimento vertiginoso de meios de hospedagem, com a predominância de albergues<sup>45</sup>. Se em 2012 o número era de apenas três<sup>46</sup>, em 2016 o número de albergues chegou a trinta, com ligeira queda após o encerramento das olimpíadas. Nos anos seguintes, a favela do Vidigal foi utilizada inúmeras vezes como cenário para a mídia televisiva brasileira: telenovelas, programas dominicais e outros. A forte evidência midiática somada à localização litorânea e a

---

<sup>44</sup> Assim como o Vidigal, a Cidade de Deus deixou de ser favela e passou a ser considerada bairro por meio de decreto municipal.

<sup>45</sup> Albergue ou hostel é uma tipologia de meio de hospedagem que predomina quartos coletivos - havendo a possibilidade de oferta de quartos privativos - que podem ou não ser separados por sexo. O grande atrativo dos albergues ou hostels é o preço inferior aos meios de hospedagens com quartos privativos

<sup>46</sup> Vidigalbergue, Vidigalhouse e Alto Vidigal.

redução de confrontos armados entre as facções criminosas e a polícia contribuíram para o aumento do fluxo de demanda turística, podendo assim, auxiliar na consolidação do Vidigal como destino turístico da cidade do Rio de Janeiro.

Esse capítulo tem como objetivos entender a percepção dos moradores a respeito da atividade turística, do papel da UPP para o fenômeno turístico, bem como a busca do consumo turístico por aqueles que visitam o morro e também a explicação dos elementos que constituem o *trade* turístico do Vidigal, utilizando como instrumento de análise o Sistema de Turismo (SISTUR).

## **2.1 Entendendo o Turismo no Vidigal**

Na literatura levantada sobre o turismo no Vidigal (ainda escassa) não é possível saber quando ocorreu o início da visitação ao morro, pois dão ênfase a temas como a gentrificação, análises exploratórias da atividade, etc. A informação mais próxima sobre o início das atividades turísticas no Vidigal é encontrada no blog “Vidiga!” ([vidiga.wordpress.com](http://vidiga.wordpress.com)) como pode ser conferido no trecho a seguir:

Na realidade, a movimentação já fazia parte da vida do Vidigal. Há muito tempo, antes da violência tomar conta de suas ruas, becos e vielas, o morro estava acostumado a receber visitantes, muitos em busca de diversão, como os famosos bailes do Clube Águia (VIDIGA, 2017)

A Violência a que se refere o autor do blog está relacionada à guerra entre as facções criminosas Comando Vermelho (CV) e Amigo dos Amigos (ADA), com o ápice dos confrontos ocorrido em agosto de 2006 e com intervenção do Batalhão de Operações Especiais (Bope), resultando aproximadamente em 15 mortes. Ainda de acordo com informações do Vidiga!, em 2009, o investidor alemão Rolf Glaser adquiriu dezenas de casas no morro com o objetivo de transformar a localidade em um “pólo turístico” por meio de uma Organização Não Governamental (ONG) Casa Feliz. O projeto não foi bem sucedido, de acordo com reportagem vinculada ao jornal Estadão (28/10/2009), porque o objetivo do empresário era a criação de meios de hospedagens, lavanderias e uma loja de sucos, com o investimento de R\$1,1 milhão de reais na compra de 37 propriedades, entretanto, as obras não foram finalizadas devido a embargos impostos pela prefeitura que exigiu escritura definitiva em terrenos de posse. Como consequência, Rolf vendeu as propriedades por 30% do valor pelo qual ele as adquirira.

No ano de 2010, os dois primeiros albergues (ou hostels) surgiram no Vidigal: o Alto Vidigal, localizado no Arvrão; e o Vidigalbergue, localizado no Catorze. Em 2011, foi a vez de o terceiro albergue ser inaugurado, dessa vez, o Vidigalhouse, localizado na Rua Três. Ao fim do mesmo ano, soldados do Bope ocuparam o morro durante a madrugada, dando início assim ao processo de instauração da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) que teria a sua sede “inaugurada” em janeiro de 2012. Desde então, o número de meios de hospedagem (com predominância de albergues) aumentou, chegando à quantidade de vinte cinco. Há, além desses albergues, dois motéis localizados um ao lado do outro, na Avenida Niemeyer, além do hotel Mirante do Arvrão.

Com base nas entrevistas realizadas entre os meses de outubro e novembro de 2017 com moradores do Vidigal, construímos a primeira parte do segundo capítulo. O objetivo dessas entrevistas é entender o fenômeno turístico a partir de quatro questionamentos: (1) O que é turismo, para compreender como cada entrevistado concebe a atividade turística; (2) Desde quando o Vidigal recebe turista, com o objetivo de delimitar marcos temporais da atividade a partir da perspectiva dos entrevistados; (3) O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal, com o objetivo de compreender também na perspectiva dos entrevistado a percepção da existência dos recursos ou atrativos que motivam pessoas a visitarem o local e; (4) Algo mudou após a UPP, com o objetivo de compreender como a política pública de segurança impactou a atividade turística.

### 2.1.1 O que é turismo?

“Turismo é a arte de **receber** as pessoas em casa” (proprietária de um Hostel, entrevista concedida em 16/09/2017)

“Turismo é a possibilidade de você **compartilhar** e ao mesmo tempo **conhecer** a tua **própria história**” (morador e guia local) (entrevista concedida em 06/ 09/ 2017)

“O turismo para mim é quando você vai em busca de **algo** que você **não conhece**, gastronomia ou uma **cultura diferente**, algo nesse sentido” (ator residente, entrevista concedida em 18/09/2017)

“O que eu vejo de turismo é que são pessoas que procuram **entretenimento** em outros locais. Eles vêm visitar, vem passar temporadas, né? Turismo são pessoas que vem de outros locais para visitar alguma localidade”. (morador e produtor de eventos locais) (entrevista concedida em 02/10/2017)

O discurso da primeira entrevistada traz à tona a relação do turismo e hospitalidade. Sendo dona de um dos meios de hospedagem mais antigo do morro, em sua fala a ideia de “receber” explicita uma noção hospitaleira. Para Camargo,

“hospitalidade seria toda forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido, mesmo que aquilo que se passe nesse encontro não mereça o adjetivo hospitaleiro” (2008, p.19). No contexto do mercado turístico, esse encontro (hospitalidade) necessita ser hospitaleiro para prolongar a permanência do visitante e estabelecer uma percepção positiva da sua estada. Nesse sentido, a hospitalidade se manifesta como negócio, no contexto capitalista é de fundamental importância para o *trade* turístico a manutenção da operação comercial de maneira ótima, ou como traz Camargo, “encoberto por uma bruma chamada de receptivo turístico (p.23)”.

As falas do segundo e terceiro entrevistados compartilham a mesma percepção. Para ambos, turistas são pessoas que partem em busca de algo desconhecido (gastronomia, cultura). Há no segundo discurso, entretanto, um elemento a mais, pois fica claro que em uma visita de um estrangeiro se estabelece uma relação de troca entre ele e a população local. Já a fala do quarto entrevistado evidencia o caráter lúdico, de descontração do turismo, trazendo para a análise as noções de lazer e entretenimento.

Se na teoria, o turismo é realizado em busca de algo positivo (mesmo que esse cause estranheza), na prática, devemos entender que a atividade pode apresentar caráter agregador, podendo se manifestar positivamente ou negativamente, sendo influenciada pela percepção de hospitalidade (pelo aspecto positivo, um local e seus elementos seriam considerados hospitaleiros e seu contrário, hostil) daquele que visita.

As motivações para que um sujeito ou um grupo se desloque do seu lugar habitual para visitar outro local pode ser inúmeras, entretanto, conhecer as tipologias de turismo é apenas uma parte da equação para compreender as escolhas dos fluxos turísticos. Fatores sociais e as preferências pessoais influenciam de maneira direta na escolha do destino para a visitação ou estada. Há diversas maneiras de classificar os turistas. Esse tema será retomado no capítulo 3, quando discutiremos a demanda turística e consumo no Vidigal.

### **2.1.2 Desde quando o Vidigal recebe turistas?**

“Ao meu perceber, desde 2011” (Proprietária do hostel) (Entrevista concedida em 16/09/2017)

“Não há data ou momento específico, mas pode se dizer que passamos a receber pessoas estrangeiras e diferentes partes do estado e do país como uma maior frequência, após a vinda do Papa João Paulo II, na favela” (morador e guia local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“Ele sempre foi muito visitado, mas é claro que depois da UPP, o turismo começou a acontecer com mais frequência, desde o início da UPP. O que em

geral mudou, né, depois da UPP foi justamente essa frequência. Deu o aumento do turismo né? E também novos estabelecimentos comerciais, como restaurantes, hotéis, hostels... enfim, tudo isso aumentou bastante o turismo no Vidigal, sem contar que após UPP, o Vidigal que era relativamente *pop* ficou um pouco mais. E também eu acredito que o Nós do Morro também impulsionou um pouco, propagou né, o Vidigal de uma forma geral devido a ascensão dos atores, do grupo e também a divulgação internacional né? A partir do filme do Cidade de Deus, a gente teve uma divulgação muito forte, o Vidigal como um todo” (ator residente ) (entrevista concedida em 18/09/2017)

“O Vidigal sempre recebeu muitos turistas porque aqui praticamente é o coração da Zona Sul. É a comunidade mais bem vista do Rio de Janeiro. Então o movimento de turista sempre teve um movimento bom, mas o tráfico atrapalhava muito, né, antigamente. E hoje o movimento é muito maior, mas sempre teve movimento muito legal”. (garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

A fala do quarto entrevistado, em sincronia com a do terceiro, demonstra fluidez do marco temporal (desde sempre) ao fenômeno turístico na comunidade. Ao analisar as palavras em grifo do discurso, se nota a valorização do Vidigal como lugar. Enquanto “coração” pode conotar o sentido de extrema importância ou de certa centralidade, “mais bem vista” atribui *status* a comunidade a partir dos que estão de fora, observando-a. Por ser a “mais bem vista” (leva-se em consideração que há no Rio, 763 favelas, de acordo com o Censo do IBGE de 2011), há o interesse dos estrangeiros – não no sentido dos que vem de outro país, mas sim aqueles que são “estranhos” ao local – em visitaçãO. O entrevistado ainda aponta o tráfico como fator restritivo para o aumento do fluxo turístico e complementarmente, a entrada UPP como fator oposto. O “desde sempre” não foi fala exclusiva dos entrevistados. Em conversa informal com um dos representantes de uma das Associações de Moradores do bairro, foi apontada a característica de “sempre turístico por natureza”, bem como os adjetivos “geograficamente bem localizado” e “posição estratégica”.

A percepção da primeira entrevistada em relação ao início das atividades turísticas é, em termos de temporalidade, a mais discrepante se comparada com as respostas dos outros. Apesar de aparentar um desencontro de respostas, deve-se realçar que a entrada dos policiais da UPP no Vidigal ocorreu no fim de 2011, com a instalação da unidade física (infraestrutura) em janeiro de 2012. Faz-se assim a reflexão que a UPP tem relação direta com o aumento do fluxo turístico na comunidade (esse tópico é reafirmado a partir das respostas dadas na pergunta 4) e também a expansão da oferta turística. Retomando as cinco edições do Vidigal 100 segredo, é possível notar o crescimento da oferta de meios de hospedagem e alimentação a partir de 2012 (quando a

primeira edição foi lançada). Aqui, no entanto, se reconhece que não há total confiabilidade das informações presentes no mapa por dois motivos:

- 1- Os interesses existentes na elaboração do mapa pode ter resultado na “ocultação” de algum empreendimento;
- 2- A falta de dinamismo do mapa impresso, que impede a atualização “em tempo real” dos novos empreendimentos ou daqueles que encerraram suas atividades.

Apesar dessas circunstâncias, a comparação de conteúdo das edições do mapa revela uma informação de extrema relevância: enquanto a primeira edição (2012-2013) informava a presença de apenas dez meios de hospedagens (quatro deles categorizados como motéis), a última edição (2016-2017) apresenta vinte e três meios <sup>47</sup> de hospedagens (três categorizados como motéis), sendo esta última a edição que mais informa empreendimentos dessa natureza no morro. Uma característica importante é que há predominância da tipologia de hostels (quartos compartilhados, podendo ser classificados em masculinos, femininos ou mistos).

A fala do segundo entrevistado apresenta uma delimitação temporal mais definida, já que aponta a década de 1980 (três décadas anteriores à entrada dos policiais da UPP na comunidade). Esse marco é mais ou menos consistente, pois a fala do entrevistado revela que a vinda do Papa desencadeou uma intensificação (e não uma iniciação, segundo ele) de visitas à comunidade.

A resposta enunciada pelo terceiro entrevistado parece, em certa medida, sincronizar com o segundo entrevistado. Na fala “ele sempre foi muito visitado”, o uso do advérbio de frequência (e da figura de linguagem da hipérbole) exalta um período superior aos seis anos demarcados na fala da primeira entrevistada (e provavelmente inferior a 21 anos, tempo de residência do primeiro entrevistado). Mais uma vez, a figura da UPP surge – dessa vez diretamente no discurso – como um fator determinante do aumento da demanda e oferta turística e de apoio ao turismo (e também aos novos estabelecimentos comerciais, como restaurantes, hotéis, *hostels*). O entrevistado em questão ainda atribui parte da popularidade adquirida pela comunidade ao grupo de teatro local Nós do Morro, que foi responsável por introduzir no mercado televisivo atores como Thiago Martins e Roberta Rodrigues. Pode-se notar que há dois momentos

---

<sup>47</sup>Em busca pelos principais sites de hospedagem, foi possível identificar que nove desses estabelecimentos não funcionam mais (01/10/2017). Entretanto, também foram identificados sete estabelecimentos que não constam na edição mais recente do Vidigal 100 Segredos.

distintos na fala dele, onde a primeira é marcada por um momento de impessoalidade ao se referir a UPP como elemento propulsor da atividade turística e o segundo momento (também acredito que o Nós do Morro impulsionou um pouco) que é marcado por uma pessoalidade, que atribui o grupo na qual faz parte como um atrativo turístico da comunidade. Apesar de não existir estudos que demonstre relação direta do Nós do Morro à atividades turísticas, concorda-se em parte que o grupo auxilia na divulgação do Vidigal (o Nós do Morro completa 31 anos de funcionamento em 2017).

Finalmente, há o último elemento do discurso do terceiro entrevistado que aparece como fator de divulgação e atração turística: o filme *Cidade de Deus*. De acordo com Freire-Medeiros (2009), o filme é um dos marcos histórico na promoção da favela como destino turístico, mas não na estruturação da mesma. De acordo com a obra da autora, o acontecimento de relevância social e consolidador do turismo nas favelas e comunidades cariocas ocorreram em 1992, através do ECO 92 (*Rio Conference on Environment and Sustainable Development*). Esse trabalho, no entanto, mostra evidências suficientes para demonstrar a intensificação da atividade turística, ao menos no Vidigal, após a implementação da UPP.

Assim, pode-se concluir que não há um consenso de quando começaram ocorrer os primeiros fluxos turísticos do Vidigal. Apesar da inexistência desse consenso, isso não significa que há informações erradas ou incoerentes nas respostas dos entrevistados, apenas a percepção do início das atividades turísticas para eles é influenciada por alguns fatores como o que o sujeito entende e classifica por turismo, o interesse direto ou indireto que ele possui em relação à atividade turística, como a localização de sua moradia ou seu tempo de moradia, por exemplo. Portanto, a percepção da atividade turística pelos seus moradores tem relação direta com o contexto da realidade na qual eles estão inseridos, corroborando com o que Bourdieu (1989) trata como perspectiva relacional na construção da realidade. A perspectiva relacional, para o autor, deve ser utilizada para evitar o entendimento realista do mundo, ou de certa maneira, holístico. Em detrimento a essa visão, devemos pensar como os sujeitos se relacionam entre si por meio de uma lente de um problema ou fenômeno social (no nosso caso, o início da atividade turística), para isso, deve-se levar em consideração quem é o sujeito investigado, qual a sua posição na sociedade, que tipo de relação ele estabelece com o fenômeno, etc. O quadro a seguir mostra como cada entrevistado delimita o marco temporal para os fluxos turísticos no Vidigal:

Quadro 6-Delimitação dos marcos temporais do turismo no Vidigal

Entrevistado	Marco Temporal	Acontecimento(s) Relevante
1	2011	Ocupação do morro pela UPP
2	1980	Visita do Papa João Paulo II
3	“Desde sempre”	“Natureza” pop do Vidigal. Fortalecimento pela UPP e Nós do Morro.
4	“Desde sempre”	Enfraquecimento do tráfico

Fonte: extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017

### 2.1.3 O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal?

“Buscam **relacionamento, interação** com os **nativos, cultura**” (Proprietária de hostel) (entrevista concedida em 16/09/2017)

“Há diferentes perfis: alguns buscam a vista. Outros uma hospedagem mais barata. Outros as festas e alguns tantos, conhecer as favelas pelo ponto de vista dos **locais** e fora das **esteriotipações**” (Guia local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“Na maioria das vezes os turistas vêm em busca de um lugar que seja, muitas vezes, eu acredito que os turistas vêm ao Vidigal, como **no geral** uma **comunidade ou uma favela**, com um olhar **exótico**, sabe? E que muitas vezes **incomoda** muito a gente. O Vidigal, ao contrário da Rocinha, aqui do lado, é uma comunidade muito pequena. Tem uma única rua principal. Ou seja, a gente tem muita dificuldade em relação a transito, a locomoção em determinados horários, ou seja, uma comunidade relativamente já inflada só com quem mora aqui, enfim. Então quando o turista vem pra cá, ele também traz um certo **desconforto** pra quem é morador, porque, por exemplo, algumas casas fazem festas. Tem festas e as festas acabam resultando, é.. é **prejudicial** a comunidade, porque imagina: uma casa de festas que funciona de quinta a domingo toda noite até seis horas da manhã, cinco da manhã. Quem mora ao lado **não dorme**, não dorme **nunca mais**. E não é só isso né? Depois que as pessoas saem das festas, em geral saem alteradas, então tem toda esse trajeto até a Niemeyer que seja. Então tudo isso **afeta** a comunidade, que de certa forma, é bem pacata. O Vidigal tem um ar bem de interior assim, uma mistura de interior com subúrbio. Por outro lado assim, os nossos vizinhos aqui: Leblon, São Conrado, Ipanema, Gávea, não nos visitavam. Hoje em dia todo mundo sobe. Se você for na trilha Dois Irmãos tá interditado porque tá cheio de gringo. É um espaço que só a gente ia, só morador ia porque primeiro que ninguém subia no Vidigal, quicá subir no Dois Irmãos, então era um, quase que um lugar particular que hoje em dia é **tomado** pelos **visitantes**, pelos **turistas** e que de certa forma, diretamente para a comunidade, **não** acredito que traga tanta **benefetoria** quanto deveria ser.” (ator local) (entrevista concedida em 18/09/2017)

“Então, o turista busca os **eventos** que acontecem aqui no Vidigal nos finais de semana. Os bares que tem vistas **maravilhosas** pras praias da Zona Sul. Tem também a trilha que o movimento é grande da **trilha**. Eles vêm pra conhecer, né, cara? Gente de fora vem pra conhecer porque não tem uma comunidade tão **linda**, tão **bem vista** como essa aqui no Rio”. (garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

Por se tratar de um guia local, o segundo entrevistado traz em sua resposta diversas motivações que levam os turistas ao Vidigal. Em primeiro lugar, está a apreciação da paisagem (tratada como “vista” no discurso). Nesse ponto, podemos assumir duas interpretações sobre a paisagem: a primeira dela como os elementos

naturais apenas (em diversos locais do morro é possível ver a área litorânea do Rio de Janeiro, como as praias de São Conrado, Leblon, Ipanema, Arpoador, Barra, como áreas verdes de Mata Atlântica), ou o conjunto dos elementos naturais com as construções que ocupam o morro. Há ainda a busca uma hospedagem mais barata, ou seja, são movidas por fatores econômicos. A Zona Sul do Rio de Janeiro é a área mais nobre da cidade, como uma grande quantidade de atrativos e recursos turísticos<sup>48</sup> e como consequência dessa valorização excessiva, os preços cobrados pelos serviços prestados (hospedagem, alimentação, transporte privativo) são mais elevados em comparação com outras áreas da cidade e adjacências (Zona Norte ou Baixada Fluminense, por exemplo). As festas mencionadas no discurso não são os tradicionais bailes funks que tão comumente ocorriam nas favelas antes do processo de pacificação, mas sim eventos com valores elevados de entrada (No Bar da Laje, por exemplo, a cobrança é, regularmente, entre R\$ 40,00 e R\$ 50,00, excluindo consumo) que acontecem em determinados espaços no morro (Laje do Neguinho, Alto Vidigal, Bar da Laje, Mirante do Arvrão). Pelo elevado preço de entrada e consumação (para o padrão econômico local), é seguro assumir que o público alvo dessas não é o morador, e sim visitantes e turistas.

Parece essencial atrelar a essa discussão a resposta fornecida pela primeira entrevistada ao dizer “buscam relacionamento, interação com os nativos, cultura”. No caso das festas, há um processo de segregação sócio espacial onde não há relacionamento, interação com os nativos e tampouco ganhos culturais (visto que os bailes funks agora ficam restritos a aprovação do comando da UPP). A mesma ausência de interação ocorre na trilha Dois Irmãos, já que o contato com moradores locais daqueles que realizam a trilha se restringe a possibilidade de compra de alimentos e bebidas em dois pontos distintos da caminhada (como já tratado no capítulo 1). Temos, portanto, uma relação que se apresenta de maneira estritamente comercial. A resposta da primeira entrevistada se manifesta de maneira genérica ao assumir que todos aqueles que visitam a comunidade tem o objetivo específico de interação com os moradores locais, bem como conhecer sua cultura. Nesse quesito, o segundo entrevistado apresenta maior detalhamento e cuidado em sua resposta ao separar os diferentes perfis de turistas que visitam o morro.

---

<sup>48</sup>Há autores (Barreto) que classificam atrativos e recursos como sendo sinônimos. Esse trabalho considera como recursos o patrimônio natural ou cultural que seja factível de se inserir na atividade turística. Já atrativo pode ser interpretado como o recurso que teve algum tipo de intervenção antrópica (geralmente ligada a infraestrutura de acesso).

É prudente assumir, nesse ponto, que apesar da segmentação “turismo em favela”, “turismo em comunidade” ou ainda “turismo de pobreza”, há intenções e interesses diversos daqueles que decidem visitar esses locais. Isso porque, apesar de as favelas ou ex-favelas (recentemente transformados em bairros) estarem relacionadas à situação de vulnerabilidade socioeconômica ambiental e isto pode emergir como atrativo e até mesmo produto (e nesse caso há o consumo da pobreza), outros atrativos e produtos podem ser consumidos além do “turismo de experiência da pobreza” nesses lugares. O site agência *Preview* lista como atrativos da Rocinha: mata verde, morros de pedra lisa, praia e um forte sentimento de comunidade. No Vidigal é possível identificar esses produtos a serem consumidos a partir das falas do segundo e terceiro entrevistados ao mencionarem “festas” e “a trilha do Dois Irmãos”, “a vista” (como paisagem, elemento natural apenas).

O entrevistado 3 inicia a sua resposta por meio de uma premissa: a busca dos turistas pelo exótico. No contexto apresentando, contudo, o exótico surge como valor pejorativo vinculado ao atrativo buscado pelos turistas. A partir de sua fala, esse produto seria a comunidade em si. Nesse sentido, todo e qualquer elemento (humano, não humano, físico e as relações autóctones e alóctones) é importante na construção desse atrativo. Para Freire-Medeiros (2009), a pobreza acabou se tornando um bem mercantilizado e sendo assim, consumida por uma classe mais abastada que se torna ávida pelo saber e pelo viver dos pobres. Essa prática de visita aos bairros pobres pelos ricos filantropos, também conhecidos como *slumming* (*slum*, na língua inglesa: favela), teve seu auge entre os anos de 1880 e 1890 e logo após entrou em decadência. O *slumming* voltou a ser praticado de maneira substancial cem anos após o seu declínio, especialmente, por turistas estrangeiros (FREIRE-MEDEIROS, 2009). O tal consumo da pobreza como produto turístico é perceptivelmente negativo ao terceiro entrevistado, dada a carga negativa da palavra “incomoda” apresenta em sua fala. Além disso, há também preocupações referentes à infraestrutura (dificuldade em relação ao trânsito), ordem (não dorme nunca mais) e uso do território (algumas casas fazem festas, é tomado pelos visitantes).

A fala do quarto entrevistado articula-se com a do terceiro em relação aos usos dos lugares (nessa fala não é possível perceber uma concepção territorial clara, como é identificada na fala do terceiro entrevistado) e do consumo dos produtos e atrativos. O uso dos adjetivos “tão linda, tão bem vista” transmite a ideia de aprovação do fluxo

turístico. Há uma ênfase no sentido humano da visão, de apreciação do belo (“vistas maravilhosas”), da exposição para os que vêm de fora.

Um panorama geral das falas dos entrevistados demarca os atrativos e produtos que são buscados pelos turistas e excursionistas que adentram o morro. O quadro a seguir sintetiza a fala de cada um deles.

Quadro 7-Produtos e atrativos do Vidigal de acordo com os entrevistados

Entrevistado	Produto/atrativo	Produto/atrativo	Produto/atrativo	Produto/atrativo
1	Interação/cultura			
2	Cultura	Preços baixos de hospedagem	“Vista”	Festas
3	Trilha Dois Irmãos	Festas	Pobreza	
4	Trilha Dois Irmãos	Festas		

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017

É possível ainda observar a carga semântica (positiva ou negativa) nas falas dos entrevistados no que tange a busca dos turistas por algo a partir de marcadores linguísticos. O quadro a seguir demonstra tais marcadores:

Quadro 8- Marcadores Linguísticos e Carga Semântica da fala dos entrevistados

Entrevistado	Marcadores Linguísticos	Carga Semântica
1	Relacionamento, interação, cultura	Positiva
2	Ponto de vista dos locais, fora das “esteriotipações”	Positiva
3	Exótico, incomoda, desconforto, prejudicial, afeta, tomado, (não) benfeitoria	Negativa
4	Maravilhosa, linda, bem vista	Positiva

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017

O quadro acima ajuda a corroborar com a ideia que o turismo produz efeitos tanto positivos, quanto negativos para os envolvidos diretamente ou não a ele; 3 entrevistados fizeram colocações positivas a respeito do turismo no Vidigal, sendo dois deles ligados diretamente ao *trade* (a proprietária do *hostel* e o guia local) e um não ligado (garçom). Assim sendo, afirmamos que os “resultados” da atividade turística impactam em diferentes escalas e intensidades a sociedade/comunidade por onde se manifesta.

#### 2.1.4 Algo mudou após a UPP?

“A visão das pessoas de fora da comunidade” (Proprietária de hostel) (entrevista concedida em 16/09/2017)

“O volume de estrangeiros tem mudado para pior – um número bem baixo. Confronto entre policiais voltaram a acontecer, mesmo que de maneira mais isolada. O valor de alguns imóveis voltaram a cair” (Guia de turismo local) (entrevista concedida em 06/09/2017)

“O que mudou relativamente da UPP foi a segurança, sem dúvida que as pessoas acreditam ter mais segurança agora com a UPP e realmente o quadro modificou bastante né? Porque anterior a UPP tinha muita ostentação relacionado a força né, armamento, então era muito comum, se via arma na rua, então pra quem vinha de fora, pra gente né, bem ou mal, a gente conhecia, sabia quem era, não tinha muito risco. Pra quem vinha de fora e deparava com aquele quadro ficava meio assustado. Então, esse quadro ter mudado, sem dúvida, ajudou para a propagação do turismo no Vidigal. Mas infelizmente a mudança da UPP só se deu nesse sentido mesmo da segurança. Tudo mais, relacionado a saúde, a educação, enfim, a lazer no Vidigal, nada foi alterado, a saneamento básico, toda essa questão estrutural do estado, só, a única coisa que entrou no Vidigal foi a força, o poder da força da polícia. Todo mais continuou na mesma. De certa forma, o Vidigal tem uma característica muito diferente, assim, dos outros bairros, isso dito até pelos policiais do UPP, por que no geral, nas comunidades onde a UPP trabalha, entrou, ou eles são odiados ou eles são amados. E aqui não tem essa relação de amor e ódio. A relação que a gente tem é assim, e que a gente sempre teve, o Vidigal como um todo, eles estão fazendo o trabalho deles, a gente mantém o lado de cá. Mas é aquela história, é um olho no padre e outro na missa.” (Ator local) (entrevista concedida em 18/09/2017)

“Depois que foi criada a UPP, melhorou muito. Eu antigamente vinha pra cá porque um amigo meu morava aqui e tinha o tráfico, entendeu? Eu via que o movimento não era tão grande como hoje. E tudo mudou, cara, tudo mudou. Os restaurantes mudaram depois que os turistas começaram a entrar pra visitar. Os restaurantes, os mercados, saneamento básico. Isso tudo melhorou muito depois que a UPP entrou.” (Garçom) (entrevista concedida em 02/10/2017)

Ao analisar a resposta do primeiro entrevistado “a visão das pessoas de fora da comunidade” é possível ver a imagem do estereótipo da favela, como lugar de violência e “antro de vagabundagem”, elucidado por autores como Valladares (2005) e Gonçalves (2013). Leitura bastante difundida através dos canais de mídia e pelos agentes do poder público desde o fim do século XIX até os dias atuais. A entrada dos policiais da UPP, nesse caso específico, aparenta fator importante para modificar, em certa proporção, a visão dos visitantes da comunidade, aquela relacionada à vontade de consumir determinado produto, mas não o faz por uma determinada circunstância, aplicado ao Vidigal, a circunstância impeditiva para os turistas seria a sensação de insegurança. A fala do segundo entrevistado reforça esse papel da UPP ao mencionar que o retorno dos conflitos armados tem contribuído para a redução de fluxo da demanda. Nota-se que a resposta fornecida pelo segundo entrevistado não representa *stricto sensu* aquilo que foi questionado, e sim, aparentemente, uma explicação dos resultados do enfraquecimento da política da UPP no estado do Rio de Janeiro.

O *start* da ocupação das UPPs nos territórios das favelas aconteceu no ano de 2008 com o morro Santa Marta, a última ocorreu em 2014 na Vila Kennedy. Dois anos após destas ocupações pelas UPPs (2016) o governo estadual decretou estado de calamidade pública por Decreto nº 45.692. A crise da segurança pública do Rio de Janeiro pode ser entendida como produto de variadas combinações, entre elas as ações de enfrentamento entre diversos grupos (Polícia Militar, Milícias e Facções Rivais). Em específico, o confronto na Rocinha (que foi intensamente televisionado e noticiado nas redes sociais), ocorreu devido à divisão interna da facção Amigo dos Amigos (ADA). Apesar desses confrontos não terem ocorrido no Vidigal, eles são importantes para nossa análise por dois motivos: o primeiro diz respeito ao enfraquecimento da UPP (que se caracterizava pela organização da estrutura e de efetivo de agentes); em segundo lugar, o fato de estar geograficamente próximo à Rocinha, e também por ter tido até o fim de 2017 ter seu território sob o domínio da mesma facção que a controlou juntamente com a Chácara do Céu, a ADA. Dessa maneira, conflitos pelo controle territorial da Rocinha influenciam de maneira direta as comunidades vizinhas e afetam negativamente a atividade turística (soma-se o fato da trilha do morro Dois Irmãos fazer conexão com a Rocinha, Vidigal e a Estrada do Vidigal, entre o Vidigal e a Chácara do Céu, podendo ser utilizada como recurso estratégico de fuga ou resistência do tráfico).

A insegurança se reflete na diminuição das atividades turísticas como nos preços dos imóveis, tal como apresenta o trecho final da fala do segundo entrevistado “O valor de alguns imóveis voltaram a cair” trazendo também outro elemento para a análise: a especulação imobiliária e a gentrificação. A intensificação dos fluxos turísticos do Vidigal não resultou apenas na expansão de ofertas turísticas ou de turistas. Diversos agentes externos passaram a vislumbrar o bairro como potencial investimento ou como local para habitação. A crescente procura pelas terras do Vidigal incentivou também o aumento dos preços das mesmas e também do custo de vida, gerando o processo supracitado.

O termo gentrificação – utilizado pela primeira vez pela por Ruth Glass no início da década de 1960 – é um processo urbano que valoriza e transforma áreas urbanas que até então eram ocupadas por camadas populares da sociedade e promove assim a mudança de classes nestes locais: Hamnett define o processo da seguinte maneira:

Simultaneamente um fenômeno físico, econômico, social e cultural. Gentrificação é comumente envolve a invasão pela classe média ou grupos de alta renda de bairros de classes trabalhadoras ou de áreas crepusculares

multiocupadas e a substituição ou o deslocamento de muitos dos ocupantes originais. Envolve a renovação física ou a reabilitação do que foi frequentemente um mercado imobiliário altamente deteriorado, e a sua melhoria para receber os requerimentos de seus novos donos. No processo, a habitação em áreas afetadas, tanto as renovadas como as não, se submetem a um significativo apreciação de preços. Tal processo de transição de vizinhança normalmente envolve um grau de transformação de ocupação de aluguel à posse. (HAMNETT, 1991, p.175)

Assim como ocorrido em Nova Iorque, especialmente na segunda onda de gentrificação, segundo Bidou-Zachariassen (2006), onde a municipalidade exerceu papel fundamental como facilitadora de investimentos privados, a intervenção do poder público teve influência direta nesse processo e permitiu que os agentes do mercado do setor turístico pudessem investir no Vidigal.

Uma matéria publicada pela Carta Capital em abril de 2014 já abordava a gentrificação como um problema no morro. Com a manchete intitulada “Gentrificação no Vidigal pressiona preços dos imóveis”, o texto narra a história de um homem (não identificado) que percorreu o morro com ofertas de compra da casa de moradores – a matéria informa o valor de R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais) por uma habitação de 35 metros quadrados<sup>49</sup>.

O trabalho de Miranda e Fortunato (2016) traz a fala de um membro da Associação de Moradores da Vila do Vidigal sobre o processo de gentrificação e a supervalorização dos imóveis. A fala do morador evidencia o problema da expulsão ao exemplificar que imóveis que custavam cerca de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) em 2005, no ano de 2015 passaram a valer cerca de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). Em uma busca na internet<sup>50</sup> por compra de imóveis no Vidigal, descobrimos valores que variam entre R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) até R\$ 2.200.000,00<sup>51</sup> (dois milhões e duzentos mil reais). Assim, podemos estabelecer uma relação entre o aumento da segurança e a intensificação do fluxo turístico, e também a especulação imobiliária. Em contrapartida, a redução da segurança pública pode tender a enfraquecimento deste fluxo e desvalorizar as construções.

---

<sup>49</sup>Cerca de R\$ 4.000,00 o metro quadrado. O índice FipeZap, que acompanha o preço médio do metro quadrado do país, informou que a área mais valorizada do Rio de Janeiro é a do bairro Leblon. Em 2016, o valor do metro quadrado do bairro ficou por volta de R\$ 22.000,00.

<sup>50</sup>Os sites consultados foram OLX e ZAP imóveis.

<sup>51</sup>Esses valores também foram investigados em 2015 para compor meu Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Na ocasião, o valor de R\$ 7.300.000,00 (sete milhões e trezentos mil reais) foi encontrado no zapimóveis.

Finalmente, há uma consonância entre as falas do segundo e terceiro entrevistados (e um sentido implícito não apenas no discurso, mas na ação do primeiro entrevistado) no que tange ao aumento do fluxo turístico como consequência da UPP. As declarações: “O que mudou relativamente da UPP foi a segurança”, “e realmente o quadro modificou bastante né?”; “Então, esse quadro ter mudado, sem dúvida, ajudou para a propagação do turismo no Vidigal” reafirmam o papel da política pública de segurança no aumento de fluxo turístico e expansão das ofertas turísticas e não turísticas no morro.

A fala posterior do terceiro entrevistado esclarece que os efeitos da UPP se manifestaram apenas na segurança pública que por sua vez fortaleceram a atividade turística local. Ainda assim, outras questões de interesse dos moradores não foram trabalhadas de maneira eficiente com a instalação da UPP: “Mas infelizmente a mudança da UPP só se deu nesse sentido mesmo da segurança. Tudo mais, relacionado à saúde, a educação, enfim, a lazer no Vidigal, nada foi alterado, o saneamento básico, toda essa questão estrutural do estado, só, a única coisa que entrou no Vidigal foi a força, o poder da força da polícia.”

Apesar de não ser o objetivo do programa UPP instaurar infraestrutura básica, ampliar a rede de educação e de saúde, nota-se que houve em determinado momento a expectativa e posteriormente a frustração (marcada pela palavra “infelizmente”) do entrevistado pela ausência de melhorias para a comunidade local (“nada foi alterado”). De acordo com o site do Programa, o objetivo seria de “a retomada permanente de comunidades dominadas pelo tráfico, assim como a garantia da proximidade do Estado com a população.” Percebe-se, por conseguinte, uma dupla falha do objetivo da UPP, sendo em primeira instância a retomada permanente das comunidades e a tentativa de aproximação do estado (tratado como sujeito) com a comunidade.

Concluindo a análise da resposta do terceiro entrevistado temos a seguinte declaração: “eles estão fazendo o trabalho deles, a gente mantém o lado de cá. Mas é aquela história, é um olho no padre e outro na missa”. O advérbio de lugar “cá” indica uma clara separação entre a comunidade e os policiais da UPP, enquanto o dito popular “um olho no padre e outro na missa” demonstra uma relação de desconfiança. Percebe-se também que os policiais da UPP são tratados como um único sujeito (entidade) dando a todos eles uma característica de classe, onde cada indivíduo carrega em si todo

o significado que lhe foi atribuído (nesse caso, a partir da fala do entrevistado, todo e qualquer policial que trabalhe no morro deve ser “visto” com desconfiança).

Apesar da fala, como um todo, demonstrar certa apatia do entrevistado pelo programa e seus resultados, é necessário retroceder um pouco até a pergunta 3 (O que os turistas buscavam ou buscam no Vidigal?). Através dela, compreende-se não mais uma apatia, mas sim uma percepção negativa em relação ao fenômeno do turismo pelo terceiro entrevistado: “Então quando o turista vem pra cá, ele também traz um certo desconforto pra quem é morador [...] Tem festas e as festas acabam resultando, é.. é prejudicial a comunidade [...] Quem mora ao lado não dorme, não dorme nunca mais”

Ao analisar a fala é possível observar o uso de algumas palavras que indicam a percepção negativa tanto da UPP como do comportamento dos turistas/excursionistas. O substantivo “desconforto”, o adjetivo “prejudicial” e o advérbio “nunca mais” configuram um pessimismo do entrevistado em relação à atividade turística e é enfatizado pelo uso da figura de linguagem de hipérbole (nunca mais), que indica uma ideia exagerada da situação descrita.

Diante as falas dos entrevistados, constrói-se um quadro sinótico de causa, efeito, consequência e percepção sobre o discurso dos moradores. Apresenta-se como causa a ação executada de fato; efeito como algo racionalizado e esperado, sendo reflexo da ação; consequência como resultado esperado ou não, sendo influenciado pelo efeito; e percepção, como o entendimento individual de um ser sobre determinada consequência, podendo essa ser negativa ou positiva. O quadro 4 organiza as informações apresentadas no parágrafo acima:

Quadro 9-UPP, efeito, consequência e percepção

Entrevistado	Causa	Efeito	Consequência	Percepção
1	Implementação da UPP	Mudança da visão das pessoas de fora da comunidade	Crescimento da demanda turística	Positiva
2	Enfraquecimento da UPP	Aumento dos conflitos armados entre policiais e traficantes	Diminuição do fluxo turístico Diminuição da especulação imobiliária	Negativa
3	Implementação da UPP	Aumento da segurança pública	Crescimento da demanda e da oferta turística	Negativa
4	Implementação da UPP	“Omissão” do tráfico	Melhoria da oferta turística e não turística, aumento do fluxo	Positiva

			turístico	
--	--	--	-----------	--

Fonte: dados extraídos das entrevistas realizadas entre 06/09/2017 e 02/10/2017

Concluindo, é possível perceber, a partir da explanação acima, que uma mesma causa pode surtir percepções de efeitos e consequências diversas. Mais importante do que isso, a percepção do sujeito sobre uma mesma ação não se relaciona diretamente apenas com sua localização geográfica, mas com o papel que desempenha essa ação em determinado grupo, alterando assim o seu respectivo discurso. Como por exemplo, temos para o primeiro entrevistado a percepção positiva do aumento da demanda turística visto que ele possui um empreendimento diretamente ligado ao *trade* turístico. Já o terceiro entrevistado que não possui qualquer vínculo direto com as atividades turísticas evidencia em suas falas os aspectos negativos e contradições geradas pelo turismo.

## 2.2 O turismo pela perspectiva sistêmica: o SISTUR do Vidigal

Von Bertalanffy introduziu a Teoria Geral dos Sistemas (TGS) onde o objetivo era a separação de assuntos complexos em grupos menores para que as partes pudessem ser estudadas de maneira simplificada, podendo com isto, haver um entendimento holístico. Autores como Sessa (1985) e Beni (1998) exploraram e aplicaram a Teoria Geral do Sistema ao turismo, formando então um Sistema de Turismo. Para Beni (2007), o Sistema de Turismo deve ser compreendido como:

Um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio, ou conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo (BENI, 2008, p.23).

Para compor o sistema de turismo, Beni (2008) dividiu em três grandes conjuntos: o primeiro representa a dimensão do SISTUR, composto pelo conjunto de relações ambientais e seus quatro subsistemas: ecológico, social e econômico e cultural; o segundo está relacionado à estrutura do SISTUR, por meio do conjunto da Organização Estrutural que compreende os subsistemas de superestrutura e a infraestrutura. Por fim, temos a dinâmica do SISTUR, composto pelo conjunto das Ações Operacionais, dividido nos subsistemas de mercado (oferta e procura), produção, distribuição e consumo.

Beni (2008) ainda afirma que o sistema é composto por várias partes distintas que precisam interagir entre si de maneira, idealizadamente, perfeita para atingir a execução de determinado objetivo, ao funcionar de maneira “harmônica” acaba por aperfeiçoar o ambiente na qual está inserido, visto que sua soma não corresponde ao total real, mas a um resultado superior a soma das partes. O sistema de turismo é considerado um sistema aberto porque sofre intervenções e influência constante do meio externo. Esse ambiente externo é extremamente complexo, visto a quantidade de elementos que podem interferir de maneira positiva ou negativa no Sistema (BENI, 2008). Dessa maneira, qualquer destino turístico é altamente dependente de acontecimentos que estão diretamente relacionados à atividade, mas também aqueles que não estão, como é o caso de guerras civis, surtos epidemiológicos, desastres naturais etc.

A dimensão do SISTUR constitui-se a partir das relações de trocas entre o sistema e o ambiente como um todo, portanto aberto, fazendo com que a dependência se reforce e, embora não possa se expandir infinitamente, o sistema pode se sustentar indefinidamente. No subsistema ecológico, por exemplo, observa-se que não há capacidade regeneradora infinita. Para Beni:

O que se constata é que as forças regeneradoras ou conservadoras da qualidade do subsistema, ou atrativos turísticos naturais, ou, mais recentemente, ecológicos, são inibidas pela ação de forças mais potentes emitidas por outros subsistemas. A natureza dessas forças é variável e obedece a um objetivo claro: a manutenção de certos interesses econômicos em detrimento dos ecológicos, esquecendo-se que ambos trazem o prefixo *eco*, e que cuidar do econômico não implica necessariamente proteger o ecológico; no entanto, cuidar deste significa beneficiar aquele a médio e longo prazos (BENI, 2008, p.54).

O ambiente é de grande relevância na atividade turística. Segundo o portal do Ministério do Turismo (MTUR, 2015) a segmentação turística predominante no estado do Rio de Janeiro é o de lazer, em função do sol e praia, evidenciando a importância do patrimônio natural na constituição de um atrativo e posteriormente produto turístico. No caso do Vidigal, consideramos como atrativos e produtos turísticos os seguintes elementos: Sitiê, Trilha Dois Irmãos e Prainha.

O Parque Ecológico Sitiê, criado há cerca de doze anos pelos próprios moradores (três moradores: Mauro Quintanilha, Manoel Silvestre e o chefe dos garis do Vidigal Paulo de Almeida) em uma área abandonada na parte mediana do morro, fruto da iniciativa de aterrar a área criando ali uma área de lazer, educação ambiental e

visitação. Após a revitalização do local, eles passaram a transformá-lo em uma espécie de jardim onde realizaram a plantação de mudas da Mata Atlântica, doadas pelo Jardim Botânico, criando assim uma espécie de Parque Ecológico, batizado como Sitiê como apontado por Manoel Silvestre

O lixo serviu de material para a construção do artesanato no local e para a própria infraestrutura do parque. O nome foi uma junção da palavra sítio com o pássaro Tiê, que existe aqui e estava em extinção. Hoje, o parque recebe cerca de 15 a 20 turistas por semana. E as pessoas da comunidade costumam vir para ler, tirar fotos, ouvir música (EBC, 2012):

Outro atrativo do destino, ainda dentro do subsistema ecológico, consiste na trilha ao Morro Dois Irmãos. O morro é considerado cartão postal do Rio de Janeiro e a realização da trilha é fortemente indicada pelos moradores, empreendedores locais e guias de turismo. Além da caminhada por conta própria, os turistas podem contratar o guiamento através do *site* [trilhadoisirmaos.com.br](http://trilhadoisirmaos.com.br) e cobrava o valor único de R\$ 59,00 (cinquenta e nove reais, em dezembro de 2015). Além do guiamento da trilha, segundo informações do *site*, a contratação do serviço de guia ainda oferece um guiamento pela favela, também conhecido como favela tour.

Outro estabelecimento que realiza as trilhas no Vidigal é a Rio *Cultural Secrets*. Segundo a própria página, a empresa foi fundada em 2012 e tem como missão: “Fazer um turismo igual como quando recebemos um amigo em nossa cidade. Através de um serviço exclusivo, com guias profissionais e transporte privativo, queremos que sua estadia no Rio de Janeiro seja a melhor possível” (RIO CULTURAL SECRETS, 2015). Com a opção de escolha de dois guias distintos, a organização é listada no *Tripadvisor* com certificado de excelência<sup>52</sup>.

Já a empresa CruxEco realiza tours pelo Vidigal pelos valores de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) ou R\$ 240,00 (duzentos e quarenta reais) por pessoa. De acordo com informações do *site*<sup>53</sup> da empresa, o passeio tem duração de 2 horas e meia e é garantido seguro e guiamento com um profissional credenciado, além do transporte (no caso da opção de R\$ 240,00). Outra empresa que trabalha com o guiamento dentro do Vidigal é a *GetyourGuide*. (trataremos melhor dela no capítulo 3).

É importante destacarmos que até 2013, o passeio à trilha Dois Irmãos era realizado exclusivamente por uma única guia moradora do morro, por deter o

---

<sup>52</sup>Em 10/12/15, das 147 avaliações, 13 foram consideradas muito boas e 144 excelentes.

<sup>53</sup> <http://www.cruxeco.com.br>

conhecimento e quase todas as indicações da área, atualmente o guiamento da visita acontece com outros moradores, segundo informações coletadas em entrevista, e pelas empresas citadas. Segundo Moraes (2014), no início de 2014 a Associação de Moradores do Vidigal executou um projeto de sinalização na trilha dos dois irmãos por conta do aumento do fluxo de visitantes, entretanto, atualmente essa sinalização não é mais vista (2017).

Ainda no que tange aos atrativos naturais do Morro, além do Sitiê, no entorno do Vidigal existe o Parque Natural Municipal Penhasco Dois Irmãos, localizado no Leblon, que foi criado em 1992 e com a implementação, em 2011, de painéis de captação de energia solar, tornou-se autossuficiente. O parque possui quatro mirantes, brinquedos, quadras esportivas e uma trilha com cerca 1,5 km de extensão. Com entrada gratuita, o Parque funciona de terça à domingo das 8 até 17 horas (RIOGUIAOFICIAL, 2015).

O último atrativo é a prainha do Vidigal. Como mencionado no primeiro capítulo, a praia já foi objeto de disputas políticas entre os moradores da favela e os investidores do hotel Sheraton que tentaram privatizar a praia, limitando o acesso apenas aos seus hóspedes. Após 2015, com a demolição de um casarão pelo poder público municipal, a praia passou a receber um maior fluxo de turistas (de acordo com informações coletadas em campo). Esses turistas, entretanto, não são advindos do Sheraton. Apesar de o hotel possuir um acesso exclusivo para a praia, poucos são os turistas que deixam as acomodações para utilizá-la. Em alta temporada, (entre dezembro e março) há uma intensificação do uso da praia por turistas e moradores do Vidigal e da comercialização de alimentos e bebidas. Quanto ao uso, relembra-se que a Prainha é bastante utilizada para esportes radicais como *Bodyboard*, *Surf* e *Water Slackline*.

Acreditamos que a paisagem do Rio de Janeiro, por ser patrimônio também pode ser pensada como atrativo turístico, sendo o resultado de uma mistura de elementos naturais e culturais (intervenção antrópica). Seguindo esse raciocínio, consideramos a paisagem como elemento tanto do subsistema natural, como também do cultural. Para além dos elementos do subsistema natural, a própria disposição física (como as habitações e as construções em geral) e as relações sociais que se estabelecem no local devem ser consideradas como elementos culturais do morro.

Ao falar de aspecto cultural devemos citar como órgãos responsáveis pela proteção e manutenção do patrimônio cultural: o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e na esfera estadual, o Instituto Estadual do Patrimônio

Cultural (INEPAC). Em 2012, após o processo de pedido do IPHAN ser aprovado, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) reconheceu a paisagem do Rio de Janeiro como Patrimônio Mundial, sendo delimitada uma área que engloba Copacabana, áreas do oeste de Niterói, Corcovado, Pão de Açúcar, Floresta da Tijuca, Aterro do Flamengo entre outros.

A entrada da UPP no Vidigal também promoveu alterações culturais, sobretudo no que diz respeito a realização de bailes funks. A partir de 2012, as festas de música “proibidona” foram vetadas pela Unidade de Polícia Pacificadora e festas ou eventos realizados pelos moradores (sem caráter mercantil) deveriam contar com autorização prévia. Os bailes funks eram entretenimento dos próprios moradores, mas uma nova prática emergiu: a realização de festas e eventos nos empreendimentos que têm o turista como público alvo. O primeiro local a realizar essas festas foi o albergue Alto Vidigal, mas com a exposição desses eventos na mídia e a expansão das ofertas turísticas, novos locais de festas “pra gringo” foram surgindo. Entre esses novos empreendimentos, podemos mencionar o Bar da Laje, o hotel Mirante do Arvrão e a Laje do Neguinho. Uma reportagem do Estadão (30/08/2014) trouxe a seguinte manchete “O Vidigal que trocou crimes por festas *cool*” seguida do subtítulo “UPP se firma e também consolida alto do morro como point de jovens e famosos”. A reportagem em questão trata do Bar da Laje e do Mirante do Arvrão como “*points badalados*” que promovem eventos diversos e famosos marcam presença. Foi também no ano de 2014 que a gravação da novela da Rede Globo de Televisão evidenciou as festas do alto do morro como parte da sua dramaturgia. Na novela em questão, uma das protagonistas da trama (interpretada pela atriz Bruna Marquezine) frequentava as festas que ocorriam no alto do morro. Além dessas, outras festas são realizadas no Vidigal, como por exemplo, a festa da preta que acontece na quadra esportiva, próxima ao acesso para a trilha dos dois irmãos. Bem como, outros muitos estabelecimentos oferecem atrações musicais ao vivo, como forró, jazz e outros estilos musicais. O Vidigal ainda possui a sua própria escola de samba, a Acadêmicos do Vidigal que desfila em Vila Valqueire.

Outro aspecto cultural deve ser inserido nesse subsistema da dimensão do Sistur. Tanto nas conversas informais, entrevistas e leituras sobre o Vidigal, o grupo Nós do Morro é um elemento recorrente. Fundado em 1986, tinha como objetivo criar acesso à arte e a cultura para crianças, jovens e adultos no morro do Vidigal. Após 30 anos de

criação, atualmente trabalha com formação na área teatral (técnicos, atores) e cinema (técnicos, roteiristas e diretores), aceitando desde as crianças aos adultos, sejam elas moradores do Vidigal ou não. Atualmente, o grupo conta com patrocínios e parcerias público-privadas. Entre os patrocinadores estão empresas como Petrobrás, além do Governo Federal (NÓS DO MORRO, 2017). Como já mencionado anteriormente, a partir das observações é possível concluir que o grupo não se constitua como um atrativo turístico, e apesar de não contribuir diretamente à atividade turística, o Nós do Morro evidencia a favela ao estar constantemente sendo noticiado nos canais da mídia. O grupo reforça uma identidade do Vidigal ao estar associado ao morro

Para finalizar o aspecto cultural, podemos citar a gastronomia local, principalmente as feijoadas na laje, especificamente a feijoada da Tia Léia, que é reconhecida como celebridade local e já teve aparição em diversos canais televisivos, entretanto, para provar a iguaria da moradora, os interessados devem fazer um agendamento prévio com a cozinheira (que inclusive tem um canal gastronômico no *youtube*).

Os elementos de cultura de um determinado grupo da sociedade são resultados da ação de grupos que constroem significados, memórias e formulam a história através dessas manifestações culturais. Beni explica que a definição de espaço cultural “é aquela parte da superfície terrestre que teve sua fisionomia e ‘aura’ originais mudadas pela ação do homem. É consequência da intervenção do trabalho físico e mental do homem no espaço natural” (BENI, 1997, p.88). No Vidigal, a maior parte desses elementos é apropriada ou ressignificada pela atividade turística, resultando em produtos em produtos turísticos (com exceção do Nós do Morro).

Quanto ao subsistema econômico, deve-se destacar o homem e a sua capacidade de trabalho, produção, distribuição e consumo. Dessa maneira, o homem, como agente, não se apresenta apenas com característica social, mas também econômica, que com sua atuação influencia o subsistema ecológico e altera as dinâmicas culturais de determinado grupo na qual está inserido – mesmo que por curto período de tempo, que pode ser o caso do turista (BENI, 2008).

Quando falamos da prática da atividade turística, falamos de maneira intrínseca de economia, mesmo que em seu planejamento e desenvolvimento haja a preocupação com a sustentabilidade. Desvincular a esfera econômica do turismo é impossível, visto que o capitalismo é global (BENI, 2008). Ademais, a produção do turismo além de ser

contínua, se apropria de outros dois subsistemas (ecológico e natural) para gerar produtos para consumo.

Quanto à comercialização dos atrativos culturais e ecológicos no Vidigal, não é difícil concluir que o subsistema social passa por mudanças constantes ditadas por esse dinamismo. Essas mudanças ocorrem, basicamente, devido à heterogeneidade da procura (que se renova em um processo contínuo) de produtos culturais ou ecológicos. A busca de hospedagem mais barata, por exemplo, pode ter influenciado a expansão de albergues, que no Vidigal, em sua grande maioria é empreendimentos familiares. Entretanto, não apenas os empreendedores locais tem contribuição nas mudanças sociais. Grandes investimentos de capital externo, inclusive internacional, promovem alterações na estrutura social do morro, quando, por exemplo, tentam privatizar a praia do Vidigal ou promovem o encarecimento de custo de vida.

Passando à estrutura do Sistor, há infraestrutura e superestrutura. Compreende-se como superestrutura não apenas o modo no qual o turismo é gerido e administrado – através da execução de políticas públicas–, mas também por quem essas ações são decididas. Órgãos ou instituições com metas de fomentar ações específicas são criadas ou estruturadas para desenvolver as atividades turísticas. Na esfera pública, por exemplo, secretarias, ministérios e outras entidades voltadas diretamente para o turismo desempenham esse papel, enquanto que na esfera privada, temos organizações empresariais e as não lucrativas que podem desenvolver o turismo (OSC), além da atuação de grupos da sociedade civil.

A organização da superestrutura não é estabelecida de maneira homogênea. Tanto agentes do poder público, as OSC's, quanto organizações empresariais e grupos da sociedade civil podem influenciar na implementação de ações a um determinado destino. No caso Vidigal, a atuação do poder público por meio da UPP influenciou na tomada de decisão de agentes econômicos externos a investirem no local. Alguns empreendimentos como o Alto Vidigal foram empreendidos por pessoas de fora do país, e outros como o Bar da Laje e o Mirante do Arvrão por investidores de fora do morro, porém brasileiros. Contudo, informações colhidas por meio de conversas com moradores, apontam que os empreendimentos contavam com investimento de traficantes da ADA - sob a aprovação do ex-chefe do tráfico nos territórios da Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu, Antônio Francisco Bonfim Lopes (Nem). Afirmamos então

que para além dos setores formais, outros grupos (como o caso do tráfico) constituem a superestrutura local

As deliberações e decisões dos agentes que constituem a superestrutura determinam a instauração e o funcionamento da infraestrutura local. Beni acredita que quanto maior a comunicação entre os órgãos de atuação do turismo, melhor e mais rápida a implantação dessa infraestrutura:

A característica fundamental da infra-estrutura geral é que os investimentos serve ao setor de Turismo incidentalmente, ao mesmo tempo em que todos os demais setores: indústria, comércio, agricultura, áreas residenciais e outros. A infra-estrutura geral consiste na rede viária e de transportes, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água, de captação de esgotos e outros, sem os quais nenhuma classe de consumidor disporia de serviços públicos básicos. (BENI, 2008, p. 144)

Quanto à infraestrutura, pode-se apontar a atuação pública e a privada. Quanto a atuação privada, o acesso ao Vidigal ocorre por meio de Kombis, vans e ônibus, além do uso de outros transporte privados como táxis e Uber. As opções de transporte interno no Vidigal são as de kombis e moto-táxis<sup>54</sup>, ambos cobram o valor de R\$3,00 pela viagem de subida e R\$ 2,50 pela descida (dezembro/2017). Tanto os mototáxis, quanto as kombis possuem pontos na Praça do Vidigal. Já para realizar a descida do morro, é preciso que o usuário aguarde a passagem de um dos meios de transporte, lembrando que o acesso se dá exclusivamente pela Avenida Niemeyer.

Ainda sobre infraestrutura, há apenas um supermercado no Vidigal e outros mercados pequenos que atendem a população (Vidigal 100segredos). O caminhão das Centrais Estaduais de Abastecimento (Ceasa) ia até a comunidade para que os moradores pudessem comprar frutas e legumes, porém o difícil acesso e o crescimento da quantidade de automóveis tornaram-se obstáculos à continuidade ao programa de abastecimento público.

A comunidade conta com o serviço postal dos Correios que entrega as cartas na AMVV, e a partir da Associação, um carteiro comunitário faz a entrega em cada casa. Além disso, empresas de telefonia e internet oferecem seus serviços à população.

Segundo o primeiro secretário da Associação dos Moradores da Vila do Vidigal (AMVV), Moisés Alves<sup>55</sup>, e o responsável pelo departamento social e cultural da

---

<sup>54</sup> Não há um número definido de quantos atuam na região.

<sup>55</sup>Entrevista concedida em setembro/2013

Associação, André Gosi<sup>56</sup>, o abastecimento de água no Morro ocorre através de 3 bombas da Companhia Estadual de Águas e Esgoto (CEDAE) que realizam a distribuição pelo morro. Em decorrência do crescimento desordenado, há muitas casas com problemas de abastecimento, principalmente pela existência de muitos canos estourados, que somados à falta de manutenção acarretam grande desperdício de água na localidade, além da falta de boias nas caixas d'água dos moradores locais. Desta forma o abastecimento de água é deficitário

Entre 1995 e 1996 o projeto Favela Bairro, idealizado pelo então Governador Cesar Maia, efetuou obras de esgoto, mas com o crescimento da comunidade, muitos moradores ficaram com ligações clandestinas, o que acarreta em vários problemas no escoamento e tratamento do mesmo. O Estado não atua efetivamente com obras para melhorar a infraestrutura básica, contribuindo assim com um crescimento local desordenado.

A limpeza da comunidade do Vidigal é feita pela Companhia Municipal De Limpeza Urbana (COMLURB) que realiza a coleta as segundas, quartas e sextas-feiras, entretanto, esporadicamente a coleta não acontece. Um caminhão maior da Comlurb realiza a retirada do lixo na parte mais baixa do morro e dois caminhões menores sobem na parte mais alta do morro e no entorno para o recolhimento do lixo restante. A coleta de lixo gera um efeito colateral que é o engarrafamento dentro do morro, visto que a Avenida João Goulart tem largura para apenas um veículo grande passar. Apesar de a coleta ser quase regular, existem pontos onde é possível avistar acúmulo de lixo, como o contêiner da UPP próximo ao Arvrão ou em áreas de moradia, como 14 e Pedrinha. No primeiro caso, acredita-se que o acúmulo de lixo ocorre graças a dificuldade dos veículos chegarem as partes mais alta do morro, enquanto na segunda, ocorre pelo grande número de vielas e becos que impossibilita a entrada de veículos, precisando necessariamente de garis andando pelos locais. O lixo e alguns pontos de esgoto a céu aberto evidenciam problemas de infraestrutura, inclusive se revertendo em problema estético, aspectos negativos tanto para os moradores quanto para potencial visitante do local (uma vez que a pobreza e condições precárias não aparentam ser a principal motivação daqueles que visitam o lugar).

Segundo Alves e Gosi, em uma entrevista realizada em setembro de 2013, no início do mandato do prefeito Eduardo Paes (2012-2016), o Vidigal não estava incluso

---

<sup>56</sup>Entrevista concedida em setembro/2013

no planejamento de limpeza da cidade do Rio de Janeiro e após reivindicações da AMVV o projeto dos garis comunitários foi posto em prática para que, além da Comlurb, os mesmos ajudassem na coleta, principalmente em vielas e becos que são de difícil acesso aos veículos.

Quanto à iluminação, foram implantados, no morro do Vidigal, os programas “Banho de luz” e “Vamos iluminar” (UPP, 2013). O primeiro reformou a iluminação pública, trocou os equipamentos antigos por novos e mais eficientes, e também implantou pontos de luz em locais não iluminados anteriormente. De acordo com o site Rio+Social, foram modernizados 523 pontos de luz e implementado 389 novos pontos. O segundo programa, através de equipes da Companhia Municipal de Energia e Iluminação (Rio Luz), faz regularmente a manutenção das lâmpadas. De acordo com o documento da prefeitura do Rio de Janeiro, Panorama dos territórios, produzido pelo Instituto Pereira Passos; das 3.234 residências no bairro, apenas 2 não contavam com fornecimento de energia elétrica, 61 com energia de outras fontes (eólica, solar) e 3.071 domicílios com energia da distribuidora LIGHT<sup>57</sup>.

No que tange à regulação do solo, o Vidigal foi reconhecido em 1998 como de Área de Especial Interesse Social (AEIS) (IPP, 2015). Criado em 1990 pelo município do Rio de Janeiro e mais tardiamente em 1992 regulado pelo Plano Diretor, as AEIS's tem como um dos objetivos a legalização, através de um tratamento diferenciado de determinada área e a inclusão da mesma como parte da cidade (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2015). Além do Vidigal, outras localidades estão incluídas como Área especial, tais como: Rocinha, Alemão, Chácara do Céu e outras. Além disso, em 2011 foi promulgado um decreto de ocupação no solo do Vidigal. Entre os artigos do decreto estão:

Art. 4º Fica vedado iniciar a construção de novas edificações, exceto as de iniciativa e responsabilidade do poder público destinadas ao reassentamento de população situada em áreas de risco, de preservação ambiental e em áreas objeto de projeto de urbanização da comunidade, que poderão ser licenciados observando os Decretos específicos.

Parágrafo único. Serão permitidas reconstruções, modificações, reformas e acréscimos de pavimento nas edificações existentes, comprovadamente para melhoria das condições de higiene, segurança e habitabilidade, desde que:

I - seja comprovada sua existência na data da publicação da Lei nº 2.704 de 08 de dezembro de 1998, que declarou a área como de especial interesse social;

II - atenda ao gabarito máximo permitido para a área definido no Anexo II do presente Decreto.

---

<sup>57</sup>Os dados se referem ao censo de 2010

III - não se constituam em novas unidades habitacionais. (NORMAS BRASIL, 2015)

E ainda:

**Art. 7º** As edificações deverão apresentar condições suficientes de higiene, segurança e habitabilidade, e respeitar o alinhamento definido pelo Anexo I deste Decreto

**Art. 9º** A autorização de obras e o habite-se das edificações serão concedidos mediante solicitação em formulário específico, constante do Anexo III deste Decreto. (NORMAS BRASIL, 2015)

Apesar da regulamentação realizada pelo poder público houve, desde então, inúmeras novas construções no Vidigal. Damos ênfase as de grande porte, como o caso do Hotel Mirante do Arvrão. Já a Laje do Neguinho e o Bar da Laje eram construções existentes que sofreram reformas e expansão para atender aos visitantes do morro.

A superestrutura e as infraestruturas (básicas e turísticas) são de grande importância para a estruturação da atividade. Em primeiro lugar, a infraestrutura básica estabelece condições mínimas de sobrevivência para população, sua ausência cria ambientes de extrema vulnerabilidade que compromete a qualidade de vida local e pode inibir fluxos turísticos ou acelerar o tempo de vida de um destino turístico. Já a infraestrutura turística (mirantes, centros de informações) ajuda na estruturação da atividade e se tornam atrativos ou facilidades para aqueles que visitam o local, podendo contribuir para uma percepção positiva.

Devemos lembrar, no entanto, que as duas infraestruturas são estabelecidas por meio de ações do grupo – ou grupos – que compõem a superestrutura local e que em determinadas situações esses grupos possuem vontades e objetivos antagônicos que podem resultar em conflitos locais (a gentrificação, por exemplo).

Por fim, apresentamos a dinâmica do SISTUR. Esse subsistema representa os processos contidos no mercado, onde temos agentes e ações relacionadas à demanda, à oferta, à produção, à distribuição e ao consumo turístico (BENI, 2008). Para o autor, “demanda é a quantidade de um bem ou serviço que os consumidores desejam e podem comprar a um dado preço e em um dado tempo” (BENI, 2008, p.164). Os subsistemas da demanda turística e consumo serão estudados separadamente no capítulo 3 desse trabalho, visto que compreender o comportamento daqueles que visitam um local é imprescindível para entender como esse sujeito se relaciona e impacta o território, sendo

esse o objetivo principal do próximo capítulo. Apresentamos nos parágrafos abaixo a análise dos subsistemas da oferta, produção, distribuição e mercado.

Oferta pode ser compreendida como a quantidade de um bem ou serviço que chega ao mercado por um dado preço em um dado período de tempo. Podemos dividi-la em dois grupos distintos: as estritamente turísticas, como meios de hospedagem, agências de receptivo e emissivo, e guias de turismo; e as de apoio a atividade turística, como farmácias, caixas eletrônicos, supermercados etc. Um levantamento sobre os meios de hospedagem do Vidigal foi realizado, utilizando como fontes de investigação o Vidigal 100 segredos, sites que trabalham com a atividade turística e a busca por páginas no *Facebook*. O quadro abaixo apresenta os estabelecimentos encontrados:

Quadro 10-Meios de hospedagem do Vidigal

MEIOS DE HOSPEDAGEM				
1.	Vidigal 100 segredos 2017	Booking	Facebook	Decolar
2.	Vidigalhouse	Vidigalhouse	VidigalHouse	Vidigalhouse
3.	Vidigal Hostel Bar		Vidigal Hostel Bar	Vidigal Hostel Bar
4.	Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal	Varandas do Vidigal
5.	Alto Vidigal		Alto Vidigal	
6.	Hostelzinho Vidigal	Hostelzinho Vidigal	Hostelzinho Vidigal	
7.	Hostel Meu Cantinho	Hostel Meu Cantinho		
8.	Hill Hostel	Hill Hostel	Hill Hostel	
9.	Mirante do Arvrão	Mirante do Arvrão	Mirante do Arvrão	
10.	Hostel Vista do Mar	Hostel Vista do Mar	Hostel Vista do Mar	
11.	Hostel Bella Mar e Sol		Hostell Bella Mar & Sol	
12.	Tamu Junto		Tamu Junto Hostel	
13.	Natural do Rio Guest House	Natural do Rio Guest House		
14.	Hotel Shalimar	Hotel Shalimar		
15.	Estalagem Motel	Estalagem Motel		
16.	Favela Vidigal Guest House	Favela Vidigal Guest House		
17.	Favela Maison			
18.	Rojan VDG			

19.	O Jazz & O Samba Café e Piano Bar			
20.	Rio Sport Hostel			
21.	Nosso Hotel			
22.	Ocean Inn			
23.	Kasa dos Micos			
24.	Hostel Porto			
25.		Laje do Neguinho	Laje do Neguinho	
26.		Favela Experience	Favela Experience	
27.		Jean Pierre Hostel	Jean Pierre Hostel	
28.		Mar do Rio Hostel	Mar do Rio Hostel	
29.		Elitur Cama e Café		
30.		Vidigal Sea View Apartment		
31.		Casa do Mar		
32.		Hostel Dona Pompa		
33.		Hostel Sol e Mar		
34.		Duplex Mar (apartamento)		
35.		Apartamento Temporada (apartamento)		
36.			Vidigal Muvuca Hostel	
37.			Fenix Vidigal Hostel	
38.			FAVEX Social Impacts Hostel	
39.			Aloha Club Hostel	
40.			Pequeno's Hostel Vidigal	
41.			Hostel Vidigal Rio x Sul	
42.			Hostel Dois Irmãos	
	TOTAL 24	TOTAL 22	TOTAL 22	TOTAL 3

Fonte: Elaboração Própria através de dados coletados a partir do mapa Vidigal100 Segredos, e dos *websites* das empresas Booking, Facebook e Decolar.

A soma dos diferentes meios de hospedagens apresentados totalizam 42, sendo estes, em sua maioria albergues. Entretanto, no site da empresa *Airbnb* é possível

encontrar 236<sup>58</sup> propriedades para locação. A partir da quantidade de meios de hospedagem, novas informações foram agregadas, tais como a Unidades Habitacionais (UH's) que consistem na quantidade quartos do empreendimento e a quantidade de leitos de cada Unidade Habitacional, a taxa de ocupação média em porcentagem, e o ano de inauguração do meio de hospedagem. A quantidade de leitos e a ocupação média ajudam a entender a quantidade de turistas que podem pernoitar no local, bem como a intensidade de fluxo desse pernoite. Já o ano de inauguração nos ajuda a compreender sobre a percepção daqueles que se inseriram no mercado como empreendedores.

Quadro 3-Dados sobre os meios de hospedagem do Vidigal

Meios de Hospedagem	Unidades Habitacionais	Leitos	Ocupação média	Ano de inauguração
Mar do Rio Hostel	3	18	Dado não informado	2013
Varandas do Vidigal Hostel e Lounge	9	50	30%	2015
Laje do Neguinho	14	60	30%	2016
Natural do Rio Guesthouse	2	12	7%	2015
Hostel Sol e Mar	7	30	17%	2015
Hostelzinho	3	16	50%	2014
Favela Experience	10	25	40%	2014
Vidigal Hostel Bar	4	22	50%	2017
Hill Hostel	3	16	Em baixa temporada dado não informado. Em alta temporada 100%	2016

Fonte: dados extraídos em entrevistas realizadas entre outubro/2017 e dezembro/2017

Além das consultas, também foi realizada uma busca no Sistema de Cadastrado de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, o Cadastur. Regulado pelas Leis nº 11.771/08 e nº 8.623/93, o cadastro tem como objetivo o ordenamento e organização dos empreendimentos que trabalham com a atividade turística diretamente ou indiretamente. Sendo executado pelo Ministério do Turismo em todo território nacional, o cadastramento – que é gratuito- pode oferecer, de acordo com o portal do Cadastur, algumas vantagens aos cadastrados, estando entre elas o incentivo a participação de alguns programas e projetos do governo federal, apoio em eventos, feiras e ações do ministério do turismo; visibilidade do site do Cadastur e do Programa

<sup>58</sup>Informação coletada em 01/12/2017 na página eletrônica [www.airbnb.com.br](http://www.airbnb.com.br)

Viaje Legal entre outros (Cadastur.turismo.gov.br). O cadastramento é obrigatório para as seguintes atividades:

- Agências de turismo
- Meios de hospedagem (incluindo albergues)
- Guias de turismo
- Transportadoras turísticas
- Acampamentos turísticos
- Organizadora de eventos
- Parques temáticos

E opcional para os subsequentes:

- Estabelecimentos de alimentos e bebidas (restaurantes, lanchonetes)
- Centros ou locais para realização de eventos
- Parques aquáticos
- Empreendimentos de entretenimento e lazer
- Marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico
- Empreendimentos de apoio a pesca desportiva
- Casa de espetáculos, shows e de animação turística
- Prestadora de serviços de infraestrutura de apoio a eventos
- Locadoras de veículos para turistas
- Prestadores especializados em segmentos turísticos

O quadro abaixo informa a quantidade de cadastros obrigatórios<sup>59</sup> realizados no CADASTUR por pessoas físicas ou jurídicas no Vidigal:

Quadro 12-Estabelecimentos do Vidigal cadastrados no CADASTUR

CADASTUR OBRIGATÓRIO	
Tipologia	Número de cadastros
Agências de Turismo	3
Meios de Hospedagem	1
Guias de Turismo	16
Transportadora Turística	0
Acampamento Turístico	0
Organizadora de Eventos	0
Parque Temático	0

Fonte: MTur, CADASTUR, dez/ 2017

<sup>59</sup>Os cadastros não obrigatórios também foram verificados, todos eles obtiveram zero resultado.

A escassez de cadastros no CADASTUR não pode ser considerada apenas como um dado aleatório. A não realização dos cadastros – obrigatórios e opcionais – pode e dificulta a elaboração e aplicação de políticas públicas para uma localidade. Por exemplo, há uma categorização dos municípios de Regiões Turísticas em todo território nacional, o chamado Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo e serve para identificar o desempenho econômico da atividade turística nos municípios no mapa contido. De acordo com o MTUR, a categorização tem as seguintes finalidades:

1. Otimizar a distribuição de recursos públicos;
2. Orientar a elaboração de políticas específicas para cada categoria de municípios;
3. Aperfeiçoar a gestão pública, na medida em que fornece aos gestores do Ministério e dos Estados mais um instrumento para subsidiar a tomada de decisão;
4. Auxiliar na atualização do Mapa do Turismo Brasileiro, que é feita periodicamente;
5. Auxiliar na reflexão sobre o papel de cada município no processo de desenvolvimento turístico regional.

A metodologia utilizada para classificar os municípios - em A, B,C,D e E, sendo A municípios mais estruturados turisticamente, com fluxo turístico intenso e geração de emprego e renda e E aqueles com fluxo turístico inexpressivo – é por meio de quatro variáveis objetivas, que são:

- - Número de ocupações formais no setor de hospedagem (fonte: Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego).
- - Número de estabelecimentos formais no setor de hospedagem (fonte: RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego).
- - Estimativa do fluxo turístico doméstico (Estudo da Demanda Doméstica (fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/MTur).
- - Estimativa do fluxo turístico internacional (Estudo da Demanda Internacional – (fonte: FIPE/MTur).

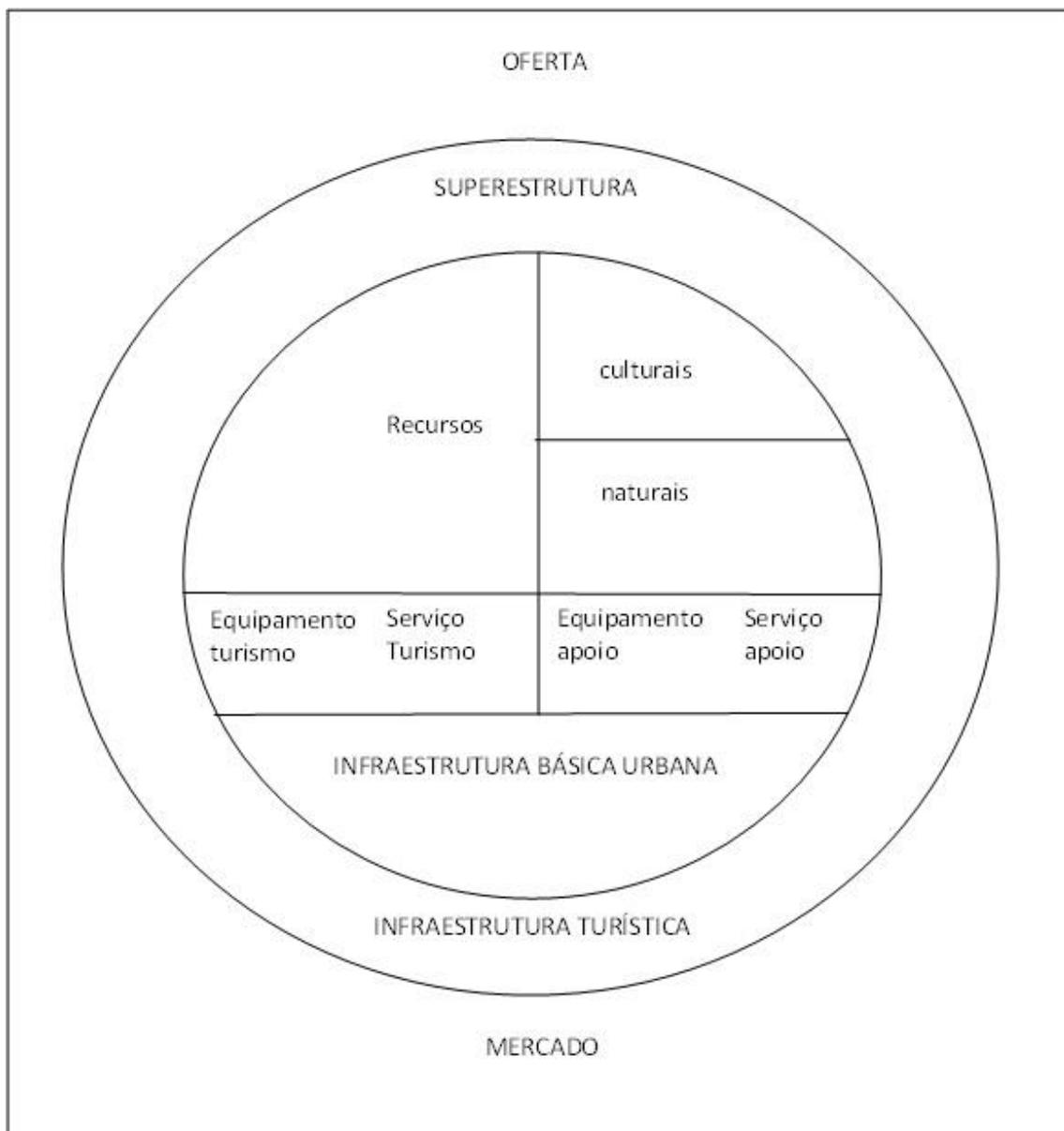
Especificamente no caso do Mapa do Turismo Brasileiro, a falta de cadastramento dos meios de hospedagem pode influenciar na falta ou redução de ações, como planos e projetos, direcionados ao Vidigal. Um exemplo disto foi o Canal Braços Abertos, um projeto de capacitação *online* do MTur que teve público alvo os trabalhadores dos quiosques da orla de Copacabana, Ipanema, Leblon e Barra da Tijuca, além dos albergues do Centro e Zona Sul, mas sem contemplar nenhuma favela. O Braços Abertos foi um curso desenvolvido pelo Ministério do Turismo com carga

horária total de 80 horas e que trabalhava módulos diversos como inglês, fotografia, higiene pessoal, higienização de alimentos, atendimento ao público etc.

Como tutor participante do projeto, insisti para que pelo menos algumas favelas fossem incluídas no projeto, já que não apenas eu, mas outros colegas de trabalho já tinham visitado ou realizado trabalhos em algumas (Santa Marta e Vidigal por exemplo), e sabia da existência das atividades turísticas. Ao fim, apenas o Vidigal foi contemplado e 12 albergues foram visitados por mim para a divulgação do curso por meio da tentativa de sensibilizar os funcionários a realizarem a inscrição no portal disponível pelo MTUR (as inscrições tinham tempo limitado para ocorrerem).

A produção de bens e serviços é uma etapa importante para que a atividade turística se estabeleça, e se tratando de uma atividade inserida no contexto do modo de produção capitalista, o produto turístico é idealizado com o intuito de ser vendido. Analisando a partir do olhar sistêmico, esse caráter produtivo é controlado por aqueles agentes que constituem a superestrutura, através das organizações públicas e privadas. A decisão de implementação de infraestrutura em um destino, por exemplo, impacta de maneira direta na produção de produtos turísticos. Isso porque, a partir destas ações, criam-se facilidades para aqueles que desejam visitar um local, resultando assim na atividade turística. Os atrativos e ofertas constituem somente alguns dos elementos que precisam estar presentes, pois para se desenvolver de maneira mais eficiente, é ainda necessário a ação de agentes e a implementação de elementos, como o caso da infraestrutura geral e de apoio, tais como uma rede hospitalar ou de entretenimento. Barreto (1999) ilustra a complexidade da atividade turística através da figura abaixo:

Figura 11-Complexidade da atividade turística



Fonte: Barreto, 1999, p. 41

O processo de produção turística está também atrelado à distribuição. Isso porque no turismo não existe estocagem de produto. A produção, a distribuição e o consumo precisam ocorrer de forma imediata na perspectiva dos produtores; um exemplo disto é um quarto que não foi reservado e consumido significa perda para o empreendimento. A distribuição de um produto qualquer é a forma ou as formas que serão levados até o consumidor. Nesse subsistema temos a seleção dos intermediários, estimulação das vendas, venda, relatório de vendas, análise e controle das vendas (BENI, 2008). Segundo o autor:

Na comercialização do produto turístico, a definição do processo de distribuição constitui uma estratégia de *marketing* e, por isso mesmo, é necessário ater-se a uma análise já que se conhecem as características do produto turístico, a partir das quais a função de distribuição e venda diferencia-se também de outros produtos, embora haja pontos comuns. Após o estabelecimento dos produtos ou serviços turísticos a serem ofertados, seus preços e técnicas de comunicação empregadas, deve-se definir o processo de distribuição, que consiste em assegurar o melhor escoamento possível do produto. (BENI, 2008, p.201)

No Vidigal, a UPP é, certamente, um elemento importante para explicar a expansão das atividades turísticas, mas não é a única força responsável, já que outras ações do poder público e também a mídia exerceram – e exercem papel fundamental – para construir e destruir destinos turísticos, além da intervenção do mercado. Retomaremos a importância do papel da mídia no capítulo 3.

Em 2014, o SEBRAE lançou o Guia de Bolso das Favelas do Rio de Janeiro. A publicação foi realizada em parceria com a prefeitura do Rio de Janeiro e a Empresa de Turismo do Rio de Janeiro (RIOTUR) e contou com o apoio do Instituto Pereira Passos, Rio+Social e a Rede de Conexão de Turismo (CONTUR). O guia apresentou mapas, atrativos e ofertas (incluindo guias locais, estabelecimentos de alimentos e bebidas e meios de hospedagem) das seguintes comunidades: Turano, Salgueiro, Formiga, Santa Marta, Chapéu Mangueira, Babilônia, Morro dos Prazeres, Morro dos Cabritos e Tabajaras. Um ano após o lançamento da primeira edição, em novembro de 2015, as comunidades da Rocinha, Vidigal, Alemão e Penha foram incluídas no documento. De acordo com informações colhidas no site da UPP, as comunidades foram escolhidas por já possuírem uma infraestrutura turística adequada para expansão das atividades turísticas existentes.

A ideia era preencher lacuna revelada por pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Encomendada pelo Ministério do Turismo e divulgada em março, a pesquisa apontou que 58% dos turistas estrangeiros e brasileiros querem conhecer as comunidades do Rio. O problema é que o objetivo é apenas contemplar a paisagem, principalmente nos morros, já que não havia uma organização dos serviços oferecidos nessas regiões (UPPRJ, 2017).

O estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas em 2013 foi relevante ao identificar que mais da metade dos turistas que visitava o Rio de Janeiro apresentava interesse em conhecer as favelas. No entanto, apenas aquelas comunidades que apresentavam um nível de consolidação de oferta foram evidenciadas no documento produzido pela instituição. Nesse ponto, reforçamos o caráter mercantilista das parcerias entre o setor público, privado e lideranças comunitárias. Entendemos assim, como uma

ação estratégica dos poderes envolvidos na tentativa de consolidação de uma nova atividade: o turismo nas favelas.

Se em algumas favelas do Rio de Janeiro, os produtos lançados no mercado eram estritamente relacionados ao “tour de experiência” e à exploração da pobreza (como o caso do *Jeep Tour* na Rocinha). No Vidigal, a oferta desses produtos aconteceu de maneira um pouco distinta. Em primeiro lugar, os atrativos e recursos naturais do morro foram evidenciados. Nas falas dos entrevistados é recorrente a menção a trilha dos dois irmãos. O próprio Guia de Bolso produzido pelo SEBRAE inicia a descrição da seção “Vidigal” com os seguintes dizeres:

Localizada na Zona Sul, entre os bairros nobres do Leblon e São Conrado, sobre o morro Dois Irmãos, é uma das favelas com a vista mais privilegiadas do Rio de Janeiro.

Pelo alto da favela, podemos adentrar numa trilha, que leva ao Pico do Morro Dois Irmãos, onde se tem uma visão panorâmica de 360 graus dos principais pontos turísticos cariocas e belezas naturais da cidade. (GUIA DE BOLSO DAS FAVELAS DO RIO, 2015, p.92).

O guia ainda traz uma lista de atrativos e ofertas nas páginas subsequentes, entre eles o mirante do Arvrão, Parque Ecológico Sitiê, Vila Olímpica, Hostel Favela Experience; Bar da Laje etc. Curiosamente, o guia não insere a praia do Vidigal. Já o mapa turístico oficial produzido pela Riotur durante os Jogos Olímpicos realiza o processo inverso, onde apenas a praia do Vidigal é identificada. Cerca de três meses antes do lançamento da segunda edição do Guia das Favelas, foi noticiada a “descoberta” da Praia do Vidigal em várias mídias. As manchetes encontradas são diversas, entre algumas delas estão “Eduardo Paes batiza a Prainha do Vidigal”, “Rio batiza a Prainha do Vidigal”, e “Pedaço de praia é redescoberto com derrubada de casa na Avenida Niemeyer”. Enquanto o termo “batizar” nos fornece a ideia do nascimento de algo, redescobrir passa a ideia de algo que foi esquecido ou perdido. A suposta “descoberta” da praia gerou manifestações de moradores diante da possibilidade da praia receber novo um novo nome (Praia do Ciclista). Não se pode afirmar que foi graças aos protestos, mas no dia 24 de agosto de 2015, o prefeito Eduardo Paes, por meio do Decreto nº 40553 em seu artigo primeiro oficializa: “A faixa de areia, localizada na Avenida Niemeyer, na altura do número 99 (noventa e nove), passa a denominar-se Prainha do Vidigal”. A denominação que consta no Decreto apenas atribuiu legalidade jurídica ao nome, visto que há décadas a praia é chamada de Prainha pelos moradores. Tanto o Guia das Favelas, como o próprio Vidigal 100

segredos são produtos da iniciativa privada que coloca em foco a possibilidade da prática turística no morro.

Finalmente a mídia – por meio de manchetes em jornais, reportagens especiais, programas dominicais e até telenovelas – evidencia o Vidigal como um lugar a se visitar. “Favela Chique, lugar *cool*, favela que atraem turista e visual deslumbrante que atrai” são apenas alguns dos termos que podemos encontrar em reportagens que explicitam a atividade turística no morro. Não é incomum também o nome da comunidade aparecer junto com nomes de artistas mundialmente famosos (como David Beckham, Kayne West, Madonna e Anitta), o que contribui para fortalecer o imaginário turístico local. Sobre imaginário turístico, Barbás e Graburn afirmam que:

O imaginário turístico representa uma parte específica da visão de mundo dos indivíduos ou de grupos sociais, de outros lugares que não aquele de sua residência principal, referindo-se aqui a contextos territoriais nos quais podem ocorrer alguns tipos de atividades de turismo e lazer

O imaginário turístico promove também a transição entre o aqui e o distante, o próximo e o exótico, o conhecido e o desconhecido. Ele intervém decisivamente na viagem. Sem o imaginário turístico, que seleciona a partir de uma gama de destinos mais desejados, o mais atraente ou o mais encantador, não pode haver qualquer projeto de viagem. Com efeito, o papel do imaginário turístico é, neste sentido, incontornável, uma vez que ele permite aos indivíduos aproximar-se do lugar turístico em suas várias dimensões, sem que seja perdida sua dimensão material e simbólica (BARBAS e GRABURN, 2002, p.1)

A distribuição de um produto turístico deve ser feita atentando-se não somente ao comportamento das demandas turísticas (reais e potenciais), mas também à concorrência. Pontos e canais de vendas, por exemplo, devem ser estudados em grau de eficiência antes de serem escolhidos como ferramentas de distribuição do produto turístico que podem ocorrer de três maneiras distintas: a venda direta ao cliente, a venda por meio de intermediários como agências e operadoras de turismo e os dois casos simultaneamente (BENI, 2008). Dada a evolução dos meios de comunicação e a grande influência das redes sociais na divulgação e venda de produtos, atualmente é bastante comum que os processos de distribuição ocorram direta e indiretamente. No Vidigal, vários estabelecimentos possuem páginas no *facebook* e alguns *sites* próprios, caracterizando uma distribuição direta. A maior parte desses estabelecimentos é de meios de hospedagem, mas outros como Bar da Laje (alimentos e bebidas e eventos) e a Laje do Neguinho (hospedagem e eventos) também são encontrados. Há também em *sites* como Expedia, Booking, Decolar, Airbnb, ofertas de meio de hospedagem. As

grandes operadoras como Hotel Urbano (HU) e CVC não trabalham com pacotes para o Vidigal.

Potencializar e apropriar-se de um imaginário para tornar as pessoas consumidoras de um turismo é o objetivo principal dos que compõem a superestrutura do turismo, seja qual for a escala analisada. Não coincidentemente, esses órgãos ou grupos são os mesmos que promovem a distribuição da oferta através de canais de comunicação, compra e venda. Mas em um grau de hierarquia, quem seria a principal entidade a estabelecer essa gestão e administração? A nossa análise até aqui aponta que tanto o poder público, como a grande mídia acabam sendo utilizados como ferramentas para o fortalecimento das ações do mercado. Nem nas falas dos entrevistados, nem nos materiais analisados, há pistas de que o desenvolvimento da atividade turística poderia ser classificado como um turismo de base comunitária ou em redes, mas sim de caráter mercadológico.

Não foi percebida a constituição de uma de cooperação entre os diferentes agentes que compõem ou podem compor o *trade* turístico local. A expansão dos empreendimentos categorizados como meios de hospedagem, o aumento do investimento de capital para empreendimentos maiores, ou preço diferenciado da corrida de mototáxis para os turistas e visitantes do morro são algumas pistas que nos fazem acreditar em uma atividade turística fragmentada – que se opõe a um turismo de rede. Essa, aliás, é parte da nossa discussão para o próximo capítulo.

### **CAPÍTULO III**

#### **PRODUÇÃO E CONSUMO DO TURISMO NO VIDIGAL**

No capítulo anterior, além da discussão acerca do que seria atividade turística, seu início (marco temporal), busca do consumo pelo turista, e o papel da UPP, visto partir das entrevistas, realizou-se a análise das atividades turísticas no Vidigal, sob o olhar do SISTUR, entretanto, consideramos apropriado tratar da demanda turística (construção da oferta) e do consumo em um capítulo à parte, pois entendermos, neste caso, que a atividade turística é uma mercadoria que deve ser produzida e consumida dentro da lógica capitalista.

O turismo como produto a ser consumido deve estar disponível em um mercado. De acordo com o MTur, produto turístico pode ser entendido como “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertada de forma organizada por um determinado preço” (Mtur, 2011, p.27). Isso significa que não basta apenas que o atrativo ou meio de hospedagem existam, é necessário também que haja uma conexão entre esses elementos e com o grupo que deseja consumi-lo (o que entendemos como demanda turística); que haja facilidade, por meio dos agentes do mercado. Só assim um atrativo, um empreendimento ou até mesmo um passeio em uma trilha passa a ser considerado um produto turístico.

Iniciamos então este capítulo com o objetivo de mostrar como a atividade/mercadoria turística é produzida e consumida no Vidigal e quais são os sujeitos que a consomem. Para entender quem é o turista que visita o morro, utilizou-se a observação em campo e a aplicação de questionário misto – com perguntas abertas e fechadas. O questionário foi elaborado em 3 idiomas diferentes (Português, Espanhol e Inglês) com o total de 20 perguntas (Apêndice 2, 3 e 4) aplicado a 16 turistas. A análise dos resultados será apresentada e discutida ao longo desse capítulo e nos ajudará a entender os “tipos” de turismo que ocorrem dentro do morro e os possíveis impactos causados por eles.

Todos aqueles que se deslocam para realizar uma viagem demandam certos tipos de serviços, podendo ser esses os mais básicos, tais como infraestrutura, segurança, mobilidade, ou bens específicos como um passeio de asa-delta, por exemplo. Considera-

se que na atividade turística, apenas o uso de infraestrutura básica não é suficiente para motivar um fluxo de turistas ou excursionistas. Beni explica que “a demanda em turismo é uma compósita de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam em si” (2008, p.237). A partir de Beni, responderemos ao longo desse capítulo algumas perguntas: quem são os turistas que demandam algo no Vidigal? Esses turistas formam um grupo homogêneo? O que eles buscam como consumo turístico, o que e como consomem de fato o produto turístico?

### **3.1 Demanda e Consumo turístico no Vidigal**

Como apontado no capítulo 2, não há um consenso sobre quando as atividades turísticas se iniciaram no Vidigal. Freire-Medeiros (2009) afirma que o interesse do turista estrangeiro em conhecer as favelas, principalmente a Rocinha, ocorre desde a década de 1990 e que o turista doméstico (o brasileiro) não representava um fluxo considerável de visitantes às favelas do Rio. É somente a partir de 2009 que esse quadro muda na medida em que a atuação e instalação dos centros de polícia pacificadora fornecem estratégias para a expansão do turismo em favela. Uma pesquisa encomendada pelo Ministério do Turismo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) realizada no Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro Antônio Carlos Jobim (Galeão) e divulgada em janeiro de 2013, apontou que cerca 58% dos turistas brasileiros teriam interesse de visitar uma favela, enquanto 51,3% dos estrangeiros aprovavam a ideia (O GLOBO, 21/01/2013). Outra pesquisa encomendada pelo Ministério à FGV revelou que o turismo nas favelas cariocas aumentou cerca de 30% no período da copa do mundo.

Foi por meio da atuação do Estado que se foi possível implantar novas demandas de consumo turístico e em um processo concomitante, expandir a atuação do capital para novas regiões geográficas. Mas como esse processo expansivo de acumulação do capital pode ocorrer, e de que maneira ela se relaciona com o turismo no Vidigal? Antes de tentarmos responder essa pergunta, precisamos fazer alguns apontamentos sobre o modo de produção capitalista. Primeiramente devemos considerar que o capitalista, com o intuito de concentrar mais riquezas, tende a todo momento aumentar a sua produção. Não obstante, o aumento da produção apenas pelo aumento representa uma possibilidade de entrave ao próprio detentor dos meios de produção. Na atividade turística, por exemplo, expandir os meios de produção sem o processo concomitante da

demanda turística, pode ocasionar crises endêmicas. Dessa maneira, o fomento da produtividade no sistema capitalista só faz sentido com a expansão dessa demanda (no nosso caso, a demanda turística como já citada). Harvey (2005, p. 47, 48) sugere que um novo nível de demanda pode ser conquistada pela união de quatro elementos: 1- a penetração do capital em novas esferas de atividade (em atividades já existentes ou novas que venham a surgir); 2- a criação de novos desejos e necessidades; 3- o estímulo ao crescimento populacional, e; 4- a expansão geográfica para regiões novas (o que Marx denominou de mercado mundial).

É certo que a atividade turística pode criar novos elementos ou se apropriar de acontecimentos ou lugares existentes para gerar fluxos, e as favelas representam essa possibilidade de expansão da rede turística. Contudo, para que isso aconteça, é necessário que haja – em boa parte dos destinos – um suporte mínimo, que muitas das vezes ocorre por investimento do poder público, através de políticas públicas e que são, posteriormente, utilizadas por investidores nesse processo de acumulação. A atividade turística pode criar processos como a concentração ou a distribuição de renda, aumento ou diminuição da exploração da força de trabalho etc. Como uma atividade capitalista, necessita do controle governamental e da participação da sociedade (CORIOLANO, 2006, p. 371), o autor afirma que:

O turismo é uma das mais novas modalidades de processo de acumulação, que vem produzindo novas configurações geográficas e **materializando o espaço de forma contraditória**, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes, e dos turistas. Compreender essa dinâmica significa entender as relações produtivas do espaço e o exercício do poder do Estado, das classes empresariais e trabalhadoras em movimento e conflito. O turismo, para se reproduzir, segue a lógica do capital, quando poucos se apropriam dos espaços e dos recursos neles contidos apresentando-os como atrativos e transformando-os em mercadorias (CORIOLANO, 2006, p. 368)

Ainda de acordo com Coriolano, o espaço materializado de maneira contraditória pelo turismo, pode ser compreendido apenas como um palco onde as relações e acontecimentos se manifestam. Aceitar essa abordagem do espaço é negar todo o processo histórico e as transformações ao longo do período que resultaram nesse espaço atual. Aliás, é também por meio dessa dialética que a atividade turística e o capital se apropriam da história e da memória de um local para a constituição de atrativos e produtos turísticos. As favelas cariocas, sobretudo as favelas da Zona Sul do Rio de Janeiro, passaram a ser destino turístico na mídia e nos materiais produzidos pelo poder público após a atuação da Polícia Pacificadora. No caso Vidigal, o Estado

representado pela presença da UPP criou possibilidades de investimentos do capital em espaços até então não alcançados a partir da sua ação de “pacificação”. Essa ação, por sua vez, não foi voltada apenas para a criação e fomento de um *trade* turístico, como também para o investimento imobiliário (Santos, 2014; Miranda e Fortunato, 2016). A partir da expansão da atividade turística no Vidigal, questionamos: quem são os que procuram (ou tem) a favela como destino turístico?

Quando aplicamos o modelo de McIntosh e Grupta aos turistas do Vidigal, nota-se a prevalência dos mediocêntricos, quase psicocêntricos e psicocêntricos<sup>60</sup>. A partir da observação realizada, é possível concluir que os locais com maiores fluxos de excursionistas/turistas são o Dois Irmãos e o Arvrão (nesse caso, tanto pela paisagem, quanto pelas festas e eventos realizados no local). Assim sendo, o perfil do turista que visita o morro é aquele que busca aventuras e/ou o desconhecido. Tanto na trilha, como nas festas, não é necessária uma relação aprofundada com a população local, ficando restrito apenas um contato comercial (o uso do serviço do mototáxi para ir ou voltar da trilha ou no Arvrão, o uso das kombis ou vans que sobem até o Arvrão em dias de evento, a compra de alimentos e bebidas em ambos os locais). Não se tem, portanto, a busca de aprofundamento da cultura local ou do convívio social, tampouco jogos de azar fazem parte das ofertas disponíveis no Vidigal para o “consumo”. – descartando-se um perfil alocêntrico<sup>61</sup> como perfil majoritário.

Não ser majoritário não significa que não possam ocorrer casos de turistas com perfis Alocêntricos ou Quase Alocêntricos, descaracterizando o senso comum de total homogeneidade de demanda de um destino qualquer. Apesar de não frequentemente, alguns eventos de cunho esportivo/cultural são realizados no morro, como é o caso do projeto esportivo/cultural “De braços abertos” executado pelo Instituto Terra que conta com a parceria das UPPs e o patrocínio da Caixa Econômica Federal e do Governo Federal. O projeto foi iniciado em 2012 e consiste em circuitos de corrida dentro das favelas ou bairros pacificados com o objetivo de “promover integração, inclusão e igualdade ao conectar diferentes grupos sociais em prol de uma cidade sem barreiras” (Projeto Braços Abertos, 2017). Ainda que seja um evento voltado para os próprios

---

<sup>60</sup> Mediocêntricos: motivados pela busca de descanso, quebra de rotina, aventuras sexuais e gastronômicas ou/e recuperação da saúde. Gostam de registrar a viagem e mostrar para os amigos na volta. Quase Psicocêntricos: motivados pela busca de status social. Psicocêntricos: Motivados por fatores externos, tais como um patrocínio e pela propaganda de uma destinação turística.

<sup>61</sup> Têm motivos educativos e culturais, políticos ou de divertimentos caros, como jogos de azar. Gostam de viajar no anonimato.

moradores, sem cunho turístico explicitado, a realização deste cria visibilidade para os locais onde as provas são realizadas, podendo atrair turistas e/ou excursionistas.

Sobre a realização das “provas de resistência”, uma das atividades dentro da classificação do “Quase Alocêntrico”, a subida do Dois Irmãos não se enquadraria totalmente, pois como já mencionado, é uma subida moderada e não exige esforços severos daqueles que se propõem a realizá-la (na observação em campo, notou-se que o público varia de pré-adolescentes a idosos).

Comumente a leitura sobre o turismo nas favelas (acadêmica ou não) sempre retrata que boa parte do fluxo de turistas que visita é de “gringos”. Uma das obras de Bianca Freire-Medeiros – que foi bastante utilizada nesse trabalho – tem inclusive o título de “Gringo na Laje”. No próprio site de busca da *Google*, ao digitar as palavras “turismo, favela e gringo” é possível achar vários resultados que abordem o assunto. O mesmo não acontece com “turismo, favela e brasileiro”. Minhas idas ao Vidigal, desde 2012, no entanto, me apontavam que esse processo estava, ao menos lá, se equilibrando: era possível avistar tantos brasileiros como estrangeiros pelas ruas do Vidigal. Em um dos meus trabalhos de campo (dezembro de 2017), perguntei ao proprietário de um dos hostels qual a porcentagem de turistas em seu estabelecimento, brasileiros ou estrangeiros e resposta que obtive foi “50 e 50”, ou seja, metade das chegadas é de turistas domésticos, do próprio Brasil. O meu tempo de permanência nos meios de hospedagem também me proporcionou conhecer brasileiros de vários estados (Goiás, São Paulo, Rio Grande do Sul). A aplicação dos questionários reforçou a fala do proprietário do albergue e as observações em campo, sendo a primeira preocupação da minha pesquisa era saber a nacionalidade dos entrevistados. A tabela 1 mostra o resultado obtido:

Tabela 1-Nacionalidade

	Frequência	Porcentagem
Brasil	7	43,8
Chile	1	6,3
Estados Unidos	1	6,3
Argentina	4	25,0
Palestina	1	6,3
França	1	6,3
Bolívia	1	6,3
Total	16	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

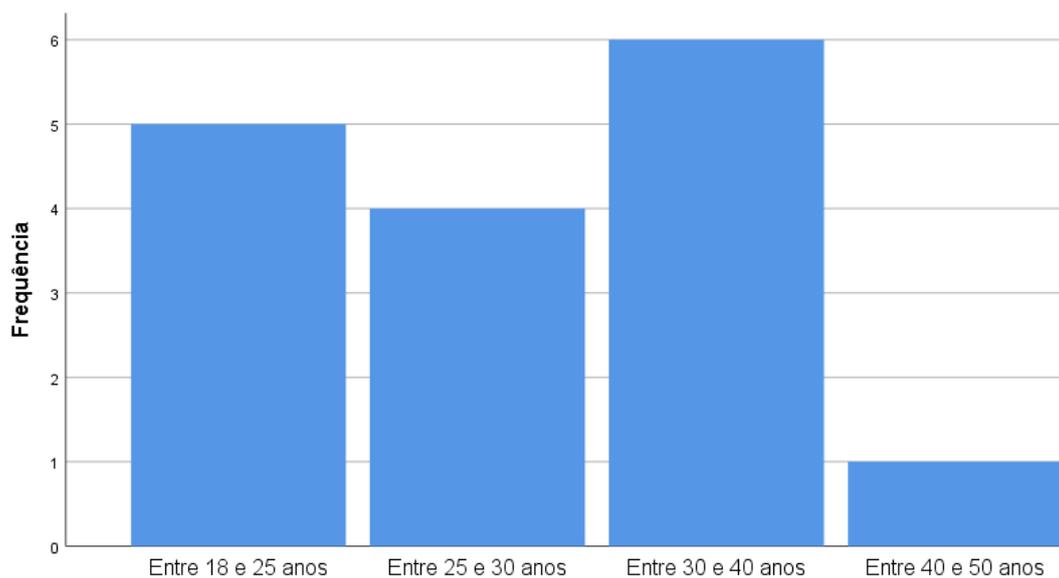
A aplicação dos questionários foi direcionada apenas aos turistas – priorizando a técnica da observação aos excursionistas. Foram entrevistadas 16 pessoas, e apesar de ser um número pequeno em relação à capacidade total de leitos, esse grupo ainda é representativo do universo, pois o comportamento desse fluxo turístico no Vidigal, foi corroborado com as experiências e as observações realizadas em campo. Vale informar que atualmente alguns hostels têm encerrado atividades ou mantendo uma baixa ocupação (às vezes nula) ou fechando em períodos sazonais.

Além dos brasileiros, nota-se que há ainda um grande fluxo de turistas de países da América do Sul<sup>62</sup> (Argentina, Chile, Bolívia). Assim, o turismo no Vidigal não pode mais ser compreendido como um fluxo de maioria estrangeira, como a própria Freire-Medeiros afirmou sobre o turismo nas favelas de maneira geral. “Nos dias de hoje, a mediação se dá pela via do turismo e implica o cruzamento de múltiplas distancias: 99% dos que consomem a pobreza turística são estrangeiros (de maneira geral, parece existir uma forte resistência das elites locais a prática do turismo em áreas pobres...”(FREIRE-MEDEIROS, 2009, p. 32). Ainda sobre o perfil social dos que visitam o Vidigal, obtivemos as seguintes informações:

---

<sup>62</sup>Encontrei ainda outros turistas falantes do espanhol e com características latinas, mas que não responderam a pesquisa.

Gráfico 1-Idade



Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Tabela 2-Sexo

	Frequência	Porcentagem
Masculino	8	50,0
Feminino	8	50,0
Total	16	100,0

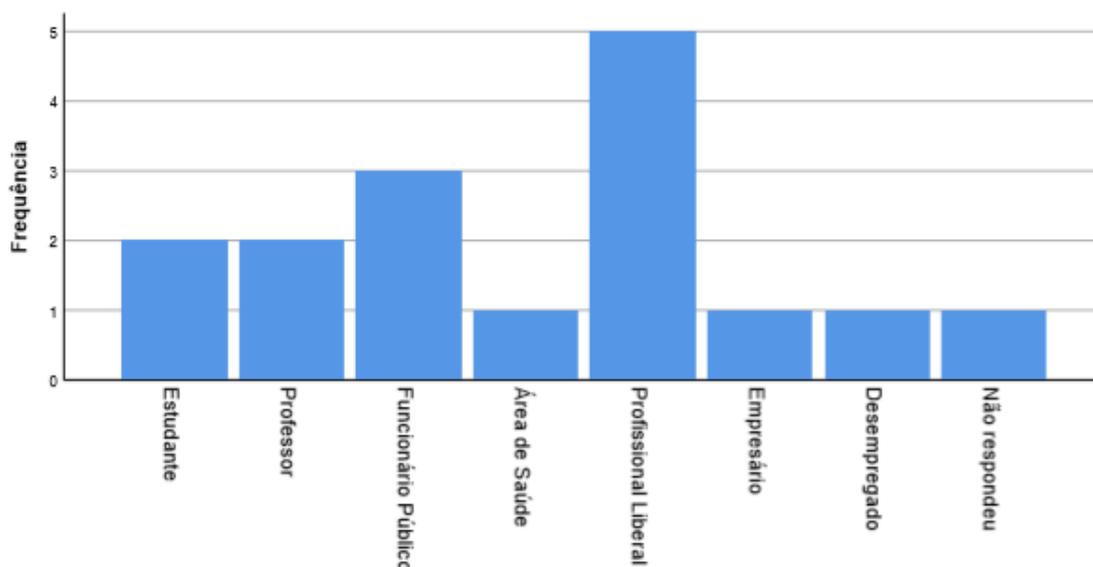
Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Tabela 3-Estado Civil

	Frequência	Porcentagem
Solteiro	13	81,3
Namorando/ Noivado	2	12,5
Casado	1	6,3
Total	16	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Gráfico 2-Profissão



Fonte: Pesquisa de campo (16/02/2018 – 18/02/2018)

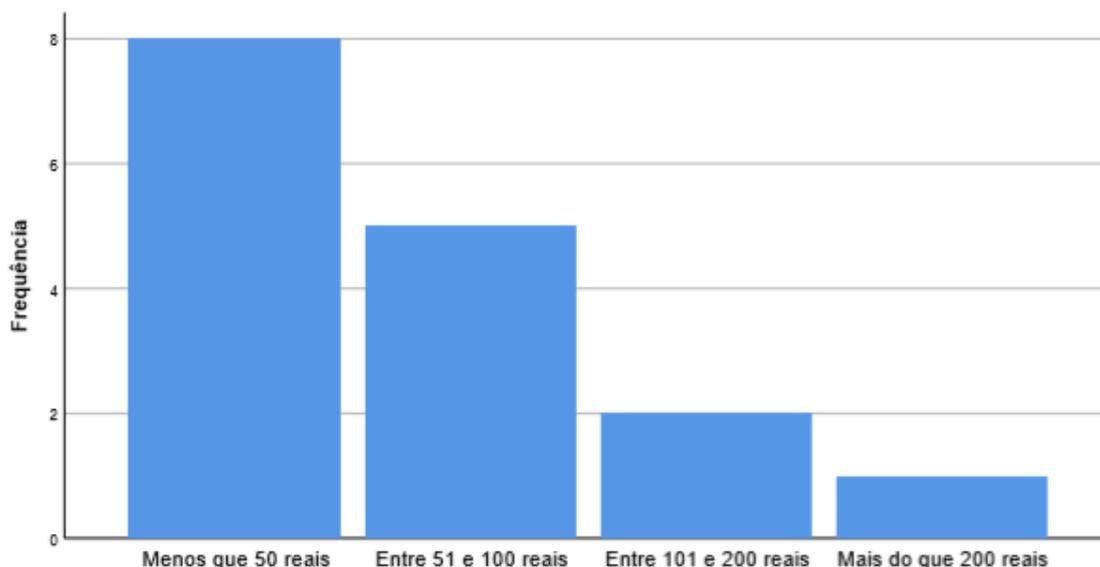
A partir desses dados, assumimos que não há uma discrepância numérica acerca da composição sexual daqueles que visitam o Vidigal. É possível avistar, por exemplo, grupo de apenas mulheres ou majoritariamente mulheres realizando a trilha do Vidigal. Ou grupo que fora apenas para a festa era composto exclusivamente de homens e aparentemente europeus – devidamente acompanhados por uma guia local.

Sobre o estado civil e idade nota-se que cerca de 82% são solteiros e a maior parte dos entrevistados tem entre 30 e 40 anos e em sua maioria viaja sozinho ou com namorado(a)/ parceiro (a). Ainda sobre a faixa-etária dos entrevistados são poucos os turistas acima de 40 anos que visitam o Vidigal. A respeito da profissão, há uma diversificação dos cargos, mas há predominância de profissionais liberais

Aos entrevistados foi perguntado se essa aquela era a primeira vez que visitaram o Vidigal. 75% dos entrevistados afirmaram que sim. Dos 25% que já visitara antes o local, alguns informaram ser a sexta no morro. Questionou-se também se o Vidigal constituía o principal destino de viagem dos entrevistados: 50% dos entrevistados tiveram o Vidigal como principal destino. Os outros 50% dos entrevistados disseram que o Rio de Janeiro como um todo representava o destino principal e não apenas o Vidigal e tinham pretensões e conhecer outros locais como o distrito de Ilha Grande (em Angra dos Reis) e o distrito de Itacuruçá (em Mangaratiba), ambos localizados na região turística da Costa Verde.

Uma das características da procura do Vidigal como destino turístico é o baixo gasto diário nos estabelecimentos da favela. Quando questionados sobre o gasto diário dentro do Vidigal (incluindo a hospedagem), o resultado foi o seguinte:

Gráfico 3-Gasto Diário no Vidigal (incluindo hospedagem)

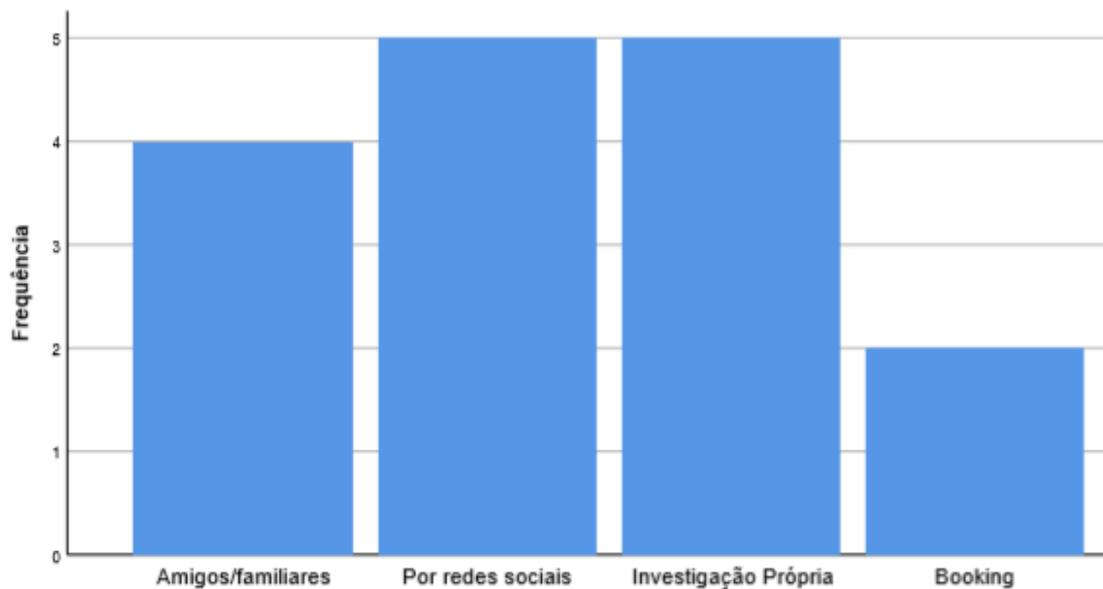


Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Algumas explicações são possíveis para o pouco valor de consumo dos turistas no Vidigal: 1- os *hostels* ou albergues – meio de hospedagem predominante no local – geralmente oferece cozinha de uso coletivo para seus hóspedes o que permite que eles cozinhem sua própria alimentação. Não é incomum ver os hóspedes prepararem o próprio jantar com produtos adquiridos nos mercados locais (geralmente no horário de almoço os meios de hospedagem encontram-se esvaziados); 2- outra possibilidade é a escassez de estabelecimentos que trabalhem com atendimento bilíngue que pode ser um fator de dificuldade para os turistas que falem outro idioma que não o Português e Espanhol; 3- Por fim, a dispersão do fluxo turístico para outros bairros e atrativos da cidade do Rio de Janeiro. Retomaremos esse argumento posteriormente quando tratarmos da visitação dos atrativos e locais do Vidigal. O consumo dos turistas demonstra que a atividade tem um impacto econômico baixo nos estabelecimentos locais, considerando que a média de hospedagem nos albergues é entre 30 e 60 reais (exceto na alta temporada, onde uma diária custa, geralmente, a partir de R\$ 100,00).

No questionário há a pergunta de como os turistas tomaram conhecimento do Vidigal:

Gráfico 4-Como conheceu o Vidigal



Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

As redes sociais representam cerca de 30% da resposta dos entrevistados - sendo quatro dos cinco que responderam essa opção, brasileiros - da resposta dos entrevistados sobre como conheceram o Vidigal. Facebook, Instagram, Youtube e Twitter estão entre as redes sociais mais conhecidas e utilizadas no mundo e todas elas permitem ao usuário utilizar recursos visuais. Só no Instagram, uma rede social voltada exclusivamente para a divulgação de fotos e vídeos, a #<sup>63</sup>Vidigal possui 180.911 (cento e oitenta mil novecentos e onze) publicações. As fotos, em sua maioria, retratam a paisagem vista a partir do Arvrão ou do Dois Irmãos<sup>64</sup>. A investigação própria dos destinos remete, além de reportagens e relatos em plataformas virtuais, garante a apreciação de imagens e fotografias das favelas. Levando em consideração que a maior parte dos entrevistados tinha como motivação conhecer as favelas do Rio ou especificamente o Vidigal, quais são as imagens encontradas ao se pesquisar o Vidigal na principal ferramenta de pesquisa virtual disponível atualmente, a *Google*, basta digitar “Vidigal” (a palavra turismo não é necessária), para que o pesquisador tenha acesso a milhares de fotos da “paisagem” vista a partir ou do Arvrão (e aqui inclui-se o Bar da Laje) ou o pico Dois Irmãos, resultado de busca bem similar ao do *Instagram*. No *Google USA*, é possível

<sup>63</sup>Hashtag é o termo utilizado nas redes sociais – representada pela cerquilha- para agrupar ou identificar conteúdos na rede. É bastante utilizado no Twitter e Instagram.

<sup>64</sup>A #morrodoisirmaos representa 63.224 fotos (19/02/2018). A #vbardalaje possui 20.197 publicações.

encontrar uma reportagem do “The Guardian”<sup>65</sup> de 2013 que fala sobre favelas turísticas. Ao mencionar o Vidigal no texto, o elemento sobressalente é a “vista única”.

Afirmamos que a construção da imagem de um destino turístico é de vital importância para gerar fluxos de pessoas. De acordo com Debord (2003), a imagem é o elemento predominante na criação de um espetáculo, mas não deve ser compreendido como o espetáculo em si. A construção de um destino turístico e seus respectivos produtos é um fenômeno social, cultural, político, e sobretudo econômico:

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto de modo de produção existente. Ele não é complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na **produção**, e no seu corolário – **o consumo**. A **forma e o conteúdo** do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do **sistema** existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 2003, p.15, grifo nosso)

Nosso grifo realça um aspecto importante, citado por Debord, e que aplicamos a atividade turística: a produção de um destino ou até mesmo de atrativos turísticos são manipuladas e pensadas para o consumo. Para que haja o consumo turístico, é necessário que a informação do produto – geralmente apresentado como espetáculo de fato- alcance um consumidor em potencial. Beni demonstra como os consumidores podem ser atraídos e que a decisão de compra pode ocorrer por um impulso atraente:

Consumidores há que são muitas vezes atraídos por folhetos, amplo material audiovisual, vídeos, imagens na internet, programas de TV, filmes dos roteiros tradicionais; a conduta impulsiva pode ser provocada por qualquer tipo de comunicação, quando esta se apresenta estrategicamente e é emitida em tempo hábil. (BENI, 2008, p. 263)

É preciso que retomemos, por um instante, a discussão a respeito da produção da favela como destino turístico. Quase todas as leituras sobre a atividade nas favelas descrevem a vinda do cantor Michael Jackson ao morro de Santa Marta, no bairro de Botafogo, como elemento crucial para evidenciar na mídia internacional as favelas cariocas. No fim do ano de 2017 um processo similar aconteceu novamente nas favelas cariocas ao ocupar espaço da mídia nacional e internacional, porém dessa vez pelo videoclipe “Vai Malandra” da cantora brasileira Anitta. “Vai Malandra” foi a última música do projeto da cantora (CheckMate) de lançar um videoclipe por mês e foi

---

<sup>65</sup> <https://www.theguardian.com/travel/2013/nov/04/rio-de-janeiro-brazil-favela-tourism>

gravado em agosto/2017 no Vidigal. Apesar disso, foi lançado apenas em 18 de dezembro/2017 no *youtube* e obteve mais de 95 milhões de visualizações (03/01/2017). Além disso, alcançou o primeiro lugar como música brasileira mais ouvida no *spotify*<sup>66</sup> e no ranking global ficou na posição 18 (20/12/2017).

Apesar de ter sido gravado no Vidigal, não é possível para quem assiste o videoclipe identificar o local (salvo aqueles que já conhecem). Visualmente falando, a produção do videoclipe registrou elementos da favela de maneira intencional, naquilo que é recorrente, já que os mesmos elementos são bastante comuns em muitas favelas cariocas, como o caso do emaranhado de fios da rede elétrica ou as habitações amontoadas. Ainda assim, acreditamos que o clipe tenha ajudado a divulgar a favela em cenário nacional e internacional devida a massiva divulgação, veiculação de matérias jornalísticas e opiniões, como no *twitter*, por exemplo, Vai Malandra se tornou um *Trending Topic*.<sup>67</sup> Uma Reportagem da Folha de São Paulo (22/12/2017) fornece o ranking de visualizações no *youtube* da música de Anitta que aponta o Brasil ocupando a primeira colocação com 394.000.000. Em seguida temos Portugal (11.300.000), México (10.900.000), Estados Unidos (10.300.000), e Argentina (8.200.000).

Mediante o impacto da música, investigamos outras reportagens sobre “Vai Malandra”. O quadro abaixo traz algumas das manchetes encontradas sobre o lançamento da música, tendo todas elas mencionado o Vidigal como local de gravação. Consideramos importante a leitura dessas reportagens, pois, apesar de não tratarem especificamente do Vidigal, mencionam, mesmo que comedidamente a favela, podendo exercer uma função de propagador de uma determinada imagem da favela e impulsionar pesquisas ou até mesmo seu consumo.

Quadro 13- Reportagens sobre “Vai Malandra e o Vidigal”

<b>Data e Canal Veiculado</b>	<b>Manchete da Reportagem</b>
22/12/2017 – Folha de São Paulo	“Vai Malandra, novo clipe de Anitta, divide opiniões no morro do Vidigal”
18/12/2017- Estadão	“Anitta lança clipe Vai Malandra, gravado no Vidigal
19/12/2017 – Revista Marie Claire	“Anitta lança clipe Vai Malandra, com Justin Bieber do Vidigal”
22/12/2017 – The Guardian	“Hit Brazilian music video touches nerve over race, sexist abuse and inequality”
22/12/2017 – Daily Mail United Kingdom	“I specifically asked for my a** not to be retouched: Brazilian singer’s music video that

<sup>66</sup> *Spotify* é um serviço de streaming de música, *podcast* e vídeo.

<sup>67</sup> A expressão denota um dos assuntos mais comentados na rede social.

	opens with a lingering shot of her derriere causes a stir because it shows off her rolls of cellulite
27/12/2017 – El País	“Bikinis, celulitis y raps en las favelas, ¿La revolución feminista de Anitta?”

Fonte: Google, 2017

A expressão Universalidade Empírica cunhada por Milton Santos (2006) nos ajuda a compreender a relevância e repercussão não apenas do vídeo de Anitta, mas também a influência das redes sociais na escolha de um destino turístico. Isso porque, compreende-se Universalidade Empírica como o estado de universalmente conectados, condição proporcionada a partir da evolução tecnológica e dos meios de comunicação. Visualizamos imagens e temos acessos a informações de diversos lugares a todo instante. Temos experiências visuais de acontecimentos dos mais variados (shows e eventos, eleições presidenciais, imagens de outros planetas) e é justamente por meio destas que passamos a “conhecer e visitar” lugares sem que nem ao menos haja a necessidade do deslocamento. Harvey (2005), citando Marx, afirma que a indústria da comunicação é produtora de valor e permite novas formas de acumulação de capital em um determinado espaço. A distância não mais interessa, o que realmente importa é até onde a informação pode chegar.

A Universalidade Empírica nos permite, em certa medida, a possibilidade de “anular” a distância por uma determinada quantidade de tempo. Não é mais necessário que se visite o lugar para “conhece-lo”, como cita Rodrigues (1997), ao invés disso podemos a todo instante usar as redes sociais ou sites de buscas para visitar um local. Em 3 minutos e 26 segundos de duração de Vai Malandra ou nos 135 minutos do longa Cidade de Deus, é possível que o espectador construa uma noção (mesmo que genérica) do Vidigal ou da Cidade de Deus e dos elementos que a compõem. Esses elementos, por sua vez, podem não representar a realidade de fato, ou apresenta-la de maneira espetacularizada. O processo de decisão de um destino turístico vai além do tempo livre, é socialmente construído através de inúmeros mecanismos – como os apresentados no questionário – e reforçado pelos meios de comunicação e pela força do mercado. Qual seria então a principal motivação de viagem daqueles que se hospedam no Vidigal? A tabela a seguir demonstra os resultados obtidos.

Tabela 4-Motivação de Viagem

	Frequência	Porcentagem
Visitar amigos e parentes	2	12,5
Vontade de conhecer qualquer favela	2	12,5
Vontade de conhecer o Vidigal especificamente	4	25,0
Busca de novas interações sociais e culturais	2	12,5
Procura de emprego	1	6,3
Hospedagem mais barata que os arredores	2	12,5
Aventura	2	12,5
Conhecer um local ou atrativo específico no Vidigal	1	6,3
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Notamos que entre os entrevistados, a maior frequência de motivação da viagem foi a de conhecer especificamente o Vidigal (enquanto dois dos entrevistados afirmaram que tinham a intenção de conhecer qualquer favela). Nossas análises até aqui apontam que o Vidigal já se constitui enquanto favela turística na cidade do Rio de Janeiro e nos leva a acreditar que boa parte daqueles que pernoita no Vidigal, tiveram a intenção de conhecer a favela e os elementos que a compõem – incluindo os moradores, visto que a busca de novas interações sociais e culturais também aparece como motivo de viagem. Entretanto, será que o Vidigal enquanto destino turístico é vivenciado como um todo, ou apenas partes dele serve ao propósito da atividade turística? Para tentarmos responder isso, questionamos o que os entrevistados buscavam enquanto produto turístico e obtivemos os seguintes resultados:

Tabela 5-Busca por “Produtos Turísticos”

	Frequência	Porcentagem
Contato com a natureza e apreciação da paisagem	4	25,0
Conhecer a cultura local e interagir com os moradores	9	56,3
Conhecer a favela	1	6,3
Namoro e relacionamento	1	6,3
Eventos e festas locais	1	6,3
Total	16	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Os elementos paisagem e cultura surgem como os principais motivos no quesito intenção de consumo de produto turístico, representando quase 81% dos entrevistados. Assim, a trilha Dois Irmãos, a Prainha, o Grupo Nós do Morro e a interação com a população local para o aprendizado da história e conhecimento da memória da comunidade estariam entre as principais atividades realizadas pelos turistas. Para aprofundar a nossa investigação e compreender como de fato ocorre o consumo daqueles que se hospedam, fizemos mais duas perguntas: o conhecimento dos possíveis locais para visita e se os entrevistados tinham, de fato, visitado esses locais. Os quadros a seguir representam as respostas obtidas, respectivamente:

Tabela 6-Conhecimento das localidades do Vidigal

LOCAL	CONHECE O LOCAL	NÃO CONHECE O LOCAL
Prainha	7	9
Dois irmãos	9	7
Sitiê Ecológico	5	11
Catorze/Pedrinha/ Igreja do Papa	2	14
Arvrão	3	13
Laje do Neguinho	3	9
Bar da Laje	7	13
Hotel Mirante do Arvrão	3	13
Festas no Alto Vidigal	3	13
Nós do Morro	2	14
Praça do Vidigal	9	7
Vila Olímpica do Vidigal	2	14

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Apesar de todos os locais listados terem ao menos dois entrevistados que os conheciam, justamente aqueles que mais aparecem em imagens através das pesquisas na rede fazem parte do maior conhecimento dos turistas – Dois Irmãos, Bar da Laje, Prainha e Sitiê Ecológico. Já aqueles que não foram estruturados para o desenvolvimento da atividade turística, são os menos conhecidos: Catorze/Pedrinha/Igreja do Papa, Nós do Morro e a Vila Olímpica (apesar dessa última ser local de passagem para o acesso mais utilizado da trilha Dois Irmãos).

Tabela 7-Visitação dos locais

VISITAÇÃO DO LOCAL	VISITOU	NÃO VISITOU
Prainha	9	7
Dois irmãos	2	14
Sitiê Ecológico	0	16
Catorze/Pedrinha/ Igreja do Papa	1	15
Arvrão	1	15
Laje do Neguinho	2	14
Bar da Laje	3	13
Hotel Mirante do Arvrão	0	16
Festas no Alto Vidigal	0	16
Nós do Morro	0	16
Praça do Vidigal	10	6
Vila Olímpica do Vidigal	1	15

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

O quadro que trata a visitação aos recursos e atrativos turísticos do morro do Vidigal aponta para resultados surpreendentes. Apenas a Prainha e a Praça do Vidigal foram locais visitados com maior frequência. Sobre a Praça do Vidigal ainda apontamos outro aspecto: apesar de representar o principal acesso para subir o Vidigal, seis turistas disseram não ter visitado o local, o que nos leva a acreditar que apesar de passarem pelo local, esses turistas não o reconhecem como atrativo.

De certa maneira, o turista do Vidigal geralmente possui a intenção de conhecer melhor a favela e estabelecer vínculos sociais e compreender a cultura local. Não é incomum encontrar os donos dos estabelecimentos contando histórias do local para os hóspedes. Entretanto, atestamos que os principais locais visitados são o Dois Irmãos e a Praia do Vidigal. Nossos entrevistados não pareceram ter a intenção de frequentar as festas “gringas” e tampouco alguns locais como o Catorze e o Sitiê, que muitos afirmaram não conhecer.

A contradição da atividade turística se intensifica quando analisamos as respostas sobre a avaliação da sua permanência no morro: 63% dos entrevistados afirmam permanecer ou ter a intenção de permanecer acima de 7 dias. Usamos a expressão intenção levando em consideração que algo pode mudar no planejamento do turista, contudo, ressalta-se que as diárias de hospedagem são cobradas antecipadamente nos hostels, no momento do check-in do hóspede. Sete dias, afirmamos, são suficientes para conhecer a maior parte do morro do Vidigal. Por exemplo, no tour por mim realizado com um guia Local, levei cerca de 3 horas para andar pelo Catorze, entrar, fotografar e analisar toda a igreja do Papa e terminar a subida pela Pedrinha – além da pausa para tomar uma bebida e comer um lanche. Concluimos que a prática turística de fato se materializa diferentemente da intenção da prática turística e poucos são os locais visitados pelos turistas. As exceções ficam por conta de alguns dos turistas que permanecem mais tempo – chegam a se hospedar por três meses ou mais – e realizam atividades comunitárias e projetos sociais no morro, como por exemplo, aulas de tênis para as crianças.

Também foi pedido no questionário que os entrevistados avaliassem entre ruim, regular, bom e excelente os seguintes aspectos: hospitalidade, segurança, preços, entretenimento, mobilidade, serviço ao cliente e atrações turísticas. Cerca de 80% dos entrevistados percebem a hospitalidade sendo boa ou excelente. Já no quesito segurança, cerca de 87% dos entrevistados consideram boa ou excelente, e nenhum dos entrevistados considerou a segurança ruim. O quadro abaixo retrata integralmente a avaliação dos entrevistados;

Tabela 8-Avaliação dos entrevistados sobre itens

	Ruim	Regular	Bom	Excelente	Não utilizei	Não respondeu
Hospitalidade		1	5	8		2
Segurança		1	9	5		1
Preço		1	7	6		2
Entretenimento		2	8	5		1
Mobilidade	2	3	6	2		3
Serviço ao cliente		2	8	5		1
Atrações turísticas		3	5	7	1	

Fonte: Pesquisa de campo (01/03/2016 – 18/02/2018)

Quando questionados sobre o conhecimento da UPP, 44% dos entrevistados (sete dos dezesseis) disseram não saber do que se tratavam (desses sete, quatro são brasileiros). Para aqueles que a conheciam, ainda foi feito mais um questionamento: se

retornariam ao Vidigal sem a presença da UPP. Apenas um dos entrevistados disse que não retornaria caso a UPP não estivesse presente no Vidigal. Como já dito, a presença dos soldados da UPP no morro do Vidigal teve o papel fundamental para o incremento do fluxo turístico e expansão da oferta turística, contudo, nossa pesquisa indica que a ausência da UPP não representa, em teoria, um impeditivo para que esses fluxos cheguem ao Vidigal (visto que muitos não possuíam conhecimento sobre a Unidade). Vale dizer que a Rocinha, Vidigal e a Chácara do Céu tiveram uma mudança de controle do território a partir do segundo semestre de 2017– o que rendeu diversas reportagens sobre os confrontos entre facções e a polícia. A Amigo dos Amigos (ADA) perdeu o controle dos territórios das três favelas para o Comando Vermelho (CV). Relatos de alguns dos moradores afirmam que para evitar maiores confrontos, a ADA retirou-se do território, entregando novamente ao CV. Os novos confrontos que vem ocorrendo nesses locais são, ainda de acordo com moradores, entre policiais da UPP e membros do Comando Vermelho por interesses econômicos: os integrantes da facção se negam a pagar uma espécie de propina aos policiais para que não os incomodem. Apesar dos confrontos recentes e até mesmo da morte de uma turista Espanhola na Avenida Niemeyer – alvejada pela polícia após, supostamente, furar um bloqueio policial, essas notícias não parecem estar, por ora, influenciando na experiência positiva dos turistas. Cem por cento dos entrevistados afirmaram que suas expectativas foram alcançadas e que retornariam ao Vidigal, lembrando que este número é indicador e não conclusivo.

Se algumas leituras sobre o turismo em favelas nos fazem crer que a produção, fluxo e consumo turístico são homogêneos, no Vidigal podemos afirmar o contrário. A partir do parâmetro de pernoite, pela qual classificamos os visitantes entre turistas e excursionistas, podemos atribuir características comportamentais a esses fluxos: o primeiro grupo – o de excursionistas- são aqueles que visitam o Vidigal por menos de um dia. Este grupo pode ou não subir o morro acompanhado de um guia (local ou não) e visita apenas os “principais” atrativos locais: a trilha Dois Irmãos, O Bar da Laje ou o Mirante do Arvrão. Não é incomum encontrar pela trilha, por exemplo, brasileiros e estrangeiros que não estão hospedados no Vidigal, mas nos bairros arredores (Copacabana, Ipanema, Leblon). Nesse caso, esses geralmente utilizam um mototáxi para subir e ao finalizar a trilha aguardam que outro mototáxi apareça para que o conduza até a saída do morro. O impacto provocado pela utilização da trilha está

concentrado no aspecto ambiental – como jogar lixo na trilha, ou ouvir música alta em dispositivos eletrônicos, situações que eu presenciei durante o campo – e de pouca relevância econômica e social. Seus gastos e contato social se restringem aos mototáxis, contratação de guias locais - pela observação, a maior parte dos que sobem ao Dois Irmãos faz por conta própria - e consumo de alimentos e bebidas na trilha (ainda que os vendedores sejam moradores do Vidigal, visto que há pelo menos um vendedor que trabalha para um empreendedor que reside no Leblon, aquele já tratado no capítulo 1.

Há ainda aqueles que sobem ao Vidigal para as festas que acontecem nos empreendimentos maiores – Mirante do Arvrão, Bar da Laje, Alto Vidigal e Laje do Neguinho. Nesse caso, na maioria das vezes o excursionista não precisa nem chegar a praça do Vidigal. Alguns desses estabelecimentos disponibilizam transporte próprio e marcam hora e ponto de encontro para buscar e levar de volta aqueles que confirmam presença no evento. Como já mencionado no capítulo 1, durante a realização desses eventos, fica proibida a circulação dos mototáxis até as proximidades dos estabelecimentos. Há, portanto, um rearranjo das relações territoriais e da territorialidade. Uma informação coletada em campo é que os integrantes da facção criminosa dominante no morro detêm “direitos” nas festas realizadas. Para que essas aconteçam, não é necessária apenas a permissão da UPP, como o pagamento de um valor à facção. O Comando Vermelho dispõe ainda, como se é de imaginar, o controle das vendas de drogas nessas festas. Assim, a produção e realização desses eventos que atraem os turistas e excursionistas estão condicionadas diretamente a aprovação da UPP e do Comando Vermelho. As festas, por sua vez, são geralmente divulgadas através das páginas dos estabelecimentos no *Facebook* e por “boca a boca”.

O impedimento da circulação dos mototáxis ocorre a partir de uma decisão conjunta dos estabelecimentos com os integrantes da facção dominante. O Comando Vermelho surge como instrumento de coerção, que utiliza a mão de obra trabalhadora no mototáxi de acordo com sua vontade. De acordo com o relato de um morador, traficantes do Comando incendiaram um ônibus na Avenida Niemeyer, próximo a entrada do Vidigal, durante um operação policial. Além do incêndio e a troca de tiros, o morador afirmou que foi ordenado aos mototáxis para que esses fizessem um cerco pela Avenida para dificultar a ação da polícia.

Na página do Mirante do Arvrão há a criação de eventos todos os fins de semana, sendo geralmente rodas de samba que atraem entre 50 à 500 convidados, de

acordo com a ferramenta de *check in* do *Facebook*. Já o Bar da Laje - que funciona entre terça e quinta das 12:00 às 20:00 e das 12:00 às 22:00 nos fim de semana – oferece também Roda de Samba nos fins de semana com entrada a R\$ 50,00 (pagamento somente à vista) e consumação mínima de R\$10,00 (que pode ser paga com cartão). O estabelecimento oferece *transfer* que deve ser pré-agendado através de *whatsapp* ou telefone com custo entre R\$10,00 e R\$20,00 o trecho/ pessoa e ponto de encontro na orla do Leblon. Nos eventos criados pelo Bar, há a confirmação de presença entre 30 e 90 pessoas por evento (esse número, contudo, pode ser maior, visto que nem todos os que visitam o local utilizam a ferramenta de *check in* do *Facebook*). A Laje do Neguinho – uma construção de seis andares - atrai entre 50 e 300 visitantes – tendo capacidade total de 700 visitantes - por evento que ocorrem geralmente aos fins de semana.

O impacto da atividade turística provocado pela visita desses excursionistas se restringe a “mudança de regras” de circulação no morro e afeta os moradores das proximidades dos locais onde as festas ocorrem. O impacto econômico para a comunidade é considerado baixo ou nulo, já que os gastos geralmente são restringidos aos estabelecimentos, que são frutos de investimento externo: de acordo com os moradores, tanto o Bar da Laje como o Mirante do Arvrão são estabelecimentos de empresários que não residem no morro. Reportagens indicam que o dono do Bar da Laje é o empresário Marcos Brandão<sup>68</sup>. O Mirante do Arvrão por sua vez foi investimento do arquiteto Hélio Pellegrino em sociedade com Antônio Rodrigues, dono da rede de bares Belmont. A exceção cabe para aqueles que não conseguem entrar nas festas – há uma capacidade máxima que é respeitada<sup>69</sup> – e consome nas tendas que são erguidas aos arredores pelos moradores. Essas tendas surgiram apenas com a inauguração dos estabelecimentos que realizam as festas e representam uma interessante característica da atividade turística: ela pode permitir que uma parte da comunidade local inicie seu próprio negócio, criando benefícios econômicos para a mesma, mesmo que em pequena escala, estabelecendo novas dinâmicas no território.

No território, as relações entre diferentes agentes pode produzir uma imagem que no caso do turismo, também pode se transformar em um produto a ser consumido: o estado (através da UPP) surge para “pacificar” o território e torna-lo mais seguro (para

---

<sup>68</sup> Marcos Brandão é empresário de artistas brasileiro, como a da atriz Giovanna Antonelli.

<sup>69</sup> Foi questionado essa capacidade, mas não obtivemos respostas.

quem?); a mídia – televisiva, principalmente – torna evidente as festas e os elementos da paisagem (natural ou não); a cantora Anitta mostra uma favela festeira e sexy; o tráfico garante a realização das festas que atraem turistas. O que temos até aqui é um lugar pacífico/seguro, festivo, com atrativos naturais e “diferentes” pelo simples fato de ser uma favela. Rodrigues (1997) esclarece que o espaço turístico é resultado – em muitos casos- da captação do imaginário coletivo. A autora ainda afirma que o “espaço (turístico) é criado e reforçado pela mídia que gera e reforça o processo fantasioso” (p.26, 27, grifo nosso). Não acreditamos que esses processos sejam fantasiosos, mas que seja resultado de um produto fantasioso que invade o imaginário dos turistas. A construção desse território turístico é criada por meio das ações de agentes sobre o próprio território; seriam os atores sintagmáticos de Raffestin, aqueles que de alguma maneira, produzem e reproduzem o território:

É essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território. O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo, pela representação), o ator “territorializa” o espaço (RAFFESTIN, 1980, p.143)

Quando pensamos em um jogo de escalas, não somos todos, individualmente e coletivamente, atores sintagmáticos? Não exercemos, ainda que comedidamente, algum nível de influência na construção do território e na territorialidade? De fato, sim. A malha territorial é altamente dinâmica e os fluxos de poder entre os agentes e instituições remodelam essa malha a todo instante, mesmo quando esses não estão fisicamente no território. A figura do Estado é a mais recorrente quando refletimos sobre conformação territorial, todavia há ainda outros agentes ou instituições capazes de definir as regras e usos do território. Especificamente a respeito das atividades turísticas no Vidigal, nossa pesquisa apontou pelo menos alguns, além daqueles que ocupam cargos na administração pública. O quadro abaixo apresenta os agentes ou instituições e as ações ou ferramentas utilizadas na produção do território.

Quadro 14 - Agentes, Instituições e Ferramentas que auxiliam na produção do território

Agentes/Instituições	Ferramentas
André Koller	Vidigal 100 Segredos
Associações de Moradores	Fóruns e debates sobre o turismo
Empreendedores (locais ou não)	Empreendimentos (turísticos ou não)
Mídia	Telenovelas, quadro televisivos, notícias, música
Facção de crime organizado (atualmente,	Coerção e estipulação de regras nos

Todas as ações e ferramentas utilizadas por esses agentes e instituições podem tanto expandir a atividade turística, como também reduzir os fluxos e em casos extremos causar a “morte” de um destino turístico. Rodrigues, sobre o turismo e mídia diz que: “O turismo introduz novos códigos culturais e propõe novos sistemas de símbolos baseados em imagens que substituem a realidade e conduzem julgamentos segundo códigos impostos pela mídia.” (1997, p.27). Para estabelecer a atividade turística, esses elementos que compõem esse destino podem já existirem ou serem criados especificamente para tal, como resorts. Luchiari esclarece da seguinte maneira:

É uma atividade que não depende mais exclusivamente da “vocação natural” de uma região, pois pode ser construída artificialmente e pelo poder econômico e político, pela cria o de parques temáticos, de uma natureza artificial, de uma autenticidade histórica reinventada para saborearmos costumes, hábitos e tradi es sociais que foram perdidos na corrida frenética para obter um papel no processo de globaliza o contemporâneo. [...] Não importa se a fun o social de determinadas formas e práticas não   a mesma: o turismo reinventa e cria novas fun es, recupera antigas práticas e bens culturais por meio do folclore, e monta atra es turísticas para a região (LUCHIARI, 2000, p.106)

Luchiari (2000) demonstra que quase todo espaço pode ser apropriado para se tornar turístico ou que contenha fluxos de turistas ou excursionistas. O fluxo de pessoas que comparecem as festas reforça a ideia da autora, ao criar um espaço voltado exclusivamente para o consumo e que impacta muito pouco a comunidade local. Os locais onde ocorrem essas festas cujo público alvo não   o morador do Vidigal, se assemelham muito a no o de não-lugar turístico – como   o caso de resorts. Nesses locais, o turista não tem contato com a realidade que constitui o local de destino. Todas as possíveis demandas dos turistas são contempladas “muro” adentro: alimenta o, diversão, e até mesmo manifesta es culturais podem ser “consumida” nos não-lugares turísticos. Caracteriza-se então como um espaço de transi o e consumo, onde não se estabelece ou aprofunda rela es socioculturais com a popula o do entorno ou “produz-se no espaço global um lugar que nega o local, sendo, portanto, um não lugar” (RODRIGUES, 1997, p.76). Barreto, esclarece

O turista de hoje, por sua vez,   um pós-turista, um consumidor cool, que sabe que muitas coisas que v  não são aut nticas, que pertencem a cultura do simulacro, mas não se importa desde que estejam revestidas de alguma aura que lhe agrade (BARRETO, 1999, p. 127)

Aqueles que sobem o morro para estar, exclusivamente em uma festa, utilizando veículo do empreendimento para ir e retornar, muitas vezes comprando ingresso antecipado, até está fisicamente na favela, tem um registro da sua experiência – por memória, por fotos –se relacionando com um não-lugar. A interação e relacionamento com a comunidade local se torna restrita ou nula, o que dificulta o desenvolvimento ou aprofundamento do conhecimento sobre aquele local – e pouco se assume que esse seja o objetivo desses excursionistas. Em termos de discurso e de experiência, o fato de ter frequentado o tão badalado Bar da Laje em uma favela carioca com uma “bela vista de todo Rio de Janeiro” pode render ao sujeito um status social. O lugar, afirma Rodrigues, “é o referencial da experiência vivida, pleno de significado; enquanto espaço global é algo distante, de que se tem notícia, correspondendo a uma abstração” (1997, p.76). Afirmamos que a “experiência” favela para o excursionista está voltada para o consumo de alguns espaços, que altera as dinâmicas da população e impacta minimamente de maneira positiva para a mesma.

Em relação ao grupo que classificamos como turistas - pernoitam no Vidigal –, afirmamos que estes possuem algumas características distintas e também similitudes quando comparado aos excursionistas. A primeira diferença está no tempo de permanência: enquanto os excursionistas realizam passeios ou visitas que duram apenas algumas horas, os turistas geralmente pernoitam tempo superior a sete dias. Outra característica está em relação ao consumo: apesar de comprovadamente pouco gasto impacto econômico gerado por esses turistas, seus gastos geralmente são realizados nos empreendimentos locais, como mercadinhos, pizzarias, isso porque a estrutura de hostels ou albergues quase sempre fornece uma cozinha e seus equipamentos (fogão, geladeira, micro-ondas, panelas) para uso.

Diante desse cenário, podemos compreender que os turistas vivenciam pouco o Vidigal. Nos registros fotográficos analisados, o Vidigal raramente surge como elemento principal, e sim a paisagem que ele proporciona. Já para os turistas essa experiência muitas vezes se limita a utilizar a Avenida João Goulart – e outras poucas ruas – apenas como forma de deslocamento como os excursionistas, sendo esta a semelhança. A fala de um de nossos entrevistados é esclarecedora nesse ponto: “o turismo no Vidigal é **exploratório** pois não centraliza o morador como agente da atividade turística”.

O turismo exploratório surge pela primeira vez em nossa pesquisa a partir da fala do proprietário de um dos hostels do Vidigal. No entendimento do entrevistado, guias – locais ou não e alguns estabelecimentos – incluindo os meios de hospedagem – desenvolvem a atividade turística apenas com o interesse de ganhos econômicos sem se preocupar com o desenvolvimento local ou envolvimento da população. O turismo exploratório não é aquele que explora a pobreza como produto, como pode se pensar em um primeiro instante, é, na verdade, a materialização da atividade que visa apenas obtenção de lucros, deixando de lado os aspectos socioculturais e ambientais que pode se desenvolver a partir do turismo.

Além dos guias locais e grupos, ainda há empresas de fora que oferecem guiamento pelo Vidigal – principalmente ao Dois Irmãos, como o caso da *Getyourguide* e que cobra entre 62 e 70 euros por pessoa em um passeio que de acordo com a empresa pode durar até cinco horas. O ponto de encontro dos que compram o produto é em frente ao hotel Sheraton e inclui guiamento pelo Dois Irmãos e pelas ruas da favela. Um contato via e-mail com a *Getyourguide* foi realizado com o objetivo de descobrir se os guias contratados pela empresa eram locais. A resposta fornecida pela empresa informava que não sabia, não tinha essa informação, visto que trabalhava com a terceirização do produto turístico ofertado. A empresa cria parcerias com agências de receptivos locais e disponibilizam os passeios à *Getyourguide.com*

O termo turismo exploratório nas favelas cariocas surgiu também como agenda política. O Vereador Célio Luparelli propôs através do Projeto de Lei 1599/2015 a criação de Áreas de Especial Interesse Turístico (AEIT) <sup>70</sup> em alguns locais da cidade, como o Morro da Providência, Pavão-Pavãozinho, Vidigal e mais 18 localidades. Entre as propostas do PL, estavam;

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

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

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

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

---

<sup>70</sup>De acordo com o Art. 3º da Lei 6.513/77: Áreas Especiais de Interesse Turístico são trechos contínuos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservados e valorizados no sentido cultural e natural, e destinados à realização de planos e projetos de desenvolvimento turístico

- IV – Realização de diagnóstico aprofundado dos serviços, recursos e atrativos turísticos das localidades e da disponibilização em meio digital e impresso através das publicações do Rio Guia Oficial;
- V- Promoção da capacitação dos agentes de informações da Cidade em relação ao segmento e *workshops* para o mercado operador turístico;
- VI – Promover parcerias entre agências e operadoras de turismo e os guias locais que realizam o turismo de base comunitária;
- VII – Criação de fórum permanente de pesquisa sobre Turismo em Favelas, com a participação de departamentos de instituições de pesquisas voltadas para o estudo das favelas cariocas.

Apesar de em teoria o Projeto de Lei tentar minimizar ou coibir tal atividade, na prática, ao menos no Vidigal, estas permaneceram. Atualmente, a investida de minimizar essa prática ressurgiu através da iniciativa de dois proprietários de um dos hostels do Vidigal. No dia 16/02/2018, os sócios promoveram a festa de lançamento do grupo “Nova Era” – nesse evento o Favela Experience foi renomeado para Nova Era - que tem como objetivo principal criar um turismo de experiência que estabeleça como elemento principal da experiência do turista com o morador. A Nova Era é uma empresa de turismo de impacto social e que tem como missão aplicar o turismo como ferramenta de desenvolvimento social. Segundo um dos sócios, é preciso reformular o atual modelo de atividade turística da favela, onde o visitante geralmente apenas sobe o Dois Irmãos e vai embora. Em suas palavras “isso não é turismo, é uma visita a uma montanha”. Ainda de acordo com o discurso proferido na festa, a empresa tem como missão proporcionar um turismo diferenciado, pautado na base comunitária e que permite quebrar preconceitos e desenvolver a empatia.

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

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

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

Se os idealizadores do Nova Era vão materializar essa prática de turismo, de base comunitária somente uma pesquisa posterior poderia demonstrar. O que fazemos aqui é evidenciar duas colocações. Primeiramente que apesar de a atividade turística ocorrer no Vidigal, pouco ou até mesmo nada da história do morro e das relações sociais entre moradores e turistas é posta como prática turística. Em segundo lugar, a conformação da superestrutura de turismo tem grande influência dos agentes externos – mesmo que alguns deles hoje morem no Vidigal. Foi preciso, por exemplo, que dois investidores estrangeiros pensassem e iniciassem um projeto que, em teoria, corresponderá a um turismo de base comunitária ou que um empresário do ramo de alimentos e bebidas – que é o caso da rede Belmonte – investisse no primeiro hotel do morro ou ainda a criação do Bar da Laje, que deixou de ser apenas uma oferta turística e ele próprio tornou-se um atrativo.

## CONCLUSÃO

A leitura sobre o turismo nas favelas seja acadêmica como encontrada em Bentes (2008) ou Freire-Medeiros (2007, 2009), ou em reportagens jornalísticas, artigos de opiniões e outros, exalta a pobreza como principal atrativo turístico e parece generalizar o turismo **em** favelas como turismo **de** favelas. Aliás, esse tipo de turismo parece ter o sinônimo de turismo de pobreza. No senso comum, não há distinção, visitar favelas é, necessariamente, buscar testemunhar a pobreza que é materializada em formas de tours ou *jeep tours* por empresas que estão alheias ao território geográfico dessas favelas. Não negamos nesse trabalho que essa possa ser uma prática recorrente em favelas cariocas que recebam fluxos turísticos – incluindo o Vidigal -, mas esta pesquisa revelou que há mais do que apenas a pobreza nas favelas.

Entender as estruturas da atividade turística e de seus fluxos foi extremamente necessário para a construção desse trabalho. Para os entrevistados, especificamente no Vidigal, nossa pesquisa apontou que não há um consenso quanto a percepção dos moradores de quando começou os fluxos turísticos: alguns dos moradores entrevistados afirmam que o Vidigal sempre recebeu turistas e outros depois da visita do papa; outra questão é a presença da Unidade de Polícia Pacificadora na dinamização do turismo, implementada no Vidigal em 2012. A divergência em estabelecer um marco temporal para os fluxos turísticos não se polariza entre certo e errado, mas sim no ponto de vista e definição do que é a atividade turística por cada um dos entrevistados. Há, no entanto, um ponto de convergência entre as opiniões dos entrevistados: A UPP foi um fator determinante para a intensificação do fluxo turístico e a expansão dos empreendimentos voltados diretamente para o turismo ou não.

Aqui cabe uma observação e explicação importante: o hotel Sheraton pouco aparece nesse trabalho, não foi posto e nem analisado como elemento que compõe o Sistema de Turismo do Vidigal, apesar da proximidade com a favela e de estar geograficamente localizado no morro, mais especificamente na Prainha. O argumento que utilizamos para não inclui-lo em nossa análise sistêmica é que o hotel é afastado “socialmente” do Vidigal, inclusive, o próprio endereço do meio de hospedagem o localiza no bairro do Leblon. Assim, podemos assumir que o Sheraton é distanciado do Vidigal, pois não representa um elemento de identidade para os moradores do morro (alguns moradores com quem conversei afirmavam que os hóspedes do Sheraton não se

misturavam com os moradores da favela). Por se tratar de um hotel de luxo, acreditamos que pode haver um esforço para que os hóspedes não “precisem” sair das acomodações oferecidas. Lembro-me que em trabalho de campo tentei conversar com alguns hóspedes que desceram até a Prainha e as respostas monossilábicas deixou claro o desconforto da parte deles. Não negamos que os hóspedes do Sheraton possam querer visitar o Vidigal, ou que o hotel possa empregar mão de obra local, contribuindo assim para a atividade turística e gerando emprego e renda através da mesma, mas focamos nas ofertas localizadas na favela por acreditarmos que essas impactam mais diretamente no território estudado.

Desde 2012, a oferta turística pós UPP aponta para a expansão dos meios de hospedagem e outros estabelecimentos. Apesar da predominância de hostels ou albergues e três hotéis – esses últimos localizados na Praça do Vidigal -, grandes empreendimentos – financiados por capital externo ao morro - foram construídos, como o Bar da Laje e o Hotel Mirante do Arvrão. Outros estabelecimentos de apoio à atividade turística também são inaugurados como restaurantes, hamburguerias *gourmet* e lojas especializadas em fumo. Apesar disso, vários desses estabelecimentos hoje se encontram fechados, o que pode reforçar o pouco uso dos turistas desses estabelecimentos.

A UPP – como representação do poder do estado -, em nossa análise surge como um dos atores sintagmáticos na produção de um espaço consumível, pois é a partir dela que há a propagação de estabelecimentos voltados para o atendimento aos turistas a criação do ideário de território pacificado, apto para visita e pernoite. Durante esse trabalho, coletamos evidências que nos levam a afirmar que graças a atuação desse programa de segurança pública, o capital externo pode ser aplicado onde antes não tinha domínio. Não apenas o turismo como atividade fundamentalmente capitalista, se desenvolveu no local, mas como o mercado imobiliário.

A reportagem da Carta Capital – veiculada<sup>71</sup> em 14/04/2014 - narra a experiência de uma moradora que recebeu uma oferta de compra da sua casa – no valor de R\$ 140.000,00 - por um homem de São Paulo, demonstrando o encarecimento de custo de vida com a chegada dos policiais da UPP. *Websites* como a ZapImóveis – voltada para a locação e venda de imóveis no Brasil – chegaram a apresentar anúncios

---

<sup>71</sup><https://www.cartacapital.com.br/sociedade/gentrificacao-chega-ao-vidigal-e-pressiona-precos-dos-imoveis-8227.html>

de R\$ 2.600.000,00 (Dois Milhões e Seiscentos Mil reais) em uma casa no Vidigal, em 2015, um ano após a “estreia” do morro no horário nobre de uma das novelas da Globo. Vale lembrar também o caso do alemão Rolf Glaser investiu mais de R\$ 1.000.000,00 (um milhão) na compra de imóveis para tentar transformar o Vidigal em um polo turístico. O empresário em questão desistiu, posteriormente do seu projeto, mas os dois fatos mostram que a especulação imobiliária ocorreu tanto para a expansão de empreendimentos quanto para a moradia.

Coriolano (2006) enfatiza a importância do papel do Estado para a expansão da atividade turística. É por meio da ação dos agentes ou grupos de agentes que ocupam cargos políticos e decisórios que se é possível a criação de estruturas que potencializam fluxos turísticos para um local. Realça-se que os territórios do Vidigal, juntamente com a Rocinha e a Chácara do Céu- chamada pelos moradores de favelas irmãs – foi intensamente disputado por duas facções de narcotráfico do Rio de Janeiro, com o ápice do conflito em 2006 - período conhecido como Guerra do Vidigal – que culminou com vitória da facção Amigo Dos Amigos, a ADA sobre o Comando Vermelho, o CV. De acordo com os moradores – e também amigos – com quem conversei, a ADA se estabeleceu como uma facção mais pacífica e menos “ostentadora”. Apesar de ainda explorar o tráfico de drogas, os integrantes da ADA, sob chefia de Antônio Francisco Bonfim Lopes (o Nem, preso em 2011) expandiram suas ações a outras atividades como a de transporte (kombis e mototáxis, o mesmo q esse trafico impede de circular nos dias de festa) e internet. Já a relação com a UPP, ainda de acordo com o relato de moradores, era uma forma de acordo: a ADA mantinha o controle de seus territórios e suas atividades e os soldados da UPP se mantinham no morro sem precisar o confronto com os traficantes (há quem diga que esse acordo envolvia quantias de dinheiro pagas aos policiais para manter a “paz”, o chamado arrego, o que nos levaria a concluir em uma pacificação ensaiada).

Enquanto os acordos entre a facção e a UPP foi mencionado por um ou outro morador, um acordo entre “turistas e tráfico” foi assunto recorrente com quase todas as pessoas com quem conversei. Os turistas poderiam circular livremente pelo morro sem serem importunados ou correrem o risco de serem assaltados e tampouco se deparar com homens do tráfico fortemente armados – eu mesmo jamais avistei algum.

É inegável a importância do papel da UPP no turismo do Vidigal, porém, desde o decreto institucional de falência do estado do Rio de Janeiro, o programa tem se

enfraquecido. No Vidigal, os primeiros efeitos desse enfraquecimento surgiram em meados do ano de 2017. O assassinato do policial, em julho do mesmo ano, durante uma ronda na Avenida João Goulart foi apenas um dos primeiros acontecimentos de uma onda de violência que seria noticiado no Vidigal e adjacências. Entre os meses de outubro de 2017 e janeiro de 2018, alguns traficantes da ADA decidiram romper com a facção e retornar ao Comando Vermelho, o que resultou em intensos confrontos pela posse do território na Rocinha e no Vidigal. Ao que parece, o momento fora apropriado ao Comando Vermelho mediante ao enfraquecimento da Polícia do Rio de Janeiro e o resultado foi a reconquista dos territórios da Rocinha, Vidigal e Chácara do Céu pelo CV.

Graças a essa redefinição de poder e controle do território, “novos” acontecimentos têm sido testemunhados no Vidigal: traficantes em grupo correndo com fuzis pela parte mais baixa do morro, rajadas de tiro contra a polícia – que moradores afirmam estar ocorrendo frequentemente nas localidades do Catorze e Pedrinha, onde parte dos traficantes se abrigam – e o uso da trilha Dois Irmãos como rota de fuga, transito ou esconderijo (o Dois Irmãos liga a Rocinha ao Vidigal, assim como a Estrada do Vidigal liga a favela à Chácara do Céu). Esses confrontos, ainda de acordo com a fala de moradores, representa um conflito de interesses econômicos entre o CV e a UPP, onde os integrantes da facção se negam a pagar “propina” aos policiais. Não faz parte do objetivo desse trabalho pensar no turismo no Vidigal a partir dessas redefinições e/ou enfraquecimento do programa de segurança pública do estado – esse é, aliás, objeto para uma nova pesquisa, mas achamos pertinente apontar esses acontecimentos na conclusão desse trabalho.

A UPP surge como um dos elementos centrais da nossa pesquisa no que tange a produção turística porque foi a partir dela que houve aumento das atividades turísticas, mas certamente ela não é o única. A partir da pacificação ensaiada e da intensificação do fluxo turístico no Vidigal, surgiu o Mapa Vidigal 100 segredos. Desenvolvido pelo Designer Alemão André Koller – com primeira edição em 2012 – o mapa representa o Vidigal, todas as suas áreas – como o Catorze, Pedrinha, Arvrão - e os vários empreendimentos no morro, sejam eles turísticos ou não. Atualmente está em sua quinta edição (2017), o mapa que chegou a ser comercializado a R\$ 2,00 (dois reais), hoje é de aquisição gratuita e é distribuído por André nos estabelecimentos e aos guias locais que realizam seu trabalho dentro do Vidigal. O Vidigal 100 segredos foi, nas palavras do

próprio André, criado para dar visibilidade ao Vidigal como um todo – as ruas, sem exceção, foram nomeadas com a ajuda dos moradores mais antigos e com o auxílio do IPP – e de promover o Vidigalo, empresa na qual o alemão é proprietário e que o mapa leva a marca.

O mapa Vidigal 100 segredos foi ferramenta essencial para a composição desse trabalho. A partir dele, pode-se perceber a dinâmica do “setor turístico” no morro, já que mostra a rapidez com que empreendimentos surgem, fecham ou reformulam seus produtos, mas principalmente percebemos que há dois territórios bem distintos sendo “produzidos” no Vidigal: enquanto o primeiro território classificamos como de pouco fluxo ou intensidade turística, o segundo é o território turístico de maior intensidade. Se ao visualizar o mapa já é possível perceber o contraste no que se trata da concentração de estabelecimentos – grande parte está localizado na parte mais baixa/média do morro e ao longo da Avenida João Goulart – versus a ausência ou pouca quantidade destes nos territórios “não turísticos”, a visita a esses lugares que realizei com um guia local – comprova de fato o que é retratado no mapa.

O Vidigal 100 Segredos não é o único material de divulgação/ orientação a retratar o local. O Guia de Bolso de Comunidades do Rio de Janeiro produzido pelo Sebrae em parceria com a prefeitura do Rio de Janeiro e mapas oficiais turísticos oficiais foram lançados entre os períodos da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos. O mapa turístico oficial da Zona Sul do Rio de Janeiro, traz apenas uma representação genérica do Vidigal: a Praia e o Dois Irmãos. Pelo fato do Vidigal 100 segredos ser distribuído nos estabelecimentos do Vidigal – não apenas os de hospedagem, como também restaurantes e para guias locais- não é incomum encontrar turistas de posse desse material. Já a respeito dos outros materiais de divulgação turística, nenhum dos entrevistados manifestou ter visitado o Vidigal em função do conhecimento de um deles.

Os mapas oficiais não são os únicos responsáveis por essa secção dos territórios entre turísticos e não turístico, eles evidenciam e ajuda a reforçar essa conformação. A atuação do estado no programa de pacificação do Vidigal representa apenas uma etapa para a construção de uma oferta – que posteriormente se transforma em produto – turística, essa muito diferente dos *jeeptours* da Rocinha.

Desde 2012, o Vidigal surge, recorrentemente, como cenário para programas, novelas, produção de videoclipes e tem constantes matérias jornalísticas que tratam do

local – como destino turístico ou não. Não podemos deixar de mencionar a importância dos meios de comunicação na produção e formatação do espaço para consumo. Esses meios de comunicação anulam a distância e suprimem o tempo para aqueles que consomem o material produzido, sendo a imagem um dos principais artifícios nesse processo. No mundo pós-moderno, as barreiras para o acesso à informação têm sido cada vez mais diluídas: o que importa é o quão longe a informação pode percorrer. No caso do turismo, os meios de comunicação produzem não apenas os destinos de maneira geral, mas diversos elementos a serem consumidos: o Bar da Laje; a Trilha Dois Irmãos; a festa/baile na favela. Todos esses elementos passam a compor um universo imaginário daquele que pode se tornar o futuro turista – e caso venha, o objetivo fora alcançado com sucesso. Os elementos como a mídia e as redes sociais são responsáveis em grande parte pela produção e consumo desse turismo.

É graças também a evolução dos meios de tecnologia e comunicação que a oferta turística – que na concepção de Beni (p.177), são elementos necessários para atrair uma demanda turística - transforma-se em produto turístico. Lembramos que a distinção de um para outro ocorre quando há o consumo efetivo. Grandes empresas como a Decolar, *Booking* e *Airbnb* oferecem meios de hospedagem no Vidigal. Outros produtos disponíveis para compra *on-line* são os “favela tours” (que no caso do Vidigal pode se restringir apenas a subida ao Dois Irmãos). Identificamos que há empresas de capital estrangeiro que já oferecem os produtos – com preço cobrado em Euro. Além disso, há ainda, de acordo com um dos guias locais, pessoas que realizam guiamento na favela, mas não são moradores.

O alemão que produz o mapa, guias que não são moradores, neste sentido, muito parecido com o que acontece na Rocinha; artistas internacionais que compram casas, empresas de capital internacional que vende *tours* e hospedagem e, não menos importante, empresários de fora que compram imóveis e os transforma em empreendimentos locais: o Vidigal turístico se configurou não apenas como moeda de uso e troca, mas como território onde circula capital externo.

Todas as técnicas utilizadas para a composição dessa dissertação convergiram para algumas conclusões a respeito da formação da atividade turística no Vidigal: em primeiro lugar, enquanto ocorre um processo de “evidenciamento” turístico de determinados locais, há em contrapartida, outro processo, antagônico ocorrendo na maior área do morro: o da invisibilidade turística. Locais como Catorze, Pedrinha,

Jaqueira não recebem fluxos turísticos, assim apresentam escassez de estabelecimentos de comércio de bens e serviços. Já a parte média do morro (Rua 3, Rua Nova), Avenida João Goulart e o Arvrão são os locais que apresentam um fluxo maior de turistas e excursionistas e a concentração de estabelecimentos de bens e serviços. Sobre esses estabelecimentos, podemos considerar duas perspectivas distintas: o adensamento de estabelecimentos ocorreu durante o período UPP, o que nos leva a afirmar que os estabelecimentos surgem graças a intensificação dos fluxos turísticos. Contudo, há ainda uma outra perspectiva a ser considerada: alguns empreendimentos se tornaram atrativos locais – como o Bar da Laje e o Alto Vidigal. Não seria errado afirmar que dessa forma parte dos fluxos acontecem graças a esses locais. Para tanto, não seria exagero afirmar que há distinção de **território turístico e não turístico**. Não coincidentemente, é onde declaramos os territórios não turísticos que temos os problemas mais graves de infraestrutura e recentemente, confrontos entre policiais e membros do Comando Vermelho.

Mas o que a nossa pesquisa conclui a respeito da demanda e do consumo turístico no Vidigal? Para responder esta pergunta, em primeiro lugar, precisamos retomar os termos, turismo **de** favela e turismo **em** favela. Apesar de alguns trabalhos considerar o turismo de favela como uma segmentação turística, devemos discordar desta ideia por um único motivo, pois ele retrata de maneira genérica e reducionista a atividade turística nesses locais. Formata no imaginário de quem o lê, os espaços das favelas como todos iguais e os “produtos” a serem consumidos como sendo os mesmos. No senso comum, esse produto geralmente corresponde ao consumo da pobreza.

Aqui não afirmamos com convicção que a vontade de consumir pobreza ou condições precárias de infraestrutura não possam surgir como elementos para a escolha da viagem ou visita ao Vidigal. O que afirmamos é que esse elemento, o da **pobreza, não é a principal forma de consumo do fluxo**. Não apenas a observação em campo, bem como a aplicação de questionários e a análise de fotos publicadas no Instagram nos ajudam a reforçar essa afirmação. No caso da rede social, as imagens mais encontradas retratam, principalmente, o Dois Irmãos e o Bar da Laje. Para além disso, o 100 segredos também nos dá auxílio: não há concentração de meios de hospedagem ou outras ofertas de auxílio a atividade turística no que consideramos “território não turístico”.

O fenômeno turístico, vale lembrar, se manifesta de maneiras diferentes em lugares diferentes, e por mais redundante que possa parecer essa afirmação, é importante lembrar que nenhum local apresenta a mesma organização espacial. O espaço, como nos afirma Milton Santos (2006), é um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações, e é seguro afirmar que nenhum espaço é idêntico ao outro (apesar de apresentar similitudes). Partir desse pressuposto é negar que o fenômeno turístico se manifesta exatamente nos mesmos moldes em qualquer lugar, seja no Vidigal, Rocinha, Babilônia, Providência ou outra favela. Cada uma dessas favelas possui uma constituição própria do espaço, marcado pela produção de sujeitos e instituições distintas ao longo do tempo, ou seja, o espaço é na verdade a resultante temporal de ações dos homens. Tempo e Espaço são, tão logo, fundamentais para compreender o nosso objeto.

A título de exemplo, em 2011, a Providência (localizada próxima a Central do Brasil), possuía poucos estabelecimentos de bens e serviços, realidade diferente do Santa Marta, (Botafogo) e do Vidigal (que visitei pela primeira vez em 2012). Como já disse, na ocasião da visita ao morro da Providência – com trajeto a partir da escadaria próxima ao Túnel João Ricardo ao Mirante da Providência - pude notar a escassez de estabelecimentos em geral (os que passei, eram botecos). A função das construções do morro era, basicamente para habitação<sup>72</sup>. Já a visita ao Santa Marta, que ocorreu no mesmo dia, ficou registrada como um local com maior fluxo de pessoas, grande quantidade de estabelecimentos dos mais variados. As experiências supracitadas servem como base de argumento de que o turismo que ocorre nas favelas se manifesta para cada qual espaço de maneira diferente. Não apenas pela organização espacial e das relações que se estabelecem nos territórios, como também pela acumulação do tempo que ocorreu em cada um desses espaços.

Ao correlacionar esse pensamento à prática da atividade turística, é seguro afirmar que os objetos dispostos e as ações que se manifestam no espaço produzem intenções de consumo distintas, ou seja, as demandas dos turistas e/ou excursionistas, podem não ser as mesmas de favela para favela, que por sua vez produz diferentes relações com o território.

---

<sup>72</sup>Dois acontecimentos interessantes sobre essa visita: a primeira delas diz respeito aos boatos que uma das casas no alto da Providência pertencia a artista Luana Piovani; o segundo acontecimento foi o testemunho de algumas habitações “marcadas” pela Secretária Municipal de Habitação que viriam a ser demolidas para viabilizar a construção do teleférico da Providência, como já disse na introdução.

O que consome então o turista no Vidigal? A resposta mais precisa para essa pergunta só pode se concretizar mediante a explicitação de dois grupos distintos daqueles que visitam o morro. Em primeiro lugar estão os excursionistas, aqueles que permanecem menos de 24 horas no local e nele não pernoitam. Os excursionistas do Vidigal buscam algo bem específico: sobem o morro – em grupos ou individualmente, com guias ou não-, consomem o que desejam consumir e retornam ao seu ponto de origem. Vale dizer que o Vidigal não recebe excursões turísticas realizadas em ônibus – que muitas das vezes “obriga” o turista a descer em um local de desinteresse para apenas consumir algo. Essa informação é importante porque nos ajuda a entender que o sujeito que sobe o morro tem a vontade de conhecer algo.

Os locais com grandes fluxos de excursionistas são a trilha Dois Irmãos, o Bar da Laje – tanto como estabelecimento de alimentos e bebidas, como local de festa – e as festas (geralmente as que acontecem no Arvrão ou na Laje do Neguinho). Ainda podemos fazer a distinção de impactos entre aqueles que visitam a trilha e os que visitam os bares e/ou festas. O primeiro grupo impacta mais fortemente pela perspectiva ambiental. Consome geralmente pouco ou nada durante o percurso da trilha. Seus gastos, muitas das vezes, se restringem ao mototáxi para subir e retornar ao pé do morro. Já o segundo grupo gera impacto econômico. Apesar dos estabelecimentos que visitam não serem de investimento local, há em dias de eventos, a montagem de tendas de moradores para a venda de alimentos e bebidas. Nesse segundo grupo, observa-se que a experiência do consumo muito se relaciona ao status de estar na favela, mesmo sem procurar conhecê-la.

Identificamos, portanto, a experiência de um simulacro, onde a realidade reproduzida não condiz com o entorno habitual. Não há, nesses locais elementos que remetam a cultura, a história ou a memória da favela. O único referencial de favela torna-se a própria localização geográfica. Nas palavras de Baudrillard “Na verdade, já não é o real, pois não está envolto em nenhum imaginário. É o hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera” (1991, p.8).

Além dos excursionistas, há o grupo dos turistas, ou seja, aqueles que pernoitam no Vidigal. Esse grupo – composto de brasileiros e estrangeiros- geralmente permanecem mais do que sete dias no Vidigal e afirmam, muitas vezes, buscar uma experiência de troca cultural no morro. Notamos que há uma contradição entre o discurso e a prática turística. Apesar do tempo de permanência relativamente longo,

muitos deles não conhecem e não visitam muitos locais do Vidigal. Ainda que não haja homogeneidade no perfil dos turistas, o Vidigal Turístico se limita aos principais atrativos, que também são poucos (a trilha e a praia, como elementos naturais, e as festas como simulacros).

Mais do que isso, concordamos com o proprietário de um dos hostels, que o turismo que se configura atualmente no morro é de característica mercadológica e contraditória: a favela surge tanto como elemento principal e secundário, na intenção e no consumo de fato, respectivamente. Surge também como elementos de status, de produção e propagação de uma imagem. Os não lugares, que é como interpretamos os locais onde ocorrem as festas para turistas, são, definitivamente um desses locais de status.

A partir da atividade turística, os muitos agentes e/ou instituições tem a capacidade de criar ou reformular relações, de atribuir novos usos e regras para o território. Essas, por sua vez, podem se constituir como conflitivas ou “mutualística”. Os usos podem ser percebidos de maneira positiva ou negativa de acordo com a posição do sujeito que o observa e as regras podem favorecer um grupo em detrimento do outro.

A disputa – literal- pelo direito de comercializar produtos na trilha Dois Irmãos – onde impera o “tenho o direito, pois cheguei primeiro”-, o impedimento dos mototáxis de chegarem até o ponto final do Arvrão em dias de festas - com o aval de aprovação do tráfico –, o processo de gentrificação e especulação imobiliária, são apenas alguns dos exemplos observados durante a pesquisa que corroboram a intensificação dos fluxos turísticos

Ao fim dessa pesquisa, pude testemunhar uma suposta tentativa de construir um turismo de base comunitária pautado na experiência “real” da favela. Essa experiência, de acordo com um dos idealizadores – um norte americano – consiste em reconfigurar o elemento central do turismo no Vidigal: a favela deixaria de surgir como elemento principal, sendo substituída pela vivência do morador. Fato é que esse tipo de turismo seria pioneiro na favela e poderia contribuir para uma expansão do “território turístico do Vidigal”. Contudo, essa promessa de um novo turismo deve enfrentar entraves, acima de tudo no quesito de segurança.

Esse trabalho ainda provoca um questionamento: como será o turismo no Vidigal daqui para frente com a falência das UPPs? No questionário aplicado, a maior parte dos turistas entrevistados afirmou que retornariam mesmo sem a presença da

Unidade Pacificadora, mas essa informação não é suficiente para afirmar que de fato isso aconteceria. Com as notícias dos frequentes confrontos na região, além do próprio despreparo da polícia para com a população – como os casos da turista espanhola, morta por policiais ao furar um bloqueio na Avenida Niemeyer e mais recentemente do incêndio a um ônibus próximo a Praça do Vidigal, realizada por traficantes – o futuro do turismo do Vidigal é uma incógnita.

Diferentemente do turismo realizado na Rocinha, como apontado por Freire-Medeiros (2009), o turismo no Vidigal não tem base comunitária. Não existe uma rede de cooperação que conecte os agentes e criem vínculos que ajudem a constituir a atividade no morro. Também se difere da Rocinha, pois majoritariamente, não está voltado ao consumo da pobreza, tão comumente associado a esses territórios. Ao mesmo tempo esse turismo altera as relações e instaura uma hierarquia de poder. O impedimento do mototáxi de circular até o ponto final do Arvrão em dias de festas; a permissão ou restrição desses eventos tanto pela UPP, quanto pela facção em comando; o uso, sem qualquer tipo de controle, da trilha Dois Irmãos e os impactos provocados no meio ambiente, desta forma os usos construídos a partir da atividade turística nos territórios do Vidigal produzem mais do que uma foto no Instagram com a #bardalaje ou #doisirmãos. Estes usos acabam por produzir também abusos resultantes de uma atividade turística em que a sua superestrutura se apropria da favela como marca, e cria simulacros de consumo.

## BIBLIOGRAFIA

- AIRBNB – Disponível em: < <https://www.airbnb.com.br/>> Acesso em: 05/10/2017
- ARQUIDIOCESE DE SÃO SEBASTIÃO – ArquRio. Disponível em: <<http://arqurio.org/noticias/detalhes/3398/o-santo-que-visitou-o-vidigal>>. Acesso em: 09/05/2017.
- BARBAS, Maria Gravari e GRABURN Nelson. Imaginários turísticos, Via@, Imaginários turísticos, nº1, 2012.
- BAR DA LAJE – Disponível em: <<http://bardalaje.rio/>>. Acesso em: 30/04/2017.
- BARRETTO, Margarita. Manual de iniciação de estudo do turismo. Campinas, SP. Editora Papirus, 1999
- BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Relógio d'água, 1991.
- BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.
- BIDOU-ZACHARIASEN, Catharine. De volta à cidade: Dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos. Annablume editora, SP, 2006.
- BLOG DO RIELLA – Disponível em: <<http://blogdoriella.com.br/e-o-anel-de-joao-paulo-ii-ficou-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 10/05/2017
- BOOKING. Disponível em: < <https://www.booking.com>> Acesso em: 25/10/2017
- BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Editora Bertrand, 1989
- CADASTUR – Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no Setor do Turismo - Disponível em: < [Cadastur.turismo.gov.br](http://Cadastur.turismo.gov.br)>. Acesso em: 15/10/2017.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. A pesquisa em hospitalidade. Revista Hospitalidade, 2008.
- CARTA CAPITAL – Disponível em: < <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/gentrificacao-chega-ao-vidigal-e-pressiona-precos-dos-imoveis-8227.html>>. Acesso em 08/01/2018
- CATEDRAL METROPOLITANA SÃO SEBASTIÃO DO RIO DE JANEIRO - Disponível em: <<http://www.catedral.com.br/>>. Acesso em: 29/04/2017.
- CÉLIO LUPPARELLI – Lei combate turismo exploratório nas favelas. Disponível em: <<http://www.celiolupparelli.com.br/noticia-3/2/>> . Acesso em: 19/02/2018.
- CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. Turismo: Prática Social de Apropriação e Dominação de Territórios. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre, 2006.
- CRUXECO – AVENTURA E TURISMO DE EXPERIÊNCIA. Disponível em: < <http://www.cruxeco.com.br/>>. Acesso em: 10/03/2018
- DAILYMAIL. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-5206139/Singers-music-video-causes-stir-shows-cellulite.html>> . Acesso em: 12/02/2018
- DEBORD, GUY. A Sociedade do Espetáculo. Ebook Brasil, 2003.
- DECOLAR – Disponível em: < <https://www.decolar.com/>> Acesso em: 03/10/2017
- DIÁRIO DO RIO- Disponível em: <<http://diariodorio.com/historia-do-morro-do-vidigal/>>. Acesso em: 20/04/2017.
- EBC – Disponível em:< [www.ebc.com.br/](http://www.ebc.com.br/)>; Acesso em: 15/08/17.
- El PAIS- Disponível em: <[https://elpais.com/internacional/2017/12/26/mundo\\_global/1514314644\\_981497.html](https://elpais.com/internacional/2017/12/26/mundo_global/1514314644_981497.html)>. Acesso em: 12/02/2018
- EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA- Sistemas Agroflorestais. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-produtos-processos-e-servicos/-/produto-servico/112/sistemas-agroflorestais-safs>> Acesso em: 01/05/2017.
- ESTADÃO – Anitta lança clipe “Vai Malandra” gravado no Vidigal. Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/gente.anitta-lanca-clipe-vai-malandra-gravado-no-vidigal.70002123927>>. Acesso em: 12/02/2018

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DE PRODUTOS TURÍSTICOS – SEBRAE 2011. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Estudo\\_de\\_Competitividade\\_de\\_Produtos\\_Turxsticos.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Competitividade_de_Produtos_Turxsticos.pdf)>. Acesso em: 14/04/2018

FACEBOOK – Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 15/10/2017

FAVELAS NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO: O QUADRO POPULACIONAL COM BASE NO CENSO DE 2010. Disponível em: <[http://portageo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download%5C3190\\_FavelasnacidadedoRiodeJaneiro\\_Censo\\_2010.PDF](http://portageo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download%5C3190_FavelasnacidadedoRiodeJaneiro_Censo_2010.PDF)>. Acesso em: 20/04/2017.

FEDERAÇÃO DE ESPORTES DE MONTANHA DO RIO DE JANEIRO – FEMERJ. Disponível em: <<http://www.femerj.org/>>. Acesso em: 23/04/2017.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. A favela e seus trânsitos turísticos. Rio de Janeiro: 2007

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Gringo na laje. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2009

FOLHA DE SÃO PAULO. “Vai malandra”, novo clipe de Anitta, divide opiniões no morro do Vidigal. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/12/1945446-vai-malandra-movimentaturismo-e-divide-opinioes-no-morro-do-vidigal.shtml>>. Acesso em: 19/02/2018.

GETYOURGUIDE- Disponível em: <[https://www.getyourguide.com/?utm\\_force=0](https://www.getyourguide.com/?utm_force=0)>. Acesso em: 10/03/2018.

GOOGLE MAPS - Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps?source=tldsi&hl=en>>. Acesso em: 25/04/2017.

GONÇALVES, Rafael Gonçalves. Favelas do Rio de Janeiro: História e direito. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2013.

GUIA DE BOLSOS DAS FAVELAS DO RIO DE JANEIRO. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2015.

HAMNETT, CHRIS. The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. Transactions of the Institute of British Geographers Vol. 16, No. 2 (1991)

HARVEY, David. A produção capitalista do espaço. São Paulo, Anablume, 2005.

HISTÓRIAS DOS MONUMENTOS DO RIO DE JANEIRO – Disponível em: <<http://ashistoriasdosmonumentosdorior.blogspot.com.br/2015/04/os-paineis-de-azulejos-e-os-mosaicos-da.html>>. Acesso em: 10/05/2017.

JÁUREQUI, Jorge Mario. @telier Metropolitano. Disponível: <<http://www.jauregui.arq.br/>>. Acesso em: 05/04/2017.

JORNAL O DIA- Policial militar é morto a tiros no Vidigal. Disponível em: <[https://odia.ig.com.br/\\_conteudo/rio-de-janeiro/2017-07-23/policial-militar-e-morto-a-tiros-no-vidigal.html](https://odia.ig.com.br/_conteudo/rio-de-janeiro/2017-07-23/policial-militar-e-morto-a-tiros-no-vidigal.html)>. Acesso em: 19/02/2018

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>; Acesso em: 19/08/2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Aglomerados Subnormais: Informações territoriais Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000015164811202013480105748802.pdf>>; Acesso em: 19/04/2017.

ÍNDICE FIPEZAP. Disponível em: <<http://fipezap.zapimoveis.com.br/>>. Acesso em: 09/10/2018

INSTAGRAM. Disponível em: <<https://www.instagram.com/?hl=pt-br>>. Acesso em: 18/02/2018

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE – Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/agsn/>>. Acesso em: 20/04/2017.

INSTITUTO DE SEGURANÇA PÚBLICA DO RIO DE JANEIRO – ISP – Disponível em: <<http://www.isp.rj.gov.br/Conteudo.asp?ident=61>> . Acesso em: 04/05/2017.

JAUREGUI - Disponível em: <<http://www.jauregui.arq.br/favela-bairro-vidigal.html>>. Acesso em: 05/05/2017.

LAJE DO NEGUINHO. Disponível em: <<https://www.lajedoneguinho.com.br/>>. Acesso em: 12/01/2018

MAPA VIDIGAL 100 SEGREDOS- 5ª EDIÇÃO. Disponível em: <fb.me/1vuuqgb6c>. Acesso em: 18/04/2017.

MINISTERIO DO TURISMO- MTUR . Dados e Fatos. Disponível em: <www.dadosefatos.turismo.gov.br>; Acesso em: 11/12/2017.

MIRANDA, Irma e FORTUNATO, Rafael Ângelo. O turismo sobre o morro do Vidigal (Rio de Janeiro, Brasil): Uma análise exploratória. Turismo e Sociedade, Curitiba, 2016.

MIRANTE DO ARVRÃO. Disponível em: <<http://mirantedoarvrao.com.br/>>. Acesso em: 12/01/2018

MULTIRIO- Mata Atlântica, o Bioma do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/1155-mata-atlantica-o-bioma-do-rio>> . Acesso em: 28/04/2017.

NORMAS BRASIL – Disponível em: <[http://www.normasbrasil.com.br/norma/decreto-33352-2011-rio-de-janeiro\\_177677.html](http://www.normasbrasil.com.br/norma/decreto-33352-2011-rio-de-janeiro_177677.html)> ; Acesso em: 10/12/2017.

O GLOBO –Mais da metade dos turistas querem conhecer favela no Rio. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/mais-da-metade-dos-turistas-quer-conhecer-favelas-do-rio-7349831>>. Acesso em: 19/02/2018.

O GLOBO – Vik Muniz inaugura escola no Vidigal. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/vik-muniz-inaugura-escola-no-vidigal-em-que-vai-ensinar-criancas-fazer-pipas.html>>. Acesso em: 11/05/2017.

OLIVEIRA, Fabiana Luci de. UPP's, DIREITO E JUSTIÇA- Um estudo de caso das favelas do Vidigal e do Cantagalo. Fundação Getúlio Vargas – FGV, Rio de Janeiro, 2012.

OLX IMÓVEIS – Disponível em: <<http://rj.olx.com.br/imoveis>>. Acesso em: 25/11/2017

ONUBR – Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/unesco-aprova-rio-de-janeiro-como-patrimonio-mundial-da-humanidade/>>. Acesso em: 15/10/2017.

PARQUE SITIÊ – Disponível em: <http://www.parquesitie.org/historia/> . Acesso em: 01/05/2017.

PATRIMÔNIO BELGA NO BRASIL – Disponível em: <<http://belgianclub.com.br/pt-br/creator/schein-fran%C3%A7oise-1953>>. Acesso em: 20/05/2017

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/>> Acesso em: 17/10/2017.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/smu/exibeconteudo?id=1453577>> . Acesso em: 17/10/2017

RAFFESTIN, CLAUDE. Por uma geografia do poder. Editora Ática, SP, 1980.

REVISTA MARIE CLAIRE- Anitta lança clipe “Vai Malandra” com “Justin Bieber” do Vidigal. Disponível em:<<https://revistamarieclaire.globo.com/Celebridades/noticia/2017/12/anitta-lanca-clipe-vai-malandra-com-justin-bieber-do-vidigal-assista.html>>. Acesso: 12/03/2018

REVISTA VEJA RIO. Disponível em: <<http://vejario.abril.com.br/cidades/novo-trecho-da-orla-carioca-e-batizado-de-prainha-do-vidigal/>> . Acesso em: 20/04/2017.

RIO CULTURAL SECRETS – Disponível em: <[www.rioculturalsecrets.com/](http://www.rioculturalsecrets.com/)> ; Acesso em: 10/12/2017.

RIO GUIA OFICIAL – Disponível em: <[www.rioguiainicial.com.br/o-que-fazer/espacos-culturais](http://www.rioguiainicial.com.br/o-que-fazer/espacos-culturais)>; Acesso em: 10/03/2017.

RIOONWATCH- Relato das favelas cariocas. Da vila de pescadores a favela da moda. Disponível em: < <http://rioonwatch.org.br/?p=4412>> Acesso em: 20/04/2017.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e Espaço: Rumo a um conhecimento interdisciplinar. Editora Hucitec, São Paulo, 1997.

ROQUE, Guilherme de Freitas. Projeto Wikimapa: Percepções sobre Marketing Cultural, cidadania e cultura. CELACC/ECA/USP, 2013

SANTOS, Karina Santa Rosa dos – O turismo como agente impulsionador do processo de gentrificação na favela do Vidigal: A visão do seu morador. Universidade Federal Fluminense, 2014.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. Editora Universidade de São Paulo, 2006.

SLACK PROOF- Disponível em: <<http://www.slackproof.com/o-que-e-slackline>>. Acesso em: 25/04/2017.

SERRANO, Célia, BRUHNS, Heloisa Turini e LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP. Editora Papirus, 2000.

TEPEDINO, Cristina de Azeredo Lopes. Cotidiano escolar e mudança sociocultural: A experiência do colégio Stella Maris. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica (PUC), 2007.

THE GUARDIAN – Hit Brazilian music vídeo touches nerve over race, sexist abuse and inequality. Disponível: < <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/21/anitta-vai-malandra-race-sexist-abuse-appropriation>> Acesso em: 13/02/2018

THE GUARDIAN. Disponível em: < <https://www.theguardian.com/travel/2013/nov/04/rio-de-janeiro-brazil-favela-tourism>>. Acesso em: 15/02/2018

TODO MAPA TEM SEU DISCURSO – Disponível em: <<http://jornalggn.com.br/blog/alfeu/todo-mapa-tem-um-discurso-documentario>>. Acesso em: 20/05/2017

TRILHA DOIS IRMÃOS – Disponível em: <<http://www.trilhadoisirmaos.com.br/reservas/index.php?l=pt>>. Acesso em: 08/05/2017.

UPP- Unidade de Polícia Pacificadora. Disponível em: < <http://www.upprj.com/>>. Acesso em: 08/10/2017

VALLADARES, Licia do Prado. A invenção da favela: Do mito de origem a favela. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.

VIDIGA VIDIGAL – Memória Anglo. – Disponível em: <<https://vidiga.wordpress.com/memoria/colégio/>> Acesso em: 29/04/2017.

VIDIGA VIDIGAL. Disponível em: < <https://vidiga.wordpress.com/memoria/o-turismo-sobe-o-morro/>> acesso em: 23/11/2017

ZAP IMÓVEIS. Disponível em: <<https://www.zapimoveis.com.br/>>. Acesso em: 20/11/2017

## **ANEXOS**

## 1. Questionário dos meios de hospedagem do Vidigal:

- 1- Unidades Habitacionais
- 2- Leitos
- 3- Ocupação Média
- 4- Ano de Inauguração

## 2. Questionário de Demanda Turística - Português



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO – UFRRJ**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E  
POLÍTICAS PÚBLICAS – PPGDT**

### **QUESTIONÁRIO DE DEMANDA TURÍSTICA DO VIDIGAL**

#### **ORIENTAÇÕES DE PREENCHIMENTO:**

- **VOCÊ NÃO PRECISA** SE IDENTIFICAR NO QUESTIONÁRIO
- **TODAS** AS PERGUNTAS PRECISAM SER RESPONDIDAS POR UMA QUESTÃO METODOLÓGICA DE TRATAMENTO DE DADOS
- AS **QUESTÕES PRETAS** DEVEM TER APENAS **UMA** OPÇÃO MARCADA.
- AS QUESTÕES **VERDES** PODEM TER **MAIS DE UMA** OPÇÃO MARCADA.

SUBLOCAL DA ENTREVISTA (exemplo: Bar da Laje) : \_\_\_\_\_

DATA DA ENTREVISTA (dd/mm/aa): \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

CIDADE ONDE RESIDE: \_\_\_\_\_

ESTADO ONDE RESIDE: \_\_\_\_\_

**1- IDADE:**

a- ( ) Entre 18 e 25 anos

b- ( ) Entre 25 e 30 anos

c- ( ) Entre 30 e 40 anos

- d- ( ) Entre 40 e 50 anos
- e- ( ) 50 +

**2- SEXO:**

- a- ( ) Masculino
- b- ( ) Feminino

**3- ESTADO CIVIL:**

- a- ( ) Solteiro
- b- ( ) Namorando/ noivado
- c- ( ) Casado
- d- ( ) Viúvo
- e- ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**4- PROFISSÃO:**

- a- ( ) Estudante
- b- ( ) Professor
- c- ( ) funcionário público
- d- ( ) Área da saúde. Qual?
- e- ( ) Profissional Liberal
- f- ( ) Empresário
- g- ( ) Desempregado
- h- ( ) Outro. Qual?

**5- É A SUA PRIMEIRA VEZ NO VIDIGAL?**

- a- ( ) Sim
- b- ( ) Não. Quantas vezes visitou? \_\_\_\_\_

**6- MÉDIA DE GASTO DIÁRIO NO VIDIGAL:**

- a- ( ) Menos que 50 reais
- b- ( ) Entre 51 e 100 reais
- c- ( ) Entre 101 e 200 reais
- d- ( ) Mais que 200 reais. Quanto? \_\_\_\_\_

**7- COMO CONHECEU O VIDIGAL?**

- a- ( ) Amigos/ familiares
- b- ( ) Por redes sociais (facebook, instagram)
- c- ( ) Televisão
- d- ( ) Matérias em jornais (incluindo virtuais)
- e- ( ) Investigação própria

- f- ( ) Agência, panfletos ou guias turísticos
- g- ( ) Outro. Qual?

**8- O VIDIGAL É O SEU PRINCIPAL DESTINO?**

- a- ( ) Sim
- b- ( ) Não. Qual principal destino?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**9- COMO VOCÊ VIAJA?**

- a- ( ) Sozinho
- b- ( ) Com amigos e/ ou parentes em pequeno grupo (até 6 pessoas)
- c- ( ) Com amigos e/ou parentes em grande grupo (acima de 6 pessoas)
- d- ( ) Com parceiro (a)/ namorado (a)/ esposo (a)
- e- ( ) Outro. Qual?  
\_\_\_\_\_

**10- MEIO DE LOCOMOÇÃO PARA SUBIR O VIDIGAL:**

- a- ( ) Mototáxi da Praça do Vidigal
- b- ( ) Transporte Privativo (Uber, táxi)
- c- ( ) Kombi de algum estabelecimento
- d- ( ) A pé
- e- ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**11- PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM AO VIDIGAL:**

- a- ( ) Visitar amigos e parentes
- b- ( ) Vontade de conhecer qualquer favela
- c- ( ) Vontade de conhecer o Vidigal, em específico
- d- ( ) Busca de novas interações sociais e culturais
- e- ( ) Procura de emprego
- f- ( ) Hospedagem mais barata do que nos arredores
- g- ( ) Aventura
- h- ( ) Conhecer um local ou atrativo específico. Qual?  
\_\_\_\_\_

i- ( ) Outro.  
Qual? \_\_\_\_\_

**12- TEMPO DE PERMANÊNCIA NO VIDIGAL:**

- a- ( ) Inferior a um dia
- b- ( ) Entre 1 dia e 3 dias
- c- ( ) Entre 4 dias e 7 dias
- d- ( ) Superior a 7 dias

**13- O QUE BUSCA COMO PRODUTO TURÍSTICO NO VIDIGAL:**

- a- ( ) Contato com a natureza e apreciação da paisagem
- b- ( ) Conhecer a cultura local e interagir com moradores
- c- ( ) Conhecer a favela
- d- ( ) Namoro e relacionamento
- e- ( ) Eventos e festas locais
- f- ( ) Busco apenas a hospedagem mais barata
- g- ( ) Outro.  
Qual? \_\_\_\_\_

**14- QUAL DESSES LOCAIS VOCÊ JÁ OUVIU FALAR (MAS NÃO NECESSARIAMENTE VISITOU)**

- a- ( ) Prainha

- b- ( ) Dois Irmãos
- c- ( ) Sitiê
- d- ( ) Catorze/ Pedrinha
- e- ( ) Arvrão
- f- ( ) Laje do Neguinho
- g- ( ) Bar da Laje
- h- ( ) Hotel Mirante do Arvrão
- i- ( ) Festas no Alto Vidigal
- j- ( ) Nós do Morro
- k- ( ) Praça do Vidigal
- l- ( ) Vila Olímpica do Vidigal
- m- ( ) Outro. Qual?  
\_\_\_\_\_

**15- QUAL DESSES LOCAIS VOCÊ VISITOU OU UTILIZOU NO VIDIGAL:**

- a- ( ) Prainha
- b- ( ) Dois Irmãos
- c- ( ) Sitiê
- d- ( ) Catorze/ Pedrinha
- e- ( ) Arvrão
- f- ( ) Laje do Neguinho
- g- ( ) Bar da Laje
- h- ( ) Hotel Mirante do Arvrão
- i- ( ) Festas no Alto Vidigal
- j- ( ) Apresentações Nós do Morro
- k- ( ) Praça do Vidigal
- l- ( ) Vila Olímpica do Vidigal
- m- ( ) Outro. Qual?  
\_\_\_\_\_

**16- ENTRE RUIM, REGULAR, BOM E EXCELENTE, AVALIE OS SEGUINTE ITENS:**

	RUIM	REGULAR	BOM	EXCELENTE	NÃO UTILIZEI
HOSPITALIDADE					
SEGURANÇA					
PREÇO					
DIVERSÃO					
MOBILIDADE					
ESTABELECIMENTOS APTOS PARA					

ATENDIMENTO					
ATRATIVOS TURÍSTICOS					

**17- CONHECE A UNIDADE DE POLÍCIA PACIFICADORA VIDIGAL (UPP VIDIGAL)?**

- a-  Sim  
b-  Não

**18- SE A SUA RESPOSTA ANTERIOR FOR SIM, VISITARIA O VIDIGAL SEM A PRESENÇA DA UPP?**

- a-  Sim  
b-  Não. Por quê?

**19- SUAS EXPECTATIVAS FORAM ALCANÇADAS NO VIDIGAL?**

- a-  Sim  
b-  Não. Por quê?

**20- RETORNARIA AO VIDIGAL (COM A PRESENÇA DA UPP) OU INDICARIA A UM COLEGA, AMIGO OU PARENTE?**

- a-  Sim  
b-  Não. Por quê?

3- Questionário de Demanda Turística - Inglês



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO – FEDERAL UNIVERSITY- UFRRJ**

**MASTER DEGREE PROGRAM – TERRITORIAL DEVELOPMENT AND POLICIES – PPGDT**

### **VIDIGAL'S TOURISM DEMAND SURVEY**

#### **ORIENTATIONS:**

- YOU DO NOT NEED TO IDENTIFY YOURSELF IN THIS RESEARCH
- ALL QUESTIONS MUST BE ANSWERED FOR A METHODOLOGICAL ISSUE
- THE **BLACK QUESTIONS** MUST HAVE **ONLY ONE** ALTERNATIVE CHECKED
- THE **GREEN QUESTIONS** MAY HAVE **MORE THAN ONE** ALTERNATIVE CHECKED

INTERVIEW SUBLOCAL(example: Bar da Laje) : \_\_\_\_\_

INTERVIEW DATE (MM/DD/AA): \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

COUNTRY YOU LIVE: \_\_\_\_\_

**1- AGE:**

- f- ( ) Between 18 and 25 years old
- g- ( ) Between 26 and 30
- h- ( ) Between 31 and 40
- i- ( ) Between 41 and 50
- j- ( ) 51 +

**2- GENDER:**

- c- ( ) Male
- d- ( ) Female

**3- MARITAL STATUS:**

- f- ( ) Single
- g- ( ) Engaged
- h- ( ) Married
- i- ( ) Widower/ widow
- j- ( ) Another. Which? \_\_\_\_\_

**4- PROFESSION:**

- i- ( ) Student
- j- ( ) Teacher/ professor
- k- ( ) Civil Servant
- l- ( ) Healthy area.
- m- ( ) Liberal Professional
- n- ( ) Businessman/woman
- o- ( ) Unemployed
- p- ( ) Another. Which? \_\_\_\_\_

**5- IS IT YOUR FIRST TIME IN VIDIGAL?**

- a- ( ) Yes.
- b- ( ) No. How many times have you visited Vidigal? \_\_\_\_\_

**6- DAILY SPENDING IN VIDIGAL:**

- e- ( ) Less than R\$ 50 Reais
- f- ( ) Between R\$ 51 and 100 reais
- g- ( ) Between R\$ 101 and 200 reais

- h- ( ) More than R\$ 200 reais. How much? \_\_\_\_\_

**7- HOW DID YOU KNOW VIDIGAL?**

- h- ( ) Friends/ Family
- i- ( ) Social Medias (facebook, instagram)
- j- ( ) Television
- k- ( ) Newspaper/ virtual newspaper
- l- ( ) Own investigation
- m- ( ) Tourist Agency, tourist brochure or tour/ tourist guide
- n- ( ) Another. Which?

**8- IS VIDIGAL YOUR MAIN DESTINATION?**

- c- ( ) Yes
- d- ( ) No. Which one? \_\_\_\_\_

**9- WHO DID YOU COME TO VIDIGAL WITH?**

- f- ( ) Alone
- g- ( ) Friends and/or relatives (small group of 6 persons)
- h- ( ) Friends and/or relatives (big group of 7 persons or more)
- i- ( ) boyfriend/girlfriend/ spouse
- j- ( ) Another. Which one? \_\_\_\_\_

**10- MEANS OF TRANSPORTATION TO UP :**

- f- ( ) Mototaxi from Vidigal Public Square
- g- ( ) Private Car (Uber, taxi)
- h- ( ) Van/ Kombi from a specific place (example: Bar da Laje)
- i- ( ) On foot

j- ( ) Another. Which one?  
\_\_\_\_\_

**11- MAIN MOTIVATION OF THE TRIP TO VIDIGAL:**

- j- ( ) Visiting friends na relatives parentes
- k- ( ) Curiosity in any Favela
- l- ( ) Curiosity in Vidigal, specifically
- m- ( ) New social and cultural relationships
- n- ( ) Job seeking
- o- ( ) Cheaper Facilities
- p- ( ) Adventure
- q- ( ) Visiting a specific place. Which one? \_\_\_\_\_
- r- ( ) Another. Which? \_\_\_\_\_

**12- LENGTH OF STAY IN VIDIGAL:**

- e- ( ) Less than a day
- f- ( ) Between 1 and 3 days
- g- ( ) Between 4 and 7 days
- h- ( ) 8 days or more. How many days? \_\_\_\_\_

**13- WHAT DO YOU WANT TO CONSUME AS A TOURISTIC PRODUCT IN VIDIGAL:**

- h- ( ) Contact with the nature and landscape appreciation
- i- ( ) Local culture and social interaction
- j- ( ) To know the favela
- k- ( ) Dates and relationship
- l- ( ) Events and local parties
- m- ( ) Only cheaper facilities

**16- CHECK BAD, REGULAR, GOOD E EXCELLENT TO EVALUATE THE FOLLOWING ITEMS:**

	BAD	REGULAR	GOOD	EXCELLENT	I HAVEN'T USED
HOSPITALITY					
SECURITY					

n- ( ) Another. Which one? \_\_\_\_\_

**14- WHICH OF THESE PLACES YOU HAVE HEARD ABOUT (BUT NOT NECESSARILY YOU HAVE VISITED)**

- n- ( ) Prainha beach
- o- ( ) Dois Irmãos Hill
- p- ( ) Sitiê Ecologic Park
- q- ( ) Catorze/ Pedrinha/ Pope Church
- r- ( ) Arvrão
- s- ( ) Laje do Neguinho
- t- ( ) Bar da Laje
- u- ( ) Mirante do Arvrão Hotel
- v- ( ) Alto Vidigal's Parties
- w- ( ) Nós do Morro Artistic Group
- x- ( ) Vidigal's Public Square
- y- ( ) Vidigal Olympic Village
- z- ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**15- WHICH OF THESE PLACES YOU'VE VISITED IN VIDIGAL:**

- n- ( ) Prainha beach
- o- ( ) Dois Irmãos Hill
- p- ( ) Sitiê Ecologic park
- q- ( ) Catorze/ Pedrinha/ Pope Church
- r- ( ) Arvrão
- s- ( ) Laje do Neguinho
- t- ( ) Bar da Laje
- u- ( ) Mirante do Arvrão Hotel
- v- ( ) Alto Vidigal's Parties
- w- ( ) Nós do Morro Theater presentation
- x- ( ) Vidigal's Public Square
- y- ( ) Vidigal's Olympic Village
- z- ( ) Another. Which one?

PRICE					
ENTERTAINMENT					
MOBILITY					
CUSTOMER SERVICE					
TOURIST ATTRACTIONS					

**17- DO YOU KNOW THE “UPP VIDIGAL” (“PEACEKEEPING POLICE UNIT”) ?**

- c-  Yes
- d-  No

**18- IF YOUR PREVIOUS ANSWER WAS YES, THEN ANSWER THIS QUESTION: WOULD YOU VISIT VIDIGAL WITHOUT THE PRESENCE OF THE UPP?**

- c-  Yes
- d-  No. Why?

**19- YOUR EXPECTATIONS WERE SUCCESSEFUL ACCOMPLISHED IN VIDIGAL?**

- c-  Yes
- d-  No. Why?

**20- WOULD YOU RETURN TO VIDIGAL (WITH THE PRESENCE OF UPP) OR WOULD INDICATE TO A FRIEND OR RELATIVE TO VISIT?**

- c-  Yes.
- d-  No. Why?\_\_\_\_\_

4- Questionário de Demanda Turística- Espanhol



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO - UNIVERSIDAD FEDERAL - UFRRJ**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA – DESARROLLO TERRITORIAL Y POLÍTICAS PÚBLICAS – PPGDT**

## CUESTIONARIO DE DEMANDA TURÍSTICA

### ORIENTACIONES

- USTED NO NECESITA IDENTIFICARSE
- **TODAS LAS PREGUNTAS DEBEN RESPONERSE**
- LAS PREGUNTAS **NEGRAS** SÓLO DEBEN TENER UNA ALTERNATIVA MARCADA
- LAS PREGUNTAS **VERDES** PUEDEN TENER MÁS DE UNA ALTERNATIVA MARCADA

SUBLOCAL DE LA ENTREVISTA (ejemplo: Bar da Laje): \_\_\_\_\_

FECHA (DD/MM/AA): \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

PAÍS DONDE HABITA: \_\_\_\_\_

#### 1- EDAD:

- k- ( ) entre 18 y 25 años
- l- ( ) entre 26 y 30 años
- m- ( ) entre 31 y 40 años
- n- ( ) entre 41 y 50 años
- o- ( ) 51 +

#### 2- GÉNERO:

- e- ( ) Masculino
- f- ( ) Femenino

#### 3- ESTADO CIVIL:

- k- ( ) Soltero
- l- ( ) Novio
- m- ( ) Casado
- n- ( ) Viudo
- o- ( ) Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

#### 4- PROFESIÓN:

- q- ( ) Estudiante
- r- ( ) profesor
- s- ( ) funcionario público
- t- ( ) área saludable
- u- ( ) Profesional liberal
- v- ( ) empresario
- w- ( ) Desempleado
- x- ( ) Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

#### 5- ¿ES SU PRIMERA VEZ EN VIDIGAL?

a- ( ) Sí

b- ( ) No. ¿Cuántas veces visitó Vidigal? \_\_\_\_\_

#### 6- GASTO DIARIO:

- i- ( ) Menos de R\$ 50 Reais
- j- ( ) Entre R\$ 51 y 100 reais
- k- ( ) Entre R\$ 101 y 200 reais
- l- ( ) Mas que R\$ 200 reais. ¿Cuanto? \_\_\_\_\_

#### 7- COMO USTED CONÓCIO EL VIDIGAL?

- o- ( ) amigos/ Familia
- p- ( ) Redes sociales (facebook, instagram)
- q- ( ) Televisión
- r- ( ) Periódico/ Periódico virtual
- s- ( ) Propria Investigación
- t- ( ) Agencia de turismo, folleto turístico, Guía turístico
- u- ( ) Otro. ¿ Cual? \_\_\_\_\_

#### 8- ¿EL VIDIGAL ES SU PRINCIPAL DESTINO?

- e- ( ) Sí
- f- ( ) No. ¿ Cual? \_\_\_\_\_

**9- ¿ CON QUIEN USTED VINO A VIDIGAL?**

- k- ( ) Solo
- l- ( ) Amigos y/o parientes (pequeño grupo de 6)
- m- ( ) Amigos y/o parientes (gran grupo de 7 o más personas)
- n- ( ) novio, novia, cónyuge
- o- ( ) Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

**10- MEDIO DE TRANSPORTE PARA SUBIR LA COLINA :**

- k- ( ) Mototaxi de la Plaza del Vidigal
- l- ( ) Coche privado (Uber, taxi)
- m- ( ) Van/ Kombi de um emprendimiento específico (ejemplo: Bar da Laje)
- n- ( ) A pie
- o- ( ) Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

**11- PRINCIPAL MOTIVACIÓN DEL VIAJE:**

- s- ( ) Visitar amigos y familiares
- t- ( ) Curiosidad en conocer cualquier favela
- u- ( ) Curiosidad en conocer el Vidigal
- v- ( ) Nuevas relaciones sociales y culturales
- w- ( ) Búsqueda de trabajo
- x- ( ) Medios de alojamiento baratos
- y- ( ) Aventura
- z- ( ) Visitar um lugar o estabelecimento específico. ¿ Cual?  
\_\_\_\_\_
- aa- ( )Otro. ¿ Cual?\_\_\_\_\_

**12- TIEMPO DE PERMANENCIA EM VIDIGAL:**

- i- ( ) Menos que un día
- j- ( ) Entre 1 y 3 días
- k- ( ) Entre 4 y 7 días
- l- ( ) 8 días o más. ¿ Cuantos?\_\_\_\_\_

**13- ¿ QUÉ QUIERES CONSUMIR COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN VIDIGAL?**

- o- ( ) Contacto con la naturaleza y el paisaje

- p- ( ) Cultura local y interacción social
- q- ( ) Conocer la favela
- r- ( ) Citas y relaciones
- s- ( ) Eventos y fiestas locales
- t- ( ) Sólo médios de alojamiento más baratos
- u- ( ) Otro. ¿ Cual?\_\_\_\_\_

**14- ¿ CUAL DE ESTOS LUGARES USTED HA OÍDO HABLAR (INCLUSO SIN HABER VISITADO)?**

- aa- ( ) Prainha (Playa del Vidigal)
- bb- ( ) Colina Dois irmãos
- cc- ( ) Sitiê Parque Ecológico
- dd- ( ) Catorze/ Pedrinha/ iglesia del Papa
- ee- ( ) Arvrão
- ff- ( ) Laje do Neguinho
- gg- ( ) Bar da Laje
- hh- ( ) Hotel Mirante do Arvrão
- ii- ( ) Fiestas en Alto Vidigal
- jj- ( ) Grupo Artístico Nós do Morro
- kk- ( ) Plaza del Vidigal
- ll- ( ) Villa Olímpica del Vidigal
- mm- ( ) Otro. ¿Cual?  
\_\_\_\_\_

**15- ¿ CUAL DE ESTOS LUGARES USTED VISITÓ O UTILIZÓ? QUAL DESSES LOCAIS VOCÊ VISITOU OU UTILIZOU EN VIDIGAL:**

- aa- ( ) Prainha (Playa del Vidigal)
- bb- ( ) Colina Dois Irmãos
- cc- ( ) Sitiê Parque Ecológico
- dd- ( ) Catorze/ Pedrinha/ Igreja del Papa
- ee- ( ) Arvrão
- ff- ( ) Laje do Neguinho
- gg- ( ) Bar da Laje
- hh- ( ) Hotel Mirante do Arvrão
- ii- ( ) Fiestas en Alto Vidigal
- jj- ( ) Presentación del grupo Nós do Morro
- kk- ( ) Plaza del Vidigal
- ll- ( ) Villa Olímpica del Vidigal
- mm- ( ) Otro. ¿Cual?

**16- ELEGIR ENTRE MAL, REGULAR, BUENO E EXCELENTE PARA EVALUAR LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:**

	MAL	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	YO NO USEI
HOSPITALIDAD					
SEGURIDAD					
PRECIO					
ENTRETENIMIENTO					
MOVILIDAD					
ATENCIÓN AL CLIENTE					
ATRACCIONES TURÍSTICAS					

**17- USTED CONOCE LA “UPP VIDIGAL” (“UNIDADE DE POLÍCIA PACIFICADORA”) ?**

- e-  Sí  
f-  No

**18- SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE SÍ: ¿ USTED VISITARÍA VIDIGAL SIN LA UPP?**

- e-  Sí  
f-  No. ¿ Por qué?

**Numeração MAPAS**

**19- ¿ SUS EXPECTATIVAS FUERON ATENDIDAS EN VIDIGAL?**

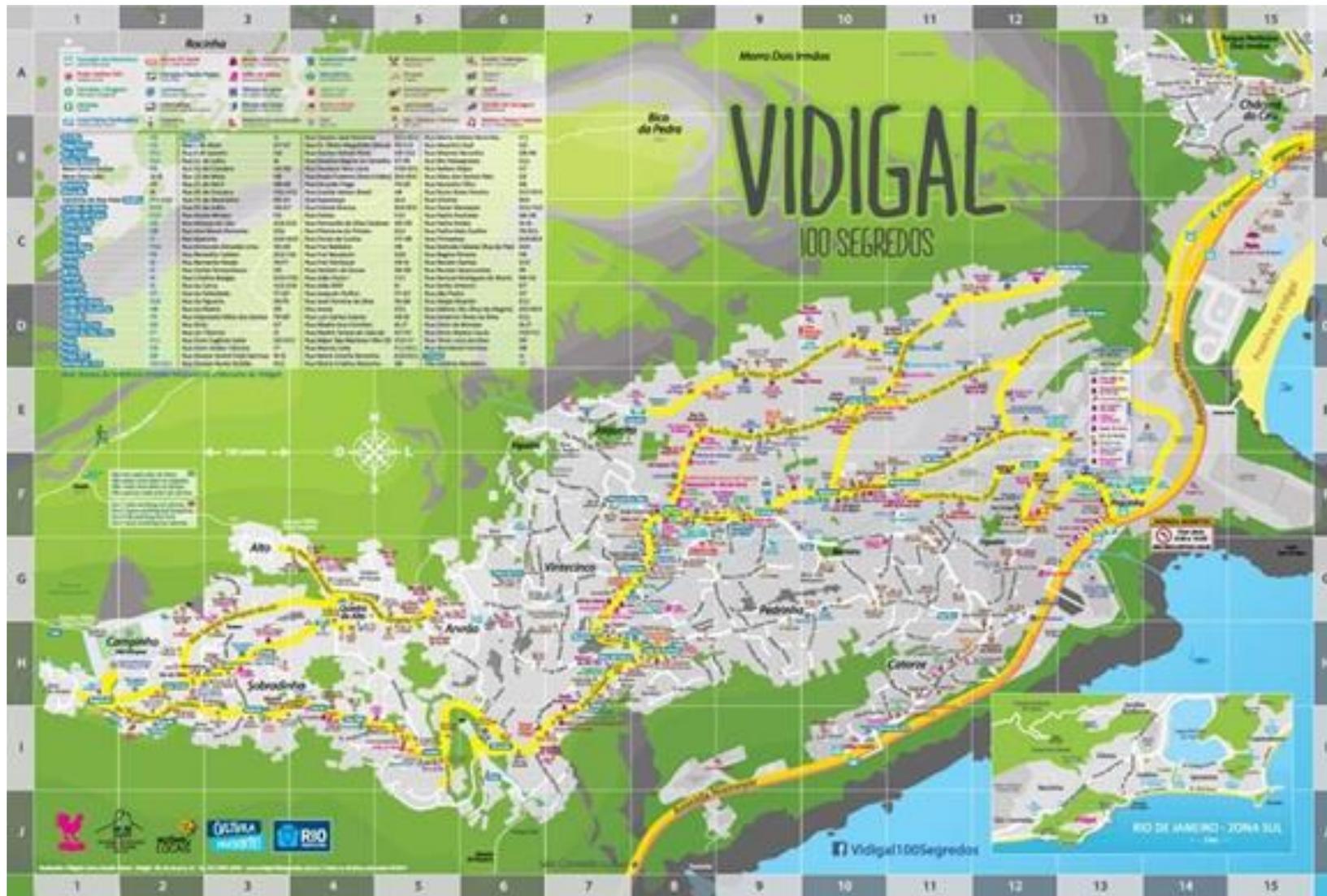
- e-  Sí  
f-  No. ¿ Por qué?

**20- ¿ USTED REGRESARÍA AL VIDIGAL O INDICARÍA A UM AMIGO O PARIENTE (COM LA PRESENCIA DE UPP)**

- e-  Sí.  
f- (                    ) No. ¿Por qué?\_\_\_\_\_



Anexo 5 – Frente Vidigal 100 Segredos 5ª Edição (2017)



Anexo 6 – Verso Vidigal 100 Segredos 5ª Edição (2017)

The image displays a collection of advertisements for various businesses in Vidigal. The ads are arranged in a grid-like pattern, with some larger vertical ads on the right side. The businesses advertised include:

- Restaurants and Food Services:** LA PIZZA MAMMA ROMA, PIZZA 33 PIZZARIA, Preto, biêtrô lounge, BAR DO FABIO, Chug YoYo, PIZZARIA DO PABEIRINHO, Familiar, and others.
- Bars and Nightlife:** BAR DO FABIO, BAR DO WILHADO, and others.
- Hostels:** HILL HOSTEL, HOSTELZINHO, and HOSTEL BELLA MAR&SOL.
- Services and Other Businesses:** DG Barber Shop, Dentista, Vet Vidigal, FAVELA, WINNET, Laje do Neguinho, Tattoo, and others.

On the right side, there are two large vertical advertisements:

- VIDIGAL 100 SEGREDOS 2017:** A colorful graphic with the text "VIDIGAL 100 SEGREDOS" and "2017".
- TELEFONES ÚTEIS:** A list of useful phone numbers for various services, including:
  - 100: Polícia Militar
  - 102: Polícia Civil
  - 103: Polícia de Defesa Civil
  - 104: Defesa Civil
  - 105: Defesa Civil
  - 106: Defesa Civil
  - 107: Defesa Civil
  - 108: Defesa Civil
  - 109: Defesa Civil
  - 110: Defesa Civil
  - 111: Defesa Civil
  - 112: Defesa Civil
  - 113: Defesa Civil
  - 114: Defesa Civil
  - 115: Defesa Civil
  - 116: Defesa Civil
  - 117: Defesa Civil
  - 118: Defesa Civil
  - 119: Defesa Civil
  - 120: Defesa Civil