

Revista Iberoamericana de Turismo



Espaços turísticos construídos no Complexo do Alemão por roteiros comerciais¹

Luiz Alexandre Lellis Mees

Doutorando em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense, Brasil
Professor Assistente do Departamento de Turismo e Patrimônio da UNIRIO, Brasil
E-mail : mees.turismo@gmail.com

Resumo:

Considerando o complexo de favelas do Alemão no Rio de Janeiro e o Turismo como objetos de pesquisa antropológica urbana, busca-se refletir, através de visitas guiadas realizadas por guias locais, oferecidas aos turistas, a construção de espaços para o turismo. Os trajetos e itinerários oferecidos e realizados através dos roteiros turísticos, por agências de turismo locais, constroem uma determinada lógica e uma representação do lugar para o visitante. Utilizando teorias sobre as práticas de espaço de Michel de Certeau, as categorias pedaço, mancha e trajeto de José Guilherme Magnani e proposições sobre mapas e caminhos de Tim Ingold, busca-se pensar sobre a construção de um espaço - seguro e controlado - através dos trajetos realizados pelo turista e a partir das falas dos guias locais que direcionam olhares e impressões, construindo uma determinada “realidade turística”.

Palavras-chave: Favela. Turismo. Roteiros. Antropologia Urbana.

1 TRAJETOS E ITINERÁRIOS, OLHARES E IMPRESSÕES

Este artigo aborda um tema que me despertou atenção no meu trabalho de campo, durante minhas primeiras experiências etnográficas como recente aluno do programa de doutoramento em Antropologia da Universidade Federal Fluminense – UFF, no local que escolhi como objeto, o complexo de favelas do Alemão, localizado na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

Lembro que foi num domingo, Abril de 2013 que, seduzido pelo lento movimento de subida e descida das gôndolas vermelhas do teleférico que liga alguns dos vários morros que compõem o Complexo, resolvi ir da primeira à última estação, observando, além daqueles que cheguei a saber serem moradores, um grande número de visitantes que realizava um “passeio na favela”. A partir de então, o Complexo do Alemão e a prática do Turismo que acontecia ali, se tornaram meu objeto de pesquisa.

Logo nos primeiros trabalhos de campo, busquei as iniciativas de turismo organizado, tendo mantido, então, contato com duas agências de turismo locais, regularizadas, prestadoras de serviço para visitantes interessados numa experiência de turismo; especificamente de turismo nas favelas do Complexo do Alemão.

¹ Trabalho apresentado na 29ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 03 e 06 de agosto de 2014, Natal/RN.

Na literatura acadêmica disponível sobre Turismo, podemos encontrar várias definições desta área de conhecimento graças ao seu caráter multi e interdisciplinar: Barreto (1995, p. 9-13), buscando fazer um apanhado para o *Manual de Iniciação do Turismo*, elenca pelo menos dez diferentes definições que, em análise, acabam variando de acordo com o interesse ou área de formação de que as propõe. A Organização Mundial de Turismo - OMT, que busca promover o turismo como um condutor de crescimento econômico, desenvolvimento inclusivo e sustentabilidade ambiental, além de também afirmar que “o conceito de turismo pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o formam” (2001:37), define quem pode ser considerado turista ou não. Um dos parâmetros básicos para o estabelecimento dessa distinção seria o período de estada do viajante fora da sua residência habitual: aquele que pernoita em meio de hospedagem, no local escolhido para a prática do turismo por mais de 24 horas, seria considerado “turista”.

Neste presente trabalho e na minha pesquisa doutoral, uso parâmetros mais amplos para a definição de “turista”. Aqui, tomo por base teórica as reflexões sobre o “turista cidadão”, desenvolvida por Gastal (2006), e as do consumidor e cidadão, de Canclini (1995). Nestas perspectivas teóricas, o *outro* se apresenta como sendo aquele que não compartilha constantemente o mesmo território, nem o habita. É aquele que não têm os mesmos objetos e símbolos, os mesmos rituais ou costumes. Assim, para visitar e vivenciar outros cenários,

não seria mais necessário sair dos limites da cidade, pois esta se tornou o território da multiplicidade, permitindo sermos turistas mesmo sem abandonar seu território. (...) Turismo seria menos o percurso no espaço, para tornar-se um percurso por tempos-espacos, em especial culturais, diferentes daqueles a que se esteja habituado, com ênfase nas vivências e experiências (GASTAL, 2006).

Nomeio aqui no trabalho o *turista* genericamente de *visitante* podendo este, ser, inclusive, um morador da cidade que resolva, num fim de semana, por exemplo, visitar o Complexo do Alemão, onde nunca havia ido antes. Era esse o perfil de várias pessoas que circulavam pela estação Palmeiras, subindo descendo nas gôndolas vermelhas do teleférico destas comunidades, naquele domingo, Abril de 2013. A estação Palmeiras é a última e mais alta das seis estações que compõem o Teleférico do Alemão. Esta estação possui um entorno de área livre onde são montadas, especialmente nos fins de semana, barracas para venda de artesanato, comidas e bebidas, transformando o espaço numa grande área de lazer. As seis estações que compõem o teleférico são: Bonsucesso, Adeus, Baiana, Alemão, Itararé e Palmeiras.

O chamado “Complexo do Alemão”, definido como bairro em 1993, é um conjunto de favelas composto por 13 comunidades espalhadas por morros localizados na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro. O número de comunidades encontra diferença dependendo da fonte consultada. O “Voz das comunidades”, um jornal comunitário levado a diante por jovens de uma das comunidades, diz que são 13. Já a Unidade de Polícia Pacificadora - UPP Social, diz que são 15 e apresenta as comunidades como: Itararé, Joaquim de Queiróz, Mourão Filho, Nova Brasília, Morro das Palmeiras, Parque Alvorada, Relicário, Rua 1 pela Ademas, Vila Matinha, Morro do Piancó, Morro do Adeus, Morro da Baiana, Estrada do Itararé, Morro do Alemão e Armando Sodré. A Central Única de Favelas - CUFA, uma organização criada a partir da união entre jovens de várias favelas da

cidade do Rio de Janeiro, diz que são 12: Morro do Alemão; Grota; Nova Brasília; Alvorada; Alto Florestal; Itararé; Morro da Baiana; Morro do Mineiro; Morro da Esperança (Pedra do Sapo); Joaquim de Queiroz; Fazenda das Palmeiras e Morro do Adeus.

A maior parte destas comunidades, está distribuída em torno de um maciço rochoso chamado “Serra da Misericórdia”. Segundo o Armazém de Dados do Instituto Pereira Passos - IPP, o Complexo do Alemão apresenta uma área territorial de 2,96 Km² e uma população de 69.143 habitantes. A origem do nome está ligada ao morro principal – Morro do Alemão -, que foi uma das primeiras comunidades a se constituir na região.

O conjunto de favelas já foi considerado pelo próprio Secretário de Segurança do Estado do Rio de Janeiro, José Mariano Beltrame, uma “central do crime” onde cada comunidade tinha seu gerente de tráfico e faturamentos próprios, sendo ali o ponto de distribuição de drogas, munição e armas para as demais localidades dominadas pela organização criminosa do Comando Vermelho - C.V. (BELTRAME, 2014, p.138). Estigmatizada ao máximo, chegou a receber denominações como “cidade do tráfico” (Veja, 1994); “Bunker do crime organizado” (Isto É, 1998); “o lugar mais violento do Rio” (...) “onde está a maior quantidade de armamento ilegal da cidade” (Rede Record, 2008); “área dominada pelo medo”, “coração do mal carioca”, “lugar mais violento do mundo” (Rede Globo), “inferno” (Revista Época) (ABREU e SILVA, 2013).

Durante anos eram frequentes os conflitos armados nas comunidades que faziam parte do Complexo, tendo sido também o lugar onde o jornalista da Rede Globo de Televisão, Tim Lopes, foi assassinado por traficantes em 2002, fato que repercutiu nacionalmente.

Entre 2008 e 2010, comunidades do Complexo entram na agenda do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC, responsável, além de vários espaços comunitários, pela construção do primeiro e único transporte de massa por cabo no Brasil: uma estrutura de 3,5 km de extensão e 152 gôndolas que ficou conhecida como “Teleférico do Alemão”. O PAC é um programa Federal, iniciado no governo José Inácio Lula da Silva, que tem como uma de suas metas, a melhoria da infraestrutura social (habitação, saneamento e transporte), especialmente em áreas mais pobres.

Em novembro de 2010, às 08h00 de um domingo, 2.600 homens das forças de segurança iniciaram a ocupação das favelas do Complexo, com a ajuda de blindados da Marinha, homens do Batalhão de Operações Especiais do Rio de Janeiro – BOPE - e helicópteros da Polícia Civil. Às 10h00 o Complexo do Alemão estava dominado pelas Polícias Militar, Civil, Federal e pelas Forças Armadas.

Em sete de Julho de 2011 é inaugurado o teleférico, com 152 gôndolas que percorrem 3,5 km passando por seis estações. e em Março de 2012, é instalada a primeira UPP, um projeto da Secretaria Estadual de Segurança Pública do Rio de Janeiro que tem como pretensão instituir políticas comunitárias em comunidades carentes do Estado, em especial naquelas em que existe a presença de narcotraficantes e organizações criminosas, na intenção de desarticulá-los, levando determinada ordem ao espaço social. No Complexo do Alemão, atualmente, existem 4 UPPs.

Tanto a “retirada” dos traficantes do Complexo a partir da ocupação, quando as obras do PAC e a instalação das UPPs vão gerar novas dinâmicas sociais nas comunidades e representações coletivas sobre este espaço urbano, podendo ser incluído aqui a ambientação (e algumas gravações) de uma novela da Rede Globo de Televisão, “Salve Jorge”, produzida e transmitida entre 2012 e 2013. Nesta novela de Glória Peres, vários personagens eram moradores do Complexo e era frequente o aparecimento do teleférico como cenário.

Nas reflexões iniciais da minha pesquisa, defendo que tanto a construção do teleférico, como a instalação das UPPs e a popularidade da novela *Salve Jorge* (aliado a “casos de sucesso” da transformação de favelas em atrativos turísticos na cidade do Rio de Janeiro como as favelas da Rocinha, Morro da Babilônia, Morro dos Prazeres, Morro da Providência, Morro Santa Marta e Pavão-Pavãozinho) vão contribuir para um interesse na visitação turística do Complexo. As duas agências de turismo com as quais fiz contato no início do meu trabalho de campo, por exemplo, iniciaram suas atividades depois destas modificações urbanas e de representação.

O sucesso do Complexo do Alemão como atrativo turístico foi tamanho, logo depois da inauguração do teleférico, da UPP e da visibilidade dada pela novela *Salve Jorge*, que o jornal O Globo apresentou uma matéria online em 19/05/2013, dizendo que o Teleférico do Alemão havia batido, em número de visitantes, ícones do turismo da cidade como o Pão de Açúcar. Na reportagem, a jornalista Ludmilla de Lima forneceu dados estatísticos impressionantes afirmando que, nos fins de semana, um passeio no Complexo atraía cerca de sete mil visitantes.



Figura 1: Movimento das gôndolas do Teleférico do Alemão. (Foto do autor).

Em termos mais amplos, segundo Freire-Medeiros (2009, 2007), a transformação da favela, de comunidade pobre em destino turístico, está inserida tanto numa conjuntura de expansão dos chamados *tours* de realidade (*reality tours*) que partem da motivação de se vivenciar as emoções do *outro*, quanto na busca e consumo de uma certa “autenticidade” pela sociedade contemporânea. Radicalizando essa tendência, a autora cita exemplos de roteiros turísticos de risco que passam a ser oferecidos a visitantes; passeios a localidades onde ocorreram tragédias, e que são reinventadas como atrativos: *Sniper Alley* em Sarajevo, os campos radioativos de Chernobyl, os túneis Cu Chi da guerra do Vietnã (ampliados para receber o grande número de visitantes interessados), o Marco Zero de Nova York, os antigos campos de concentração nazistas da Europa Oriental. Não pretendo entrar aqui no debate sobre autenticidade, pertinente ao desenvolvimento da ideia, contudo, minhas primeiras etnografias, mostraram que muitos dos visitantes se sentem seguros durante visita

ao Complexo do Alemão, apesar de relatarem uma sensação de medo logo nos primeiros momentos.



Figura 2: Visitantes na área de lazer da estação Palmeiras. (Foto do autor).

Uma das agências locais possuía um *stand* montado na estação Bonsucesso do teleférico. *Visita Guiada* era o nome utilizado para apresentarem seus serviços num sítio eletrônico e gravado no *stand* da estação. A outra agência era chamada *Turismo no Alemão* que, na época, só possuía perfil em rede social virtual e uma barraca montada na estação Palmeiras onde, além de atender os clientes, vendia *souvenirs* com a “marca” Alemão. Ambos trabalhavam com guias-moradores locais e desenvolviam seus próprios roteiros.

A agência *Visita Guiada* era uma associação de duas empresas: a agência *Alameda Turismo* localizada no bairro de Copacabana e a agência *Bom Fruto Turismo*, localizada no próprio Complexo, de propriedade da Sra. Nilcéa Rocha. Apesar de oferecer quatro tipos de pacotes de visita diferentes, seu itinerário básico era percorrer, pelo preço de R\$ 30,00, o trajeto de subida e descida dos bondinhos do teleférico, parando na estação Palmeiras onde o visitante caminhava pelo entorno, consumindo comida e bebida e sendo convidado a comprar *souvenirs* vendidos em barracas organizadas dentro de um projeto local de Economia Solidária.

Já o *Turismo no Alemão*, faz questão de dizer que “são os únicos que levam os turistas a ter contato com a comunidade”, nas palavras do gerente da empresa, Cleber Araújo, morador do Complexo. A *Turismo no Alemão* oferece um *tour* que passa por ruas de algumas das comunidades do Complexo, pelo preço de R\$ 50,00, finalizando na comunidade de Nova Brasília. Realizei em 2013, pelo menos cinco *tours* (alguns junto com turistas locais, outros, sozinho) tendo como metodologia de trabalho de campo, a observação participante, a utilização de diário de campo, gravação de som e registros visuais por máquina fotográfica.



Figura 3: Stand da *Visita Guiada* na estação Bonsucesso. (Foto do autor).

Se pensarmos na produção acadêmica do Turismo, vemos que poucos são os trabalhos que buscam refletir sobre roteiro turístico dentro da área. Para tratar de roteiros dentro da literatura do Turismo, utilizo aqui a apostila do *Programa de Regionalização do Turismo, módulo 7: Roteirização Turística* (2007), o livro de Bahl *Viagens e Roteiros Turísticos* (2004) e os artigos de Gisne e Gastal (2009, 2011). O Programa de Regionalização define roteiro turístico como:

um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (...) Sua correta implementação pode contribuir para o aumento do fluxo de turistas para um determinado destino, assim como para aumentar seu tempo de permanência e os gastos que realizam (BRASIL, 2007).

O Programa é uma campanha nacional, encampada pelo Ministério do Turismo, em prol de uma estruturação integrada dos produtos e serviços turísticos do país, com o objetivo de criar produtos unificados através de roteiros regionais facilitando a divulgação, agregando valor aos produtos e, principalmente, oportunizando roteiros diversos aos turistas.

Ainda segundo o Programa, a roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização. O módulo operacional orienta que para se produzir um roteiro são, primeiramente, levantadas potencialidades turísticas locais e, a partir de alguma delas, traçado um itinerário, um trajeto que é oferecido comercialmente ao turista. Bahl (2004) afirma que existiria uma “gama de criação de roteiros e programações turísticas, baseando-se na criatividade para a proposição de novos produtos, como objetivo; e a comercialização como fim”(BRASIL, 2007, p.52).

Contudo, existem vários termos e conceitos quando falamos de “roteiros turísticos”. Cisne e Gastal (2009), elencam pelo menos quatro termos relacionados a

“roteiro” que poderiam, inclusive, segundo as autoras, serem utilizados como sinônimos ou complementares. São eles circuito, excursão, itinerário e pacote turístico. Citando Tavares (2002) as autoras afirmam que a nomenclatura mais utilizada para “roteiro turístico”, é aquela concernente ou relativa a caminho, trajeto, percurso. Já “itinerário” é concernente a caminhos, podendo ser também, segundo dicionário Aurélio, a descrição de uma viagem; roteiro; caminho a percorrer, ou percorrido; trajeto. Não pretendo aqui discutir o devido uso destes termos ou suas possíveis diferenças de significado. O que desejo frisar é que este trajeto, itinerário ou roteiro, produz, constrói, para o turista uma determinada lógica, um determinado espaço e uma determinada identidade na percepção do lugar visitado. Para isso faço uma aproximação destas hipóteses com as reflexões de Michel de Certeau, Tim Ingold e José Guilherme Magnani.

Para De Certeau, são “os jogos dos passos [que] moldam espaços. Tecem os lugares”, espacializam. A rua é transformada em espaço pelo pedestre (DE CERTEAU, 1994, p.176). Assim, O processo de caminhar pode ser associado à construção de um mapa urbano, onde os passos transcrevem os traços e as trajetórias desse mapa. Em suas *Enunciações Pedestres*, ele nos diz que no ato de caminhar – e faço aqui correspondência à caminhada dos visitantes que seguem os roteiros oferecidos pelas agências locais, guiados por moradores locais, por comunidades do Complexo do Alemão – o pedestre se apropria do sistema topográfico e organiza um conjunto tanto de possibilidades – os locais que são permitidos circular – como de proibições – os limites que indicam onde ele não pode ir. Certamente as agências do Alemão, ao criarem seus roteiros, selecionam, criam uma ordem de caminhada, que será apresentada ao visitante. O roteiro cria desvios, atalhos e interditos. Já o discurso do guia local, o relato ao visitante sobre o lugar, seria um organizador do espaço. É De Certeau, na Terceira Parte, Capítulo IX, que nos fala que os relatos atravessam e organizam lugares; selecionam e reúnem os espaços num só conjunto, deles fazendo itinerários. O relato não apenas constitui um “suplemento” ao ato de caminhar, mas, organiza esta caminhada. Assim como o jogo dos passos, como percurso, o relato também transforma lugares em espaços, demarca, estabelece fronteiras e cria limites. A partir daqui, podemos afirmar que será um determinado espaço, ou noção de espaço, que será apreendido pelo visitante realizador do roteiro.

Ingold (2005), também nos traz boas reflexões para este tema, ao pensar linhas, mapas e descobridores de caminhos. Ingold é um antropólogo britânico que valoriza questões pensadas a partir do sujeito e seu ambiente. Uma das suas ideias, úteis para a reflexão do nosso tema, é a de que o nosso conhecimento do ambiente é baseado em práticas locais. “Nós conhecemos enquanto caminhamos, de lugar para lugar” (INGOLD, 2005, p.89-90). Ele afirma que são nos movimentos de idas e vindas que as pessoas desenvolvem um conhecimento do seu ambiente. Conhecemos *enquanto* caminhamos. O visitante-turista vai mapeando enquanto caminha; enquanto a estrutura do ambiente vai sendo progressivamente revelada. A rota vai sendo lembrada como uma sequência temporalmente ordenada.

A agência *Turismo no Alemão* preparou e oferece pelo menos quatro roteiros diferentes: o “Alemão Total” (que para os visitantes brasileiros é chamado de “Salve Jorge”), que apresenta e passa por uma casa, cuja laje foi locação da novela *Salve Jorge*, além de falar sobre a novela na época em que era filmada no Complexo; o “Caminho do Príncipe” que visita os locais por onde o príncipe Harry, da Inglaterra, andou quando visitava a favela para inaugurar uma Organização Não-Governamental - ONG; um passeio por uma área de proteção ambiental (Serra da Misericórdia) e uma variação mais curta do roteiro “Salve Jorge”, indo apenas de uma estação de teleférico à outra.

Seguindo essas ideias, podemos dizer que é no movimento, no caminho e no caminhar, que o visitante percorre um itinerário turístico comercial. É nesse movimento que se dará, para ele, a construção da “favela” enquanto espaço, identidade e percepção.

Acredito ser pertinente descrever, resumidamente, os pontos principais visitados e os relatos dos guias de dois dos *tours* – um da *Turismo no Alemão* e outro da *Visita Guiada* - que participei no início da minha pesquisa. Ambos se iniciam na estação de Bonsucesso onde pego o teleférico e subo até a última estação, das Palmeiras. Com o guia da *Visita Guiada*, apenas percorro o entorno da estação Palmeiras, ouvindo histórias sobre as barracas de artesanato, de alguns locais que podem ser avistados lá do alto - como o Estádio Olímpico João Havelange (Engenhão) e o cemitério de Inhaúma – retornando depois para a gôndola do teleférico e descendo de volta à estação Bonsucesso. Vários são os relatos feitos pelo guia nesse caminho. Com o guia da *Turismo no Alemão*, desço ladeiras, passo por becos e percorro trechos de algumas comunidades até a chegada ao centro de comércio da comunidade Nova Brasília onde o *tour* acaba. Ambos os guias fazem suas explicações sobre as comunidades, sobre a vida na comunidade, sobre a condição de ser morador de favela. Dão explicações, apontam lugares, buscam valorizar positivamente o espaço visitado. Mencionam, em vários momentos, as facções criminosas que antes controlavam o complexo de favelas, os lugares que eram dominados pelos traficantes, as disputas entre as facções rivais, apontando lugares de testemunho dessa memória e contando histórias relacionadas a essas organizações: o local onde faziam campeonato de futebol, onde faziam as festas, os “pegas” de carro. Sinalizam o caminho onde os traficantes fugiram da Vila Cruzeiro (durante a ocupação) e onde o jornalista Tim Lopes foi morto.

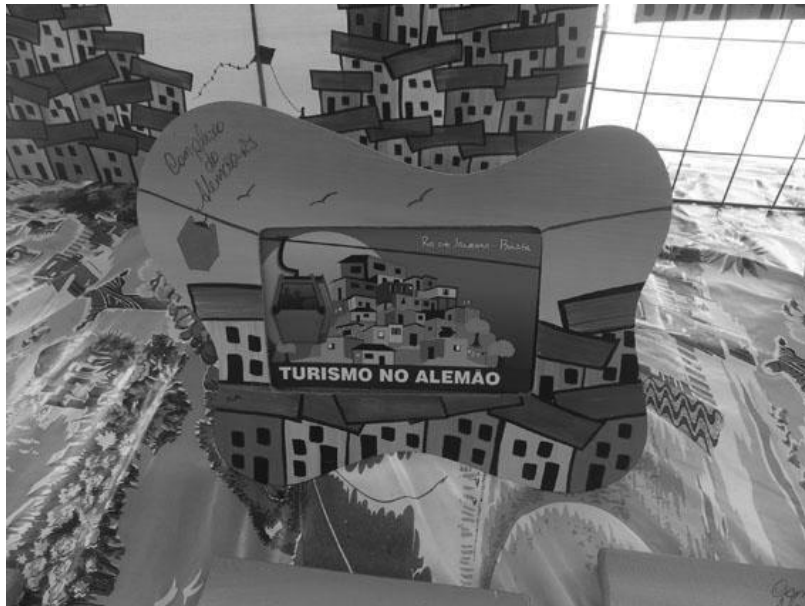


Figura 4: *souvenir* à venda para visitantes na barraca da *Turismo no Alemão*. Este, em especial, feito pela esposa do Cleber Araújo, sócia da *Turismo no Alemão*, dentro do projeto de Economia Solidária. (Foto do autor).

Ainda com o guia da *Turismo no Alemão*, visito a casa, cuja laje foi usada para a locação da telenovela *Salve Jorge*, ele conta a história dos personagens e fala dos lugares e

das cenas que foram gravadas ali na favela. Fala também do ensaio fotográfico da cantora de funk Valesca Popozuda para uma revista de nu feminino, que também foi feito nos arredores da casa da novela.

Nenhum dos dois guias fala ou exalta a instalação das UPPs. Pelo contrário. Quando pergunto pela ação das UPPs, eles reclamam da tentativa dos policiais de “ordenar”, de conformar, o espaço.

A proposta ao apresentar estas ideias, é a de uma pesquisa mais aprofundada sobre a construção desses espaços através do roteiro: tanto aqueles espaços construídos pelos guias locais nos seus relatos, na sua organização e seleção de lugares, quanto dos espaços construídos pelos visitantes, do “conhecimento” sobre a favela através da prática do itinerário. Ou ainda, usando o termo da apostila do Programa de Regionalização, a apreensão da “realidade turística” do lugar visitado.

Outras reflexões que gostaria de levantar nesse trabalho, diz respeito aos espaços visitados na favela e suas relações tanto com os visitantes, quanto com os visitados. Podemos dizer que os guias locais, utilizando as categorias desenvolvidas por Magnani (1993), estão em trânsito por pedaços, manchas e trajetos, nativos para os moradores, enquanto os visitantes estão buscando construir, se familiarizar, e conhecer esses espaços. No uso e apropriação de um mesmo território por vários grupos, gente de diferentes origens, estilos de vida, compartilham, mesmo que a contragosto, o mesmo espaço. Essa apropriação precisa ser então negociada (1993, p. 194). A diferença é muitas vezes experimentada pelo visitante como um gracejo, uma brincadeira, uma curiosidade, uma pergunta, uma simpatia, uma tentativa de aproximação, uma rejeição ou uma hostilidade por parte dos nativos. Todo lugar fora do pedaço é aquela parte desconhecida do mapa e, portanto, um potencial lugar do perigo. Certamente a “ocupação” dos espaços constituídos pela comunidade, pelo visitante enquanto realiza o roteiro, é negociada. Cabe identificar, quais são os termos dessa negociação. Arrisco dizer que o itinerário do roteiro comercializado, forma uma “mancha” (a mancha dos visitantes), já que possui um caráter próprio - construído pelo guia local -, em cujo espaço se forma um trajeto que une pontos complementares, alternativos ou antagônicos da paisagem urbana. Todas estas são questões a serem ampliadas.

REFERÊNCIAS

ABREU, Sabrina e SILVA, Rene. *A Voz do Alemão*. São Paulo: nVersos, 2013.

Armazém de Dados do Instituto Pereira Passos. Disponível em:

<http://portalgeo.rio.rj.gov.br>. Acesso em 25 de Maio de 2014.

BAHL, Miguel. *Viagens e roteiros turísticos*. Curitiba: Prottexto, 2004.

BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação ao Turismo*. São Paulo: Papirus, 1995. (coleção Turismo).

BELTRAME, José Mariano. *Todo dia é segunda-feira*. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: *Módulo Operacional 7: Regionalização turística*. Ministério do Turismo. Brasília, 2007.

CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

CISNE, Rebecca e GASTAL, Susana. Turismo e seus imaginários: o roteiro turístico tematizado. *Intercom*, Recife/PE: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2 a 6 de setembro de 2011.

_____. A produção acadêmica sobre roteiro turístico: um debate pela superação. *ANPTUR*, UAM/São Paulo/SP: VI Seminário da ANPTUR, 10 e 11 de setembro de 2009.

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1994. Vol. 01.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

_____. A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, vol. 22, n° 65, 2007.

GASTAL, Susana. Turista-cidadão: uma contribuição ao estudo do turista no Brasil. *Intercom*. UnB: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 6 a 9 de setembro de 2006.

INGOLD, Tim. Jornada ao longo de um caminho de vida – mapas, descobridor-caminho e navegação. *Revista Religião de Sociedade*, ISER. Rio de Janeiro, vol. 25, n°1, 2005.

MAGNANI, José Guilherme. “Da periferia ao centro: pedaços e trajetos”. In: *Revista de Antropologia*, FFLCH/USP. São Paulo, vol. 35, 1993.

OMT. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

Teleférico do Alemão bate ícones do Rio em número de visitantes. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/rio/teleferico-do-alemao-bate-icone-do-rio-em-numero-de-visitantes-8433461>. Acesso em Maio de 2013.

UPP Social. Complexo do Alemão. Disponível em: <http://www.uppsocial.org/territorios/complexo-do-alemao>. Acesso em: 10 de agosto de 2013.

Visita Guiada. Disponível em: <http://www.vgta.com.br>. Acesso em Agosto de 2013.

Voz das Comunidades. Complexo do Alemão. Disponível em: <http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/historia-do-complexo-do-alemao>. Acesso em: 10 de agosto de 2013.

Touristical spaces constructed in Complexo do Alemão by commercial itineraries.

Abstract

Considering the complex of favelas in Rio de Janeiro and Tourism as objects of urban anthropological research, we seek to think, through guided tours conducted by local guides, offered to tourists, the construction of spaces for tourism. Paths and itineraries offered and executed through the tourist itineraries for local travel agencies, build a certain logic and a representation of the place for the visitor. Using theories about the practice of space of Michel de Certeau, categories of piece, stain and path of José Guilherme Magnani and propositions about maps and paths of Tim Ingold, we try to think about building a space - safe and controlled - through the paths performed by the tourist and from the report of the local guides who directs the vision and impressions, building a certain "touristical reality".

Keywords: *Favela. Tourism. Itineraries. Urban Anthropology*

Artigo recebido em 06/11/2014. Aceito para publicação em 10/03/2015.