



## **El turismo como herramienta: rehumanizando las favelas de la Zona Sur de Río de Janeiro a través de narrativas de turismo comunitario**

PHIE VAN ROMPU

*Universidad de Amsterdam, Holanda*

m.f.s.vanrompu@uva.nl; phievrompu@gmail.com

*Resumen:* Este artículo propone un marco conceptual para el turismo comunitario en las favelas de la Zona Sur de Río de Janeiro, el cual beneficia a estas comunidades. Se explica cómo los guías locales utilizan el turismo como una herramienta para combatir la prevalente percepción negativa de las favelas y cómo ellos intentan rehumanizar la favela al brindar una narrativa cultural alternativa que cuestiona los estereotipos existentes, haciendo de estas visitas una forma de resistencia cotidiana. El artículo cubre el impacto material de estas visitas al resaltar las percepciones de los turistas antes y después de visitar una favela e incluye la opinión de residentes locales de una favela acerca de estas visitas.

*Palabras clave:* turismo comunitario; visitas guiadas; favelas; marginación social; estereotipos (Psicología social); Brasil.

### **Tourism as a tool: Rehumanizing Rio de Janeiro's South Zone favelas through community-based tourism narratives**

*Abstract.* This article proposes a conceptual framework for community-based tourism in Rio de Janeiro's South Zone favelas that benefits these communities. The article sheds light on how local guides use tourism as a tool to counter the prevailing negative perception of favelas and how these guides seek to rehumanize the favela by providing an alternative cultural narrative that challenges existing stereotypes, making these tours a form of everyday resistance. The article covers the material impact of these tours by highlighting tourists' perceptions before and after visiting a favela and including the opinion of local favela residents about these tours.

*Keywords:* Community-based tourism; guided visits; favelas; social marginality; stereotypes (Social psychology); Brazil.

## Introducción

Mientras esperaba la llegada de la guía para la visita a la favela, observé al grupo de turistas y advertí sus ambivalencias respecto a dicha visita<sup>1</sup>. Algunos no tenían claro si irrumpir en una comunidad pobre constituía una forma de explotación, mientras otros estaban más preocupados por su propia seguridad. Nuestra discusión fue interrumpida abruptamente cuando una joven con una amplia sonrisa se acercó al grupo y nos dijo: «¡Hola, gente, soy Anna y durante las próximas horas los guiaré a través de mi comunidad! Empezaré a explicar algunas cosas cuando lleguemos a la favela. Así que, ¡vamos andando!»

Ella nos condujo a través de las amplias calles de Ipanema hasta la cercana estación del metro General Osório, donde esperamos para abordar el tren. Para nuestra sorpresa, doblamos a la izquierda en la estrecha calle antes de la estación y esperamos en una ordenada fila la llegada de uno de los dos ascensores. La combinación del aroma a detergente (probablemente debido a la limpieza diaria), el penetrante olor a sardinas enlatadas (que concitan las preferencias de los lugareños) y la presencia de un ascensorista uniformado sugerían que este ascensor en particular era muy solicitado. Mientras ascendíamos, aún no era claro hacia dónde nos dirigiáramos, hasta que finalmente salimos del ascensor e ingresamos a un puente para peatones. Pocos metros después de cruzar el puente, aparecieron ante nosotros estrechos pasajes con sinuosos callejones y casas de ladrillos rojos: la entrada a la favela Cantagalo.

Anna, nuestra guía, nos explicó que el ascensor fue construido como un intento de integrar a la favela en los distritos más «formales» de Río de Janeiro y nos brindó ciertos antecedentes históricos sobre Cantagalo. El puente peatonal estaba abarrotado con gente que transitaba afanosamente en ambas direcciones: había multitudes de niños en uniforme escolar, gente que portaba pesadas bolsas plásticas y un par de hombres que subían un ropero por las escaleras. «Escuchen: en las escaleras y callejones, sírvanse caminar en fila uno detrás del otro para dejar que transiten las demás personas». Nuestro grupo prosiguió subiendo las escaleras. Pasamos frente a algunos bares vacíos cuya atmósfera aún se sentía vibrante, aunque no tuvieran clientes; de los parlantes provenían notas de samba y las mozas del bar me sonreían y me saludaban en portugués.

---

1 Las favelas son asentamientos caracterizados por edificaciones informales, viviendas de baja calidad, acceso limitado a servicios públicos, alta densidad poblacional y derechos de propiedad inciertos (Catalytic Communities, CatComm, 2016).

Al pasar delante de bares y tiendecitas, todas ellas llenas de mujeres trabajando, Anna nos dio una escueta explicación de los roles de género en las favelas:

Se trata de una jerarquía en la cual la abuela está en primer lugar, luego vienen las hijas, y después las nietas. Aquí las guerreras son las mujeres, trabajando, cuidando a los niños y ocupándose del hogar, mientras que los hombres simplemente holgazanean y toman cerveza todo el día.

Mientras nos dirigimos a la calle principal atravesando callejones y escaleras, pasamos frente a mujeres que lavan la ropa en baldes de agua frente a la puerta de sus casas y luego nos encontramos con el albañil de Anna: «Lo siento, él está trabajando en mi casa y tiene que hacerme algunas preguntas». Después de hablar con ella durante algunos minutos, el albañil se despidió de nosotros y empezó a alejarse justo cuando uno de los miembros del grupo empezaba a preguntarle por qué no colapsan todas las casas, dado que la construcción parece tan improvisada. Anna empezó a reír y contestó: «No sabemos por qué. La arquitectura debe ser obra de Dios», y siguió subiendo las escaleras. Llegando a la concurrida calle principal, vimos a los lugareños cargando ladrillos en carretillas, escuchamos los ritmos de samba que se filtran a través de las ventanas abiertas de la escuela de samba de Cantagalo y quedamos apabullados por el olor a basura, hasta que finalmente llegamos a un inmenso edificio que, según nuestra guía local, iba a convertirse en uno de los hoteles más lujosos de Río. Los constructores del proyecto, sin embargo, no pudieron conseguir los permisos necesarios, de manera que en última instancia el edificio fue donado a la comunidad. Mientras caminábamos por el callejón, pasamos frente a una inmensa biblioteca auspiciada por las Naciones Unidas, una escuela de ballet promovida por la aerolínea Lufthansa y otra de *kickboxing*. A continuación, el grupo se reunió en la parte alta de un conjunto de escaleras que llevaban a un sótano: «Es hora de nuestro descanso con un gran almuerzo en el Restaurante de Mary. ¡Sígueme aquí abajo!», anunció Anna.

Sentados en una mesa del Restaurante de Mary, mis ideas preconcebidas sobre las visitas a las favelas ya habían empezado a cambiar. Los receptivos y acogedores lugareños y una guía local conocedora, mostrándonos a su comunidad, combinados con la idea de que traer turistas puede favorecer a los negocios locales (como el Restaurante de Mary), me hicieron darme cuenta de que algunas visitas guiadas incluso pueden ayudar a mejorar las perspectivas globales en las favelas. Este entendimiento sirvió como el agente catalizador para las preguntas centrales de investigación planteadas en este artículo: a) ¿cómo contribuye el **turismo comunitario** a la

deconstrucción de la estigmatización de las favelas?; b) ¿cómo impactan estas visitas guiadas a los visitantes extranjeros, así como a los propios residentes de las favelas?

En un mundo globalizado, donde los viajes internacionales se han vuelto asequibles para muchas personas y las tecnologías de la comunicación han permitido a vastas poblaciones sumergirse en culturas de todo el mundo, los temas de pertenencia se han vuelto extremadamente complejos (Bauman, 1998). John Urry destaca que nuestro mundo social es construido a través de la movilidad de viajes imaginativos, movimientos de imágenes e información, así como a través de movimientos virtuales y físicos (2012, p. 3). Con respecto a las favelas de Río de Janeiro, personas de todo el mundo se han familiarizado con estos asentamientos informales como consecuencia de la difusión de imágenes asociadas con pobreza, criminalidad y violencia debida a las drogas, imágenes consistentes con la conceptualización ideológica de las favelas que prevalece entre la clase dirigente en Brasil. La representación mediática de las favelas, pletórica de criminalidad, y la producción de películas sobre crímenes en ellas no solo enmarcan cómo la clase dirigente de Brasil (no la mayoría de la población) las imagina, sino que también difunde un «conocimiento» particular sobre ellas en el escenario internacional, lo cual ha llevado a una concepción estigmatizada de las favelas a un nivel más global (Van Rompu, 2017b).

Este artículo arroja luz sobre cómo los residentes locales de las favelas se empoderan contra esta estigmatización globalizada de sus comunidades y, más aún, muestra cómo a través de la narración de historias, estos guías locales de las favelas tejen un conocimiento y una cultura locales dentro de un conjunto mayor de significados culturales (Wynn, 2005) que ayudan a replantear las percepciones de los turistas sobre las favelas. La mayor parte de la bibliografía clásica sobre la economía política del turismo (por ejemplo: Judd, 1995; Fainstein & Gladstone, 1999) se caracteriza por estudiar escenarios en los cuales los planificadores de la ciudad han promovido el turismo con el fin de contribuir a la transformación de espacios de la ciudad. Las **visitas comunitarias guiadas a las favelas**, que forman una parte central de este estudio, operan en un contexto diferente al turismo bosquejado en las investigaciones antes mencionadas, en tanto aquellas funcionan sin apoyo o promoción del Gobierno, porque promueven narrativas que se contraponen a las perpetuadas por las clases dominantes del país. En respuesta a la narrativa predominante y descontextualizada de criminalidad que ha definido a las favelas (Van Rompu, 2017b), sus residentes han decidido utilizar el turismo como una herramienta para contribuir a la **humanización** de sus vecindarios.

Yo defino estas visitas guiadas como **turismo comunitario**, entendido como una forma de turismo que toma en cuenta la sostenibilidad social y cultural y cuyo manejo y propiedad corresponden a la comunidad, facilitando una mayor conciencia y entendimiento por parte de los visitantes respecto a dicha comunidad y los estilos de vida locales (Suansri, 2003).

Este artículo se compone de varias secciones: a) amplía visión general del turismo a las favelas; b) marco conceptual de las visitas guiadas comunitarias en las favelas de Río de Janeiro investigadas para este artículo; c) discusión sobre cómo estas visitas guiadas específicas empoderan a residentes de las favelas mediante la provisión de una contranarrativa que se enfrenta al discurso dominante sobre ellas que impregna la sociedad capitalista global; y d) conclusiones sobre el impacto social de esta narrativa cultural comunitaria, percepciones de los turistas antes y después de visitar las favelas, así como opiniones de los lugareños sobre estas visitas guiadas.

## Métodos

El presente texto se basa en los resultados de un estudio mayor que investiga las construcciones sociales de las favelas en narrativas de turismo y películas, estudio realizado en 2016 para la tesis de maestría de la autora<sup>2</sup>. El estudio se basa en 55 entrevistas a profundidad e informales semiestructuradas con 15 propietarios de empresas turísticas y guías turísticos locales (13 residentes de favelas y 2 operadores turísticos «externos») de las favelas de la Zona Sur de Río de Janeiro; 15 residentes locales de las mismas favelas (7 propietarios de negocios y 8 residentes); 21 turistas internacionales, predominantemente de los Estados Unidos y de Europa del Norte (lo cual refleja las nacionalidades que más comúnmente participan en las visitas guiadas a las favelas); y 4 expertos brasileños que ayudaron a validar la información sobre temas políticos y policiales brindada por los guías turísticos.

Adicionalmente, se obtuvo información de la observación participante en visitas guiadas a las favelas en la Zona Sur de Río de Janeiro, incluyendo recorridos por Rocinha, Santa Marta y Cantagalo y periodos de vida en la pequeña favela Chapéu Mangueira. El trabajo etnográfico integrado me permitió obtener una profunda familiaridad con los modos de operación de esta comunidad, lo cual ayudó a brindarme un íntimo entendimiento de las personas que viven allí. Más aún: en parte debido a las «reglas de la favela» que prohíben la explotación de las personas que viven en ella, de hecho, me sentía más segura dentro de la favela que fuera de ella. Y aunque

---

2 La primera parte de este estudio se encuentra publicada (ver: Van Rompu, 2017a).

como investigadora nunca pude despojarme cabalmente de mi estatus de persona ajena a la comunidad ni participar plenamente en ella (DeWalt & DeWalt, 2011), llegué a sentirme aceptada debido a la receptividad de los lugareños y a mis esfuerzos por integrarme.

Mi casero y vecinos me sirvieron como cruciales vías de acceso a la comunidad, invitándome y llevándome a eventos comunitarios como parrilladas y bailes<sup>3</sup>, y al camión que semanalmente traía verduras y frutas frescas para vender. Pude incrementar mi interacción con diversos lugareños haciendo uso del ingreso principal a la comunidad —en lugar del ingreso trasero mucho menos congestionado y más cercano a mi casa—, lo cual me permitió caminar a través de todo el vecindario; también cenando y bebiendo periódicamente en los bares locales de la favela, así como en aquellos ubicados en la favela vecina. Lo que empezó como saludos no verbales se convirtió en conversaciones plenas y eventualmente en amistades con miembros de la comunidad, en gran medida como resultado de mis diferentes esfuerzos por ganar visibilidad en la comunidad y de la mejora en mi manejo del idioma portugués. Ello me permitió participar en actividades cotidianas que me ayudaron a entender la vida comunitaria en la favela, a capturar las concepciones de comunidad de los lugareños y a comprender cómo estas organizan su mundo.

Antes de realizar el trabajo de campo, mi concepción sobre las favelas consistía en que las películas que las mostraban y las visitas guiadas a ellas contribuían a deshumanizar las narrativas, que estigmatizaban y estereotipaban a estas comunidades. En retrospectiva, mis concepciones estaban en gran medida influenciadas por las representaciones mediáticas negativas y los informes sobre turismo a las barriadas. Sin embargo, estando allí en persona, interactuando con los lugareños cotidianamente y participando en iniciativas de turismo local, experimenté totalmente lo opuesto. Mis entrevistas con guías locales rápidamente revelaron su persistente deseo de cambiar las percepciones sobre las favelas que tenían los visitantes al mostrarles la realidad de sus comunidades. Las revelaciones de estas entrevistas iniciales sirvieron como agente catalizador para explorar en qué medida tal narrativa local ha tenido éxito en alterar las percepciones externas, lo que llevé a cabo mediante entrevistas a turistas antes y después de sus primeras visitas a una favela. Después de presenciar cómo estos cambiaban drásticamente sus puntos de vista sobre las favelas después de las visitas, añadí otro nivel a mi método de antes y después, creando nubes de palabras que mostraban los

---

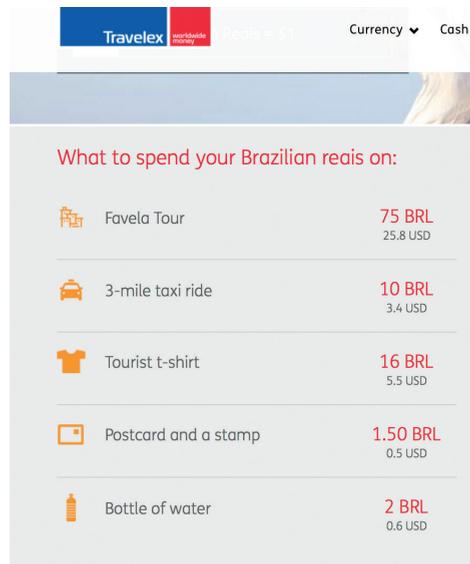
3 Durante el primer baile en el punto de reuniones de la comunidad, mi casero hizo las veces de «informante», contándome al oído las «funciones» que cumplían los lugareños y presentándomelos.

cambios en las percepciones de los visitantes a las favelas, como se muestra más adelante en las figuras 3 y 4.

### 1. Turismo de favelas: una visión general

Un promedio de dos millones de turistas visitan Río de Janeiro cada año; de ellos, aproximadamente 50.000 visitan las favelas cada año, lo que muestra que el turismo de favelas representa una forma legítima de turismo alternativo (Braga, 2015). De hecho, el sitio web Travelex incluye una visita guiada a una favela en la lista de «¿En qué gastar tus reales brasileños?» (figura 1). Ello ilustra que la favela se ha convertido en una atracción globalmente reconocida, aunque queda por verse si el turismo de favelas se ha convertido en un «negocio próspero».

Figura 1  
Primeros lugares en la lista «¿En qué gastar tus reales brasileños?»



The image shows a screenshot of the Travelex website. At the top, there is a navigation bar with the Travelex logo, a 'Regia = \$1' indicator, and a 'Currency' dropdown menu set to 'Cash F'. Below the navigation bar, there is a section titled 'What to spend your Brazilian reals on:'. This section contains a list of five items, each with an icon, a description, and the price in Brazilian Reals (BRL) and US Dollars (USD).

| Item                 | Price (BRL) | Price (USD) |
|----------------------|-------------|-------------|
| Favela Tour          | 75 BRL      | 25.8 USD    |
| 3-mile taxi ride     | 10 BRL      | 3.4 USD     |
| Tourist t-shirt      | 16 BRL      | 5.5 USD     |
| Postcard and a stamp | 1.50 BRL    | 0.5 USD     |
| Bottle of water      | 2 BRL       | 0.6 USD     |

Fuente: GWK Travelex (2019).

En uno de sus artículos sobre el turismo de las favelas, Bianca Freire-Medeiros (2009) se refiere al «mito fundacional». Según sus fuentes, la Cumbre de la Tierra de Río (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo) en 1992 fue lo que provocó que las favelas se conviertan en un destino turístico. Freire-Medeiros (2009) entrevistó al propietario de la empresa Jeep Tour en Río de Janeiro y señala que las visitas guiadas fueron un resultado espontáneo de la curiosidad de los turistas que atravesaban la favela Rocinha mientras se dirigían a la visita guiada de la

Floresta de Tijuca. Por otra parte, casi todos los propietarios y operadores de empresas turísticas entrevistados para realizar este proyecto describieron que películas como *Cidade de Deus* (Meirelles & Lund, 2003), *Tropa de elite* (Padlha, 2007) y *Tropa de elite 2. O inimigo agora é outro* (Padlha, 2010) incrementaron la curiosidad hacia las favelas a nivel mundial<sup>4</sup>.

Estas películas han contribuido a la deshumanización de las favelas a través de caracterizaciones que en gran medida privan a sus residentes de cualidades humanas positivas (Van Rompu, 2017b). Y aunque Michel de Certeau y Luce Giard (1998, p. 138) consideran que el fenómeno de turistas que visitan los lugares donde se filmaron las películas ha llevado a la comercialización de áreas urbanas, las visitas comunitarias guiadas emplean estrategias específicas que favorecen a los residentes locales. Este artículo ilustra cómo las visitas guiadas a la comunidad cumplen un papel en la **humanización** de las favelas. En efecto, el proceso de humanización resulta de los esfuerzos de las visitas guiadas para revertir el daño causado por la deshumanización mediante la rehabilitación de las percepciones de los visitantes respecto a los residentes de las favelas.

### **Ambigüedad conceptual**

La popularidad global de la favela ha sido estudiada por una variedad de investigadores de diferentes sustratos culturales, teóricos y metodológicos. Las variadas lentes de las disciplinas a través de las cuales se la ha investigado ayudan a explicar la disparidad hallada en los términos empleados para referirse a este fenómeno turístico: **turismo social** (Freire-Medeiros, 2009; MacCannel, 1992), **turismo cultural** o **étnico** (Jaguaribe & Hetherington, 2004), **turismo de pobreza, de safari** o **pobrismo** (*poorism*) (Weiner, 2009; Gentlemen, 2006) y **exploración de barriadas** (*slumming*) (Steinbrink & Pott, 2010; Frenzel, Koens, & Steinbrink, 2012).

Pese a las diferencias en cuanto a terminología, pueden definirse dos grupos generales. De un lado, los que se oponen a estas visitas las identifican como una forma de «mal» turismo debido a su cosificación (mercantilización e idealización) de la pobreza y a la negación de la autonomía y dignidad de los residentes (Frenzel *et al.*, 2012). Este tipo de argumentos a menudo es respaldado por datos que muestran escasa o nula participación de los lugareños y que las empresas turísticas son las únicas que se benefician financieramente de las visitas, lo cual constituye una forma de explotación de las comunidades. Tales argumentos se basan predominantemente en

---

4 Por esta razón, incluí estas películas en mi análisis de ellas, publicado en otro artículo (Van Rompu, 2017b).

estudios empíricos de grandes compañías que organizan turismo de favelas (Ramchander, 2007; Freire-Medeiros, 2012). Del otro lado –al cual corresponde mi investigación–, hay estudiosos que sostienen que estos temas no son metafísicos, sino que se basan en argumentos pragmáticos y consideran que, dependiendo de las prácticas de cada agencia turística individual, las cuales varían de un lugar a otro, estas visitas guiadas pueden resultar beneficiosas para determinada comunidad, ya sea financiera o socialmente (Selinger & Outtersson, 2010)<sup>5</sup>.

## 2. Turismo comunitario

La ambigüedad que rodea al concepto de turismo de favelas depende en gran medida del tipo de operador turístico involucrado. En este artículo, basándome en evidencia empírica, propongo varios requisitos mínimos para asegurar que las visitas guiadas maximicen los beneficios para las comunidades en las cuales operan. A partir de la bibliografía existente sobre operadores turísticos afiliados con RíoTur –la junta de turismo de la ciudad de Río de Janeiro– o con Embratur –la organización nacional de turismo (como es el caso de grupos grandes, por ejemplo, Jeep Tours)–, así como sobre operadores turísticos ajenos a las favelas, he evitado deliberadamente los modelos de turismo de favela que han sido analizados y a menudo criticados por otros estudiosos. La presente investigación llena una brecha en la bibliografía al enfocarse en operaciones turísticas de propiedad de residentes de las favelas y que emplean a guías turísticos de ellas. En este artículo, nos referimos a estas operaciones como **visitas comunitarias guiadas**<sup>6</sup>. Aunque este tipo de visitas no son representativas de todas las que se hacen a las favelas en comunidades en Río, ello no las hace menos importantes o relevantes, tal como se explicará en las secciones siguientes.

El enfoque empírico de esta investigación lo constituyen cinco compañías turísticas (los operadores turísticos 1, 3 y 5 se ubican en Rocinha; el operador turístico 2, en Cantagalo; y el operador turístico 4, en Santa Marta). De estas cinco compañías de turismo, cuatro son operadas por lugareños de las favelas y una por un agente externo (un ciudadano brasileño que no vive en una favela), así como por guías turísticos locales y no locales. Aunque las visitas pueden ser conducidas por personas de fuera de la comunidad,

---

5 Este trabajo brinda una amplia visión general de todos los argumentos críticos contra el turismo en las favelas y, por ello, será citado a lo largo de esta tesis en relación con ellos.

6 El «turismo comunitario» no es un fenómeno nuevo, dado que se han realizado investigaciones sobre formas similares de turismo en diversos países (por parte de Murphy en Columbia Británica, en 1988, y por parte de Blackstock en North Queensland, en 2005). Sin embargo, este tipo de turismo en las favelas de Río no ha sido cabalmente analizado.

se recomienda involucrar a residentes en cierta magnitud en las visitas por cuanto ellos están más familiarizados con la vida en las favelas<sup>7</sup>.

Basándome en los hallazgos empíricos de la investigación, la estructura de las visitas comunitarias guiadas se define de la siguiente manera:

- a) Visitas guiadas que emplean a **guías locales**, los cuales son capaces de brindar información sobre la vida diaria en su comunidad y su experiencia personal como residentes.
- b) Visitas guiadas **a pie**, que incrementan las interacciones espaciales de los visitantes con las favelas y sus residentes.
- c) Provisión de **beneficios** para la comunidad, como apoyo financiero directo para proyectos sociales o para la economía local o beneficios sociales indirectos, como la refutación de estereotipos.

En la próxima sección discutiremos en detalle estas definiciones e ilustraremos cómo las visitas guiadas comunitarias difieren de las predominantes operadas por compañías turísticas externas más grandes al interior de las favelas.

## 2.1 Característica 1: Hecho por lugareños, para *glocals*

El componente más importante para la operación responsable y sostenible de una visita guiada es la información brindada por el guía turístico. Cuando uno de ellos está bien informado sobre la historia de la favela, los rituales de la vida diaria y las dinámicas de la comunidad y logra transmitir efectivamente sus propias experiencias personales de su vida allí, estas visitas guiadas pueden ayudar a mitigar las representaciones negativas de películas populares sobre las favelas y, en última instancia, a rehumanizar completamente a las personas que viven en ellas (Gorman, 2014). Al contextualizar aspectos sociales que ocurren al interior de las favelas, dichas visitas guiadas pueden ayudar a modificar las percepciones que los turistas tienen sobre estas áreas.

Las visitas guiadas que constituyen el enfoque central de esta investigación brindaron información relativa a la organización práctica de las favelas, las relaciones domésticas, los servicios sociales y la infraestructura pública, las relaciones sociales (es decir, la actividad de las pandillas y los esfuerzos de los líderes de la comunidad local), los temas políticos en las favelas y los Gobiernos locales, las relaciones entre la comunidad y la policía, los efectos de la pacificación de las favelas y las percepciones de exclusión social por parte de residentes de las comunidades.

---

7 La consideración de compañías de turismo «externas» está más allá del ámbito de este documento y, por consiguiente, no ha sido abordada aquí (para una discusión ulterior de este tipo de compañías turísticas, consultar: Van Rompu, 2017b).

Anthony Giddens (1991) sostenía que en muchos aspectos las relaciones globales se han intensificado debido a que localidades distantes están conectadas de tal manera que los debates y conflictos locales están cada vez más influenciados y modelados por eventos que ocurren a muchos kilómetros de distancia. Así, los sitios web sobre las visitas guiadas a las favelas reflejan las consecuencias de la globalización, en tanto su representación de ellas ha sido claramente influenciada por percepciones formuladas fuera de Brasil. En la siguiente sección, se discutirá cómo estos guías locales ejercen su relativo poder (Bourdieu, en Wynn, 2010) y dan forma a las percepciones de los visitantes sobre su paisaje urbano.

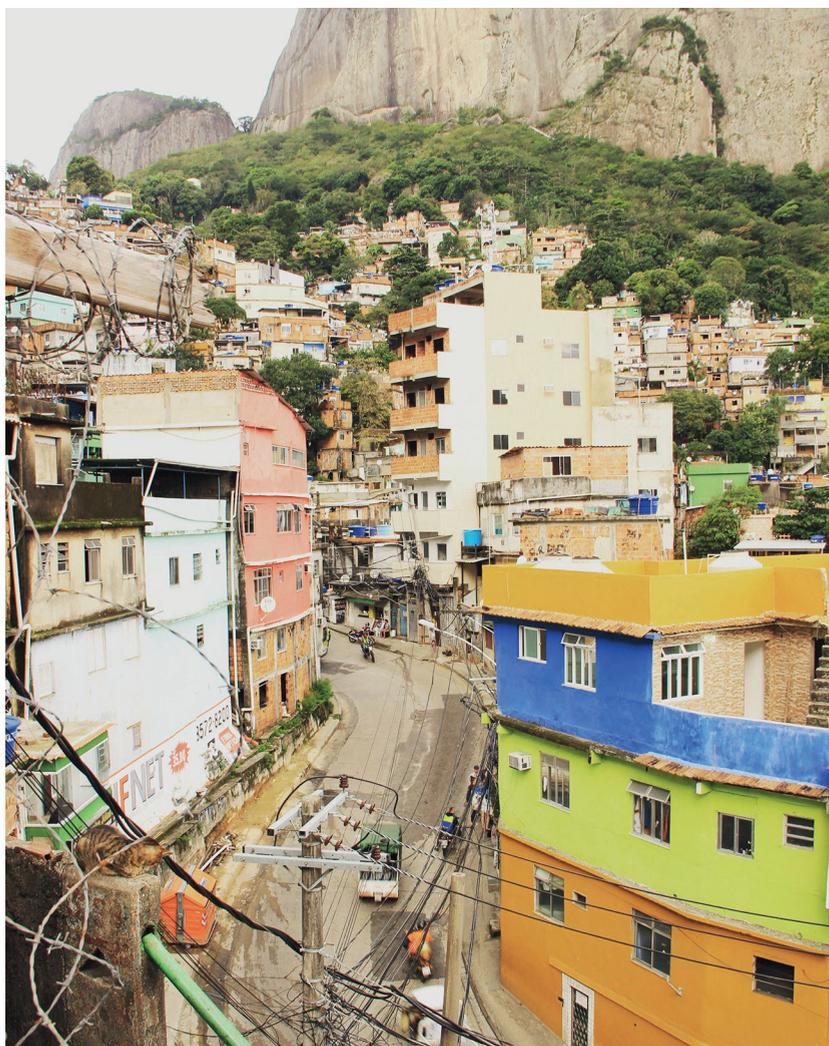
## **2.2 Característica 2: Hacer lo que uno predica**

Para argumentar en favor de las visitas guiadas a pie, es importante primero clarificar diversos argumentos contra las visitas guiadas realizadas en autos, camionetas o «*jeeps* de safari». Entrevistas realizadas con lugareños sobre las visitas guiadas en las favelas revelaron que, en general, existía un tipo de visita guiada mayormente considerado de manera negativa (figura 2).

Tales visitas guiadas se realizan en «*jeeps* para Safari» abiertos, lo cual permite a los turistas una visión completa de 360 grados mientras permanecen sentados en el *jeep*. La compañía que utiliza predominantemente esta forma de transporte es Jeep Tour. Frente a las críticas por razones éticas de las visitas guiadas a las favelas, el propietario de Jeep Tour ha promovido su compañía al decir:

Al principio, la compañía estaba preocupada sobre cómo serían recibidas las visitas por parte de los residentes de las favelas, pero eso no ha sido un problema. Actualmente, nuestras visitas guiadas a través de las favelas forman parte de las comunidades locales que reconocen y aprueban totalmente lo que hacemos (Gorman, 2014).

Figura 2  
Mucho más para ver que solo la calle principal de Rocinha



Fotografía de la autora.

Pese a que la élite de Río rechaza y desaprueba de manera general las visitas guiadas a las favelas, el Gobierno de hecho promueve a compañías turísticas específicas (Freire-Medeiros, 2010). Se ha encontrado correspondencia de RíoTur y Embratur que reveló que estas organizaciones promovían únicamente a Jeep Tour, a pesar de las experiencias negativas que los residentes de las favelas reportaron haber tenido con las visitas guiadas de

esta compañía. Ello ilustra la desconexión que existe entre instituciones del Gobierno que monitorean el turismo y los residentes locales afectados por actividades turísticas<sup>8</sup>.

En contraste con el contenido promocional de sitios web de compañías de la competencia, el portal de Jeep Tour afirma que sus servicios están «transformando momentos en buenas experiencias mediante la observación de los paisajes naturales de la ciudad». Debido a su enfoque en las excursiones en el ambiente de las favelas mientras los visitantes están sentados dentro de un *jeep*, se mantiene una especie de «reja artificial» entre los turistas y los miembros de la comunidad, reforzando lo que Urry (2001) alude como una «mirada de turista». De forma similar, Foucault buscaba explicar el poder tanto de la mirada como de la vigilancia en entornos diversos. En el campo médico, Foucault advirtió cómo los trabajadores médicos observaban a las personas desviadas o «locas» y describió el impacto del panóptico, en virtud del cual los prisioneros sentían que se encontraban constantemente vigilados (en Urry, 2001). También de forma parecida a la observación de personas enajenadas tras las rejas, los turistas visitan países en vías de desarrollo en los cuales contemplan a los «lugareños auténticos», lo cual necesariamente irrumpe en las vidas de estos, que sienten el ser observados y vigilados.

En este escenario, los residentes de las favelas son mirados por turistas que están sentados «tras rejas que los protegen» (es decir, dentro de los *jeeps*), de modo que no es posible establecer una interacción entre ambos. En lugar de ello, los turistas simplemente señalan a los lugareños y les toman fotos sin pedir autorización, lo que los hace sentirse observados desde las «lentes *voyeurísticas*» de las cámaras de los visitantes (María<sup>9</sup>). Pese a la aseveración de Jeep Tour respecto a que ellos realizan visitas guiadas a pie a través de la favela, dichas visitas parecen enfocarse principalmente en conducir a través de las arterias principales de Rocinha, lo cual ha causado que los lugareños acumulen resentimiento hacia esa compañía y afirman que esas visitas guiadas han generado una «sensación de safari» en su comunidad (Luciano<sup>10</sup>). En

---

8 El concejal Célio Luparelli presentó un proyecto de ley para responder a la cobertura noticiosa negativa sobre compañías turísticas ajenas a la comunidad. El Proyecto de Ley N° 1599/2015 se propone regular el turismo y estimular el turismo comunitario bajo un régimen específico de urbanización. Aunque este proyecto pasó a la Comisión de Justicia y Redacción y se esperaba que fuera puesto a votación en el primer trimestre de 2016, se encuentra todavía en espera de la votación. Muchos lo respaldan, pero otros temen una implementación *de facto*, en la cual podría darse una distorsión del objetivo central de fortalecer el turismo comunitario mediante la consolidación del sector a través del interés en el cobro de tarifas y certificaciones, lo cual únicamente causaría un refuerzo de las iniciativas foráneas y el abandono de las iniciativas comunitarias (Lisboa, 2015).

9 Diálogo personal (2016).

10 Diálogo personal (2016)

2014, Porta dos Fundos creó un video (*Pobre*)<sup>11</sup> en respuesta a la forma de operación de Jeep Tour. Este video satiriza los estereotipos simplistas sobre residentes de las favelas y muestra cómo tales visitas guiadas dependen de la pobreza de sus residentes y la explotan.

Mónica Cejas (2006) argumenta que Jeep Tour a menudo busca complacer a turistas extranjeros cuya principal preocupación al visitar las favelas es su propia seguridad. Las inquietudes preexistentes de los turistas sobre esto, en combinación con información provista por guías que no se integran a esas comunidades ni viven en el lugar, dan como resultado el reforzamiento de estereotipos negativos representados por los medios de comunicación respecto a la peligrosidad de las favelas. Anecdóticamente, el argumento sobre guías turísticos «inexpertos» también es respaldado por muchas evaluaciones negativas enviadas a Trip Advisor por turistas que han realizado visitas guiadas a favelas con Jeep Tour. Estas quejas afirman que los guías lucían indiferentes, no brindaban información alguna o eran irrespetuosos hacia los turistas o la comunidad y los lugareños.

En contraste con las visitas guiadas realizadas en *jeep*, las visitas guiadas a pie brindan oportunidades para que se desarrollen situaciones espontáneas. Este tipo de interacciones genuinas entre miembros del grupo, guías turísticos, residentes locales y el propio tejido de la ciudad (Wynn, 2005) puede ayudar a replantear las percepciones culturales de los visitantes sobre la favela. Caminando a través de ella, aunque sea durante unas pocas horas, los turistas se pueden familiarizar con las rutinas cotidianas de la comunidad y con los retos de navegar<sup>12</sup> a través de callejones laberínticos y zigzagueantes y de las miles de empinadas escaleras (que se vuelven resbalosas cuando llueve) que ascienden a los cerros de las favelas en la Zona Sur. Al acompañar a los grupos de turistas a pie, los guías locales pueden brindar explicaciones directas tanto del paisaje de la favela que el grupo está atravesando, como acerca de la infraestructura pública, las zonas comerciales y las amenidades culturales. Las visitas guiadas a pie también ofrecen a los turistas más tiempo para absorber el entorno, plantear preguntas sobre cosas que advierten mientras pasean o sobre aspectos no abordados por el guía; en contraste, las visitas en vehículos que atraviesan las calles principales solo pueden ofrecer una exposición superficial a estas comunidades. Finalmente, las visitas guiadas

---

11 Ver: Porta dos Fundos (2004). Este video ha recibido más de trece millones de visitas.

12 La representación visual geográfica virtual de las favelas también está manipulada: el Gobierno municipal exigió que Google Maps cambie los mapas porque «la visibilidad de las favelas resultaba demasiado prominente, lo cual podría ser perjudicial a la imagen de Río». En 2013, Google cedió a estas demandas excluyendo el término «favela» y marcándolas como áreas verdes o marrones, es decir, como naturaleza (Steinbrink, 2014).

a pie representan una forma de turismo más horizontal que las realizadas en *jeep*, pues disminuyen la dominación simbólica y física de los turistas montados en *jeeps* (sentados a metro y medio de altura por encima de los lugareños que están a pie), especialmente dados los contrastes ya sustancialmente visibles (en indumentaria, origen, mirada) entre turistas y lugareños. Más aún, cuando los turistas muestran disposición a emprender visitas guiadas a pie, ello sirve como un gesto que es apreciado por los residentes de la favela, aspecto que se discute en una sección posterior de este artículo.

### 2.3 Característica 3: Beneficios para la comunidad

La tercera condición que una visita guiada a las favelas debe cumplir para ser considerada como una visita comunitaria guiada es brindar beneficios directos a la comunidad (Mateus, guía local de Rocinha; Sofia, guía local de Santa Marta). Debido a la falta de respuestas del Gobierno a las demandas y necesidades de la población de las favelas, muchos proyectos son operados por organizaciones no gubernamentales (ONG) o por los propios residentes de las favelas (Sofia, guía local de Santa Marta) y las visitas que son percibidas como las más sostenibles son aquellas que se esfuerzan por invertir una porción de sus ganancias en proyectos que buscan beneficiar a la comunidad<sup>13</sup>.

Por ejemplo, el operador turístico 1 en la favela Rocinha invierte en varios proyectos en la comunidad. Una parte de los 85 reales que paga cada turista ayuda a financiar un proyecto para la comunidad local: una escuela para *disc-jockeys* ubicada en la casa del dueño de la empresa turística en la calle principal de Rocinha, donde cada semestre doce adolescentes de la favela aprenden esta profesión. Esta escuela ha rendido resultados positivos, pues algunos de sus antiguos alumnos han conseguido trabajo como *disc-jockeys* a nivel local o nacional y ganan dinero con ello; un exalumno incluso ha trabajado como *disc-jockey* a nivel internacional<sup>14</sup>. Las visitas guiadas llevan visitantes a la escuela como parte de su recorrido donde el dueño de la empresa presenta sus ideas sobre el turismo comunitario y a continuación pregunta a los turistas sobre sus puntos de vista antes y después de la visita guiada. Además de este proyecto social, los operadores turísticos alientan a los visitantes a hacer donaciones para diversas iniciativas a través de [packforapurpose.com](http://packforapurpose.com).

---

13 Todos los proyectos sociales o reinversiones de los dueños de las agencias turísticas han sido verificados (ya sea hablando con ellos, haciendo llamadas a los proyectos sociales, a través de sitios web que los ilustran o como resultado de una visita al proyecto social que auspician).

14 Mientras caminábamos de noche por Rocinha con el operador turístico, nos encontramos con esta persona y él me contó sobre su carrera como *disc-jockey*.

En la favela Cantagalo, la operadora turística 2 invierte el 5% de la tarifa de 65 reales de la visita guiada en un museo que los turistas visitan durante el recorrido y que también funciona como centro comunitario. La inversión contribuye a la adquisición de libros y juguetes para los niños, apoya al artista local del grafiti llamado Acne para promover sus proyectos con los niños más pobres en Pavão-Pavãozinho y colabora con Jardim do Céu, jardín hecho de materiales reciclados y que funciona como un mirador en esta visita guiada. Además de la inversión en su comunidad, esta operadora turística lleva a los visitantes a la tienda de *souvenirs* del museo y al Restaurante de Mary para almorzar y hace posible que durante el recorrido los visitantes tengan la oportunidad de comprar bebidas o *snacks* en tiendas locales. Así, durante la visita, ella decía: «Si alguien quiere comprar algo, ¡pues grite y paramos!».

La operadora turística 2 explicó de la siguiente manera los motivos para su inversión:

De eso se trata la comunidad de la favela, nos necesitamos mutuamente... Así es cómo crecemos y nos educan, y yo quería mantener esta idea en mi empresa. Es demasiado fácil ganar dinero y no compartirlo, pero siempre voy a depender de alguien en la favela [...]. Para mí es imposible ser de esa manera, no puedo ignorar el hecho de que tengo que devolver el favor. Todo lo que haces, bueno a malo, retorna a ti.

El operador turístico 3, aunque no lleva turistas a los lugares o proyectos auspiciados por la compañía, sí invierte en dos proyectos sociales: Fusão Social, una escuela de fútbol que opera en Río oriental y ofrece un lugar para que niños de bajos recursos participen en deportes y otras actividades recreativas; y Acorda Capoeira, un proyecto social vinculado a la *capoeira* en Rocinha. Por su parte, la operadora turística 4 invierte en diversas iniciativas locales: lleva a los visitantes a la tienda de *souvenirs* que se encuentra en la parte superior de Santa Marta y brinda alimentación a perros y gatos callejeros. Adicionalmente, mientras participaba en la visita, me encontré con varios residentes que indagaban por la feria de ropa de segunda mano para lugareños que esta operadora turística había organizado para el día siguiente.

Basándonos en las tres características antes señaladas, encontramos que, estos operadores y guías turísticos locales que ofrecen visitas guiadas a pie brindan información contextualizada sobre la vida en las favelas y realizan inversiones en proyectos sociales de la comunidad, constituyen el tipo de turismo más sostenible para las comunidades involucradas.

### 3. Desestigmatización: el turismo como herramienta

Hay estudiosos que ven el turismo a las favelas de manera negativa. Algunos afirman que aporta escaso o ningún beneficio a la comunidad en su conjunto (Carter, 2005), mientras otros sostienen que incluso si los residentes locales se benefician financieramente (por ejemplo, vendiendo alimentos o *souvenirs* baratos), las visitas guiadas en última instancia refuerzan las estructuras sociales y financieras que permiten la pobreza, por cuanto alientan a los residentes a vender comida a turistas, lo cual puede en última instancia disuadirlos de perseguir mayores logros educativos (Williams, 2008). Estos argumentos ignoran el hecho de que, a pesar de continuos esfuerzos para cambiar el sistema educativo, este sigue siendo una herramienta para la dominación de la élite brasileña (Batista, sociólogo; Luca, residente de la favela y estudiante de pedagogía) y que debido a los altos precios fuera de las favelas, sin importar las visitas de los turistas, la economía local aún florece debido a la densa población de los barrios (Carla, guía local de Rocinha; Eduardo, guía local de Rocinha).

Aunque este artículo está a favor del turismo a las favelas, reconozco que muchas agencias turísticas ajenas a ellas no (re)invierten su capital en las comunidades a pesar de la necesidad que existe de tales inversiones. Los beneficios directos son bien acogidos ante la ausencia de inversiones estructurales debida a las políticas arbitrarias en las favelas (Sánchez & Broudehoux, 2013; Steinbrink, 2014; Talbot & Carter, 2018).

Como lo ha señalado Jonathan Wynn (2005), tal sobregeneralización ignora la manera en la cual los guías de visitas a pie sirven como pensadores creativos que improvisan y apasionados narradores del paisaje urbano. Más específicamente, atacar todas las visitas guiadas a las favelas sobre la base de estos argumentos pasa por alto las diversas maneras en las cuales ellas pueden beneficiarse, siempre y cuando las visitas guiadas se realicen de acuerdo a los criterios trazados ya señalados.

De un lado, los barrios pueden experimentar ventajas financieras directas de pequeña escala debido a la estimulación turística de la economía local durante las visitas. Los turistas frecuentemente adquieren bebidas, comida y *souvenirs* en las tiendas locales, los guías a menudo llevan a los grupos a almorzar en restaurantes locales<sup>15</sup> y, además, los turistas suelen regresar a las favelas para almorzar, cenar o hacer compras después de sus visitas guiadas (especialmente en la gran favela Rocinha). Según algunos guías turísticos,

---

15 Desde luego, al incluir un restaurante quedan excluidos los demás; y lo más probable es que los restaurantes sean elegidos en función de relaciones de amistad o parentesco.

la atención internacional que han provocado los turistas ha resultado en un mayor involucramiento de ONG extranjeras<sup>16</sup>. Sin embargo, la medición del involucramiento de la comunidad de ONG o de los efectos del turismo sobre los negocios locales como resultado del turismo comunitario requiere mayor estudio.

De otro lado, la comunidad de la favela se desestigmatiza ante los ojos de los turistas como resultado de estas iniciativas locales. Las visitas guiadas crean espacios únicos que ayudan a deconstruir la imagen sensacionalista y plagada de criminalidad de las favelas a través de microinteracciones dinámicas entre los guías, los visitantes y los residentes locales. Edward Shils (1972) ha declarado que el rechazo de «un conjunto de valores heredados» (imágenes familiares descontextualizadas) ayuda a desmitificar creencias y sirve para reformular «tendencias alternativas». Al brindar información contextualizada, los guías turísticos locales contribuyen a la deconstrucción de los estereotipos existentes que impregnan la comunidad global y aportan a intercambios culturales significativos entre turistas y lugareños. Por su parte, como resultado de la relativa inmovilidad de muchos residentes de las favelas, los lugareños experimentan las visitas de los extranjeros con gran interés, en lo cual juega un papel importante la **contramirada**. Se afirma a menudo que la mirada del turista, cosificada especialmente a través de la lente de la cámara, tiene un gran poder para mercantilizar la cultura local (Philp & Mercer, 1999). Sin embargo, la relación entre turistas y lugareños es más compleja e incluye agencia al menos desde dos lados (Cohen, Nir, & Almagor, 1992). La contramirada alude al otro lado de la relación, dado que los lugareños tienen influencia sobre la interacción entre los turistas y ellos mismos y, en consecuencia, sobre las percepciones de los extranjeros respecto a los residentes individuales y a la favela en su conjunto.

### 3.1 Resistencia cotidiana en una comunidad global

Todos los guías turísticos entrevistados para este proyecto de investigación se esforzaban por mostrar las favelas tal como son en lugar de explotar las imágenes presentadas en las películas o en los medios de comunicación. Aunque estudios anteriores sobre visitas guiadas a pie sostienen que los guías utilizan el espacio público para reencantar el ámbito urbano (Wynn, 2005; Katz, 2009), encontré guías que intentaban apalancar sus puestos para desarrollar una carrera significativa, empoderarse y, simultáneamente,

---

16 Este último fenómeno no siempre es apreciado, dado que «Occidente irrumpe y decide qué tipo de proyectos se realizarán, sin negociar ni hablar con nosotros» (guía local, operador turístico 4).

modelar percepciones de visitantes foráneos ofreciéndoles alternativas positivas, distintas a la narrativa estigmatizadora dominante.

Al preguntar a los dueños de las empresas turísticas y a los guías sobre las motivaciones que impulsan su trabajo, algunos describieron razones financieras, mientras otros sostuvieron que lo que los motiva son preocupaciones ideológicas o dijeron que su motivación se fue haciendo más ideológica con el transcurso del tiempo. Bauman (2000) resalta la importancia de la movilidad dentro de la era de la «modernidad líquida»: solo se benefician de la globalización quienes pueden superar el tiempo y el espacio. Sin embargo, yo discrepo de la afirmación de Bauman respecto a que la globalización daña a todos los que no son parte de la sociedad dominante. Pese a que las favelas lidian con temas sociales y exclusión reales, que deben ser abordados a escala internacional, las agencias turísticas operadas por lugareños y que emplean primordialmente a guías locales han trabajado para empoderarse haciendo lo que el Gobierno, los medios de comunicación internacionales y la cultura popular no han cumplido con hacer: presentar una imagen contrahegemónica de las favelas de Río.

Dentro de la sociedad brasileña dominante, estas visitas guiadas comunitarias pueden ser vistas como una forma de empoderamiento para superar imágenes globales específicas sobre las favelas. Los guías entrevistados dieron gran énfasis a la importancia de romper estereotipos al mostrar otro lado de sus comunidades, lo cual sirve como contraideología que cuestiona la ideología dominante y puede ser visto como una resistencia cotidiana y no dramática, integrada en su vida social —como sus empleos— y, de esta manera, parte de su vida normal (Vinthagen & Johansson, 2013). Al mismo tiempo, los residentes de las favelas están inmersos en la sociedad capitalista global al cumplir las demandas del turismo global, lo cual tiene beneficios positivos, tal como queda demostrado por las visitas comunitarias guiadas.

### **3.2 Motivaciones para los guías locales**

Los operadores locales de visitas guiadas, nacidos y criados en las favelas, comparten varias motivaciones para realizar su trabajo: el deseo por preservar la trayectoria histórica y social de las favelas; su propio empoderamiento financiero personal<sup>17</sup>; a nivel comunitario, la preocupación por mejorar la identidad colectiva (Gotham, 2007); y, a nivel más global, la deconstrucción de estereotipos negativos.

---

17 Dos de los guías turísticos explicaron que optaron por empezar a hacer visitas guiadas para obtener recursos económicos, pero que, al realizarlas, se dieron cuenta de la importancia de cambiar la imagen de las favelas.

Según el operador turístico 1, él empezó esta actividad en 2007, cuando otros miembros de la comunidad le propusieron conducir visitas guiadas porque su cuerpo, que está completamente cubierto con tatuajes relacionados con Rocinha, serviría como una gran propaganda. Inicialmente, él se rehusó, pero en última instancia dos factores lo hicieron cambiar de opinión. Por un lado, cómo reaccionaban las personas ajenas a la comunidad cuando se enteraban de que él provenía de la favela Rocinha: «Me miraban feo. “¡Puaj!, ¿de veras? Guácala”». Igualmente, por otro lado, consideró que en ese momento las siete principales compañías turísticas que operaban en Rocinha y que eran propiedad de personas ajenas a la comunidad, se llevaban sus ganancias fuera de Rocinha y ofrecían información falsa o inexacta sobre la favela:

Yo quería hacer algo que fuera más sostenible. Una vez escuché a un tipo decir: «¡Miren! ¡Agujeros de bala!»<sup>18</sup> Y está bien, quizá lo eran, pero, ¿por qué remarcarlo así? Hace que la visita guiada sea más excitante y cumple las expectativas de los estereotipos (Mateus, guía local de Rocinha).

Para él, guiar las visitas no se trata de ganar dinero:

Tengo 53 años, vivo en un departamento alquilado, no uso zapatillas Nike, no tengo auto ni uso cadenas de oro. Se trata de ofrecer empleo, incrementar la autoestima y mostrar a los foráneos de qué se trata la vida aquí desde una perspectiva local (Mateus, guía local en Rocinha).

El dueño de la compañía de turismo tiene pequeños gestos, como regalar pulseras a los residentes de la favela que llevan la inscripción: «I ♥ Rocinha»<sup>19</sup>, una manera de incrementar su autoestima y su orgullo respecto al lugar del que provienen.

La mayoría de los guías turísticos estaban bastante conscientes de que sus esfuerzos podrían ser percibidos como una forma de resistencia contrahegemónica y no-beligerante, aunque Luiz fue el único que verbalizó cómo las visitas guiadas conducidas por lugareños de una manera sostenible deberían ser vistas como tal resistencia, en tanto ayudan a confrontar la inferiorización de los residentes de las favelas:

---

18 El operador turístico 3 señaló un agujero de bala en los grafitis. Este fue el único aspecto «sensacionalista» evidente en todas las visitas guiadas realizadas.

19 Lo observé mientras lo acompañaba en su visita guiada y caminando a su lado en varias ocasiones sin ser cliente de una visita guiada.

Es un acto de resistencia porque estamos hablando sobre identidad, empoderamiento; siempre fuimos sobrevivientes y siempre sobreviviremos. Pero es importante mantener nuestra identidad y es importante enfocarnos en las cosas positivas. Tenemos que incrementar nuestra autoestima, que es muy baja, enorgullecándonos del lugar del cual venimos, ¡lo cual puede hacerse a través del turismo! (Luiz, guía local de Rocinha).

La cita anterior resulta ilustrativa de lo que Urry (1994) ha explicado sobre la identidad, como algo que se produce en parte desde las imágenes construidas o reproducidas para turistas, lo cual incluye su reconocimiento en mapas turísticos globales. Ello es especialmente importante en un país donde la identidad nacional excluye a las favelas, lo cual se debe en gran medida a un sistema educativo que niega a estas poblaciones.

Para Luiz, se trata de «romper estereotipos, combatir prejuicios y empoderar a la comunidad, volviendo a las personas conscientes sobre la realidad [de la comunidad] sin idealizarla». Él enfatizó cómo la ideología subyacente de la compañía busca romper estereotipos al realizar visitas guiadas gratuitas (solo recibe donaciones), cuyas ganancias son empleadas en proyectos comunitarios de pequeña escala. Luiz describió cómo él siempre quiso trabajar en la industria turística, pero nunca lo llevó a cabo debido a la estigmatización de la favela como lugar malo y peligroso, es decir, su propio patio trasero se convertiría en una zona de acción. Además del enfoque sobre la identidad de la comunidad, la mejora de la autoestima y la ruptura de estereotipos, Luiz considera que las visitas guiadas brindan una plataforma para compartir culturas cuando explica: «Ustedes están interesados en nosotros, ¡pero nosotros también estamos interesados en ustedes!» (Luiz, guía local en Rocinha), lo cual alude directamente al poder de la contramirada (Freire-Medeiros, 2010).

Para algunos estudiosos del turismo de las favelas, resulta inherentemente inmoral que turistas globales con alta capacidad de movilización visiten lugares donde la mayoría de la población es comparativamente inmóvil y restringida en cuanto a viajar. Este enfoque sigue el argumento de Bauman (2000) de que la globalización vuelve cada vez más compleja la búsqueda de la identidad para quienes sufren restricciones para viajar (Selinger & Outtersen, 2010). Aunque concuerdo con Bauman en que la globalización incrementa la complejidad de las identidades globales, la búsqueda de la identidad no sería más fácil en absoluto para los residentes de las favelas si no existiera el turismo en sus comunidades. Debido al ubicuo papel de la televisión en Brasil, especialmente desde que el costo de los aparatos de televisión estuvo subsidiado durante el régimen militar para ayudar a diseminar propaganda promilitar, más de cien millones de personas sintonizan cada

noche la televisión durante el horario estelar en el país (Codoner, 2010). Las telenovelas brasileñas reflejan la influencia de la globalización mediante la inclusión de temas como la homosexualidad y el aborto, y usualmente presentan personajes que viajan al extranjero. Ello da como resultado que muestren valores culturales de estos países y, en última instancia, influyen cómo se desarrollan los intercambios interculturales en Brasil (Straubhaar, 1991; Codoner, 2010). La representación de intercambios en las telenovelas tiene un amplio alcance en Brasil, lo que ayuda a generar curiosidad entre los residentes de las favelas respecto a culturas foráneas.

Al ofrecer una narrativa producida localmente para el mundo exterior a través de encuentros espontáneos con residentes de las favelas –en los cuales juega un papel la contramirada– y de la difusión de información contextualizada a turistas, la comunidad de la favela tiene la agencia para revertir y recrear su identidad estigmatizada. Este proceso representa una oposición a la narrativa dominante sobre las favelas –mediante el apalancamiento del poder del capitalismo global–. Adicionalmente, al aprovechar la curiosidad global sobre las favelas, las agencias turísticas locales han encontrado una manera de empoderarse económicamente y también de inyectarse en la sociedad capitalista global. En relación con lo anterior, la operadora turística 2 explicó la evolución orgánica de la compañía turística privada que ella empezó hace diez años en Cantagalo:

Durante una huelga en la universidad, me puse a trabajar en bares, y esos clientes, lugareños ricos de mi universidad y extranjeros, sentían curiosidad por las favelas; tenían miedo. Entonces les dije: «Puedes venir, visitar mi casa y mi familia, nada te va a pasar, nadie te va a molestar». Entonces así empecé. No cobraba, algunos visitantes me daban dinero, otros me invitaban a almorzar o pagaban las *caipirinhas* [...]. Cuando empecé a hacerlo formalmente, comencé a cobrar un poco.

Para ella, la motivación proviene de mostrar el lado humanizado de la favela:

Lo hago para mostrar mi vida, me da gusto mostrar que mi gente aquí es buena. Aunque no tengan mucho contacto con otras culturas, ellos aprenden lo que ven en la TV. Quiero mostrar que no somos violentos por ser pobres. Somos familias normales, personas normales que tratan de sobrevivir, de romper prejuicios. Sé que no es culpa de ustedes [de los extranjeros] escuchar esto y pensar así de nosotros, pero quiero mostrar cómo es. Así que, cuando las personas están aquí, puedo mostrarles que es diferente, que puedes ir a un lugar a comer y decirle a

otros lo tranquilo que es y eso es bueno para todos. [...] No se trata de dinero, es más que nada sobre la familia, nos cuidamos mutuamente, y se trata de vivir la vida y tratar de aprovecharla al máximo. Si la vida te da limones, ¡pues haces *caipirinhas*! No estamos tan desesperados, especialmente los pobres, podemos vivir con lo que tenemos. Tenemos nuestros problemas y deseos, ¡pero todo el mundo los tiene!

Como defensora del feminismo negro, aludido en sus comentarios sobre roles de género en la introducción de este artículo, ella enfatiza también los roles de género durante sus visitas guiadas. Al mismo tiempo, trata de «educar» a su comunidad de manera indirecta a través de ellas:

Los chicos no esperan las respuestas de las mujeres extranjeras, porque ellos están acostumbrados a que las chicas sean más reservadas o subordinadas. Pero cuando llegan estas «nuevas» chicas y se comportan de modo diferente, vienen a mí y me preguntan: «¿Cómo puedo impresionarlas?» Yo empiezo diciéndoles: «Bueno, esas sandeces de “oye, bombón” no funcionan», y les digo que muestren interés, que les pidan una cita. Y les digo que las mujeres extranjeras esperan que los hombres ayuden en las tareas domésticas y que no hablen de sus mamás. «No, para las chicas extranjeras, tu mamá no existe». ¡Y así está bien! Una vez que saben que la cosa es diferente con las chicas extranjeras, ellos están conscientes y quizá algunos cambien su comportamiento hacia las mujeres.

Sin embargo, algunos académicos sostienen que las visitas guiadas a las favelas, además de servir como una mercancía para el consumo de turistas, son principalmente un fenómeno de producción. Ellos argumentan que sin imágenes producidas por los medios noticiosos, en películas y documentales y en otras fuentes, estas visitas no existirían. Los mensajes usados para promover el «producto turístico» ayudan a construirlo de la manera en que este es presentado y comprado por el consumidor (MacCannel, 1992; Freire-Medeiros, 2009). Desafortunadamente, tal afirmación distrae la atención del hecho de que estas visitas guiadas deberían ser percibidas como **(re) acciones** a los estereotipos negativos sobre las favelas que han sido creados desde el exterior. Y lo que resulta interesante, el turismo capitalista, que ha sido un contribuyente principal para la difusión global de estos estigmas, ahora brinda una vía a través de la cual oponerse a ellos. Siguiendo los argumentos de Mona Lilja (2008) sobre resistencia cotidiana, los actores involucrados en estas visitas guiadas son al mismo tiempo sujeto y objeto

de poder; están expuestos a estereotipos y simultáneamente promueven «verdades represivas».

#### 4. El impacto de las narrativas: percepciones antes y después

Como consecuencia de la caracterización de temas sociales, económicos y políticos relacionados a las favelas en películas sobre estas comunidades, tales representaciones han modelado la manera en que muchas personas piensan respecto a tales lugares. Al igual que las películas sobre cárceles, el valor de entretenimiento y popularidad de las películas que tratan sobre las favelas puede encontrarse en sus pretensiones de autenticidad (Van Rompu, 2017b). Debido a estas afirmaciones, las películas constituyen una influyente fuente de información (y desinformación) acerca de lo que ocurre al interior de las favelas (Rafter, 2000), lo que ha operado para crear un portal de entretenimiento «amigable» para que los extranjeros atisben sus mecanismos internos.

Al preguntárseles por qué son conocidas las favelas, todos los turistas entrevistados ofrecen sin titubear similares respuestas: «pobres, delincuentes sin educación, traficantes de drogas» (John, turista estadounidense); «las favelas son simplemente el epítome de la pobreza y la exclusión total de la sociedad» (Jeff, turista inglés); «obviamente un lugar verdaderamente peligroso, con pandillas, gente muy pobre y lamentables condiciones de vida» (Laura, turista inglesa); «allí ocurren muchos delitos» (Anja, turista alemana). Stefan, estudiante de arquitectura, confirmó que la única cobertura noticiosa en Alemania se refiere «a la violencia que entra y sale de la favela, a traficantes de drogas que controlan las favelas, las guerras entre las pandillas y la policía»; y Mark, piloto militar del Reino Unido, se da cuenta de que «las únicas referencias en el Reino Unido sobre las favelas tienen que ver con operativos antidrogas; siempre una cobertura violenta».

Sin embargo, al pedir a los turistas una descripción más exhaustiva –incluso **antes de visitar una favela**–, advertí que sus percepciones se basaban en representaciones mediáticas, las cuales recibían más contexto y sensación a través de las representaciones visuales de películas. Jeff explicaba así lo que entendía como estereotipos:

Tráfico de drogas y personas pobres, especialmente provenientes de películas como *Ciudad de Dios*; a menudo, afrobrasileños armados involucrados en el tráfico de drogas. ¡Me impactó muchísimo! Después de ver la película *Ciudad de Dios*, jamás quieres ir allí. Pareciera ser el lugar más peligroso de la Tierra. Quizá la película exageraba, pero definitivamente contribuyó a la manera en que pienso acerca de la favela después de haber

ya recibido una cobertura negativa en los medios de comunicación.

En todas las descripciones ofrecidas, la delincuencia y las pandillas fueron las más repetidas, lo cual sugiere una fuerte conexión entre el conocimiento preexistente basado en la cobertura mediática y el reforzamiento de los estereotipos negativos en las películas. Además, durante las entrevistas y charlas informales, la narrativa descontextualizada de criminalidad en las favelas dominaba las percepciones de los turistas antes de ingresar a una.

A los mismos turistas, se les preguntó sobre sus percepciones **después de participar en una de las visitas comunitarias guiadas**, que son el foco central de este estudio. Primero, se les pidió describir en términos generales el cambio en sus percepciones y, luego, brindar otra descripción o dar detalles sobre la que habían visitado una vez concluida la visita guiada. Estas preguntas postvisita guiada produjeron respuestas significativamente diferentes en comparación con las que los turistas dieron antes de la visita. Sus descripciones cambiaron de un enfoque en criminalidad y peligro a relatos que enfatizaban y se centraban en un sentido de comunidad:

Creo que estoy sorprendido porque siempre pensé que eran sitios sin ley, olvidados. Pero es casi como una miniversión de la sociedad normal, donde todo realmente funciona con bastante fluidez. Esperaba una comunidad muy unida, pero el sentido de comunidad era más fuerte de lo que pensé. Mientras paseábamos, nuestra guía conocía prácticamente a todos, incluso reprendió a un chico en la calle por algo que había hecho [...]. Es más sofisticado de lo que imaginé. Cuando escuchas sobre favelas y las ves en la TV, parecen estar completamente destartadas, como si las casas y las personas subsistieran con cualquier cosa que pudieran conseguir. No imaginé que tuvieran implementado un sistema adecuado (Jeff, turista inglés).

Además de observaciones respecto a las favelas como comunidades muy unidas, el nivel de provisión de infraestructura pública en ellas fue advertido por los turistas y constituyó una parte considerable de sus percepciones reorientadas:

Cuentan con servicios bastante desarrollados, la mayoría tienen agua y electricidad, cable, internet y todos los servicios asociados [...], realmente desmiente la idea de que las favelas son barriadas. Hay partes de ellas, u otras favelas que son más como barriadas, pero estas son más bien barrios funcionales, comunidades operativas autorreguladas (Emma, turista norteamericana).

Además de que los turistas desarrollan definiciones nuevas y más matizadas de las favelas, mis preguntas sobre si sus percepciones habían cambiado produjeron comentarios como el siguiente:

Ha cambiado mi percepción de la favela y de las personas que viven en estas comunidades. Yo subestimaba cómo muchas personas trabajan [...]; mi percepción anterior era que había pobreza, sin empleo, sin oportunidades, sin alimentos en absoluto. Mi idea era que ni siquiera se trataba de una clase trabajadora, simplemente era la clase más pobre (Laura, turista inglesa).

Una notable excepción fue un profesor adjunto de Planeamiento Urbano, proveniente de Norteamérica, quien expresó su decepción con ciertos aspectos de la visita guiada. Él sentía que había sido algo superficial y dijo que esperaba oportunidades para más conversaciones a profundidad con los lugareños. Su idea sobre las favelas no había cambiado significativamente después de participar en una visita guiada, pero reconocía que ello se debía a que él había realizado previamente visitas a estas comunidades. Ello sugiere que estas visitas guiadas resultan más efectivas como intervenciones educativas para quienes no tienen una experiencia personal con las favelas.

Los turistas han reconocido que hay temas y problemas que deben ser abordados y que en cierto modo cada favela es única. Estos comentarios indican que las visitas guiadas no brindan una visión glamorosa o idealizada de las favelas, sino más bien información sobre múltiples aspectos de su realidad:

No diría que están en mejores condiciones de lo que inicialmente pensaba. Obviamente, atraviesan por condiciones más difíciles, pero hay muchos aspectos positivos que no imaginé antes. Aunque sabes que en ocasiones ocurren crímenes, tengo una impresión general positiva de las personas que viven allí (Jeff, turista inglés).

Las percepciones de los turistas brasileños de São Paulo resultaron ser las que más cambiaron debido a las visitas guiadas a las favelas. Uno caracterizó los sentimientos expresados por otros de São Paulo al decir:

Desde luego que la visita guiada cambió la manera en que vemos las favelas y a Brasil. Una de las cosas que más nos impresionaron fue escuchar a nuestro guía decir que muchas personas en realidad permanecen en la favela y nunca salen porque lo tienen todo aquí. Todas estas marchas y discusiones sobre política que vemos hoy en día no los incluyen adecuadamente, pese a que forman una gran parte de nuestra población. Pareciera

que son una parte invisible de la ciudad y del país, y ninguna de las propuestas que tenemos en nuestras dinámicas políticas actuales incluye un plan de largo plazo para ellos. Más que eso: podemos ver que a pesar de los problemas y temas que tienen aquí, podemos encontrar grandes personas, dispuestas a ayudarse mutuamente. Frente a la dura desigualdad que existe en Río, donde uno puede estar en una favela y luego llegar en quince minutos en auto a Copacabana Palace, donde encuentras joyas a 1.3 millones de reales, uno se pone a pensar cuánto tardará en desintegrarse (Flávio, turista brasileño).

De acuerdo a los datos recogidos, estas visitas guiadas han ayudado a los turistas a estar mejor informados sobre las favelas y han reformulado sus percepciones generales sobre estas comunidades:

Creo que ahora puedo tener una opinión, estoy más informada. Cuando mi casero me dijo: «Oh, no vayas allá», le dije: «No se preocupe porque yo solía vivir en el gueto». Pero ahora puedo tener una defensa más concreta y eso es realmente importante para mí [...]; mi opinión no estaba realmente informada, de modo que mi percepción era muy negativa. Ellos no son diferentes, solo lo están **haciendo** de otra manera (Laura, turista inglesa)<sup>20</sup>.

Como parte de esta investigación, se pidió también a los turistas caracterizar a la favela empleando solo tres a cinco palabras antes de salir para su visita guiada (figura 3). Luego, a los mismos turistas se les pidió hacerlo también después de haber visitado la favela (figura 4). Se produjo un significativo contraste<sup>21</sup>. Resulta interesante observar sus descripciones sobre cómo sus percepciones habían cambiado, incluyendo tanto los aspectos negativos como los positivos de las favelas. Aunque después de la visita todavía se emplearon las principales palabras descriptivas como «pobreza», «supervivencia», «rudimentario», las palabras referentes a criminalidad y peligro fueron reemplazadas por otras que resaltan los aspectos más positivos de las favelas.

---

20 Énfasis de la entrevistada.

21 En las figuras 3 y 4, el tamaño de las palabras no guarda relación con el número de veces que dichas palabras fueron empleadas por las personas entrevistadas.

Figura 3  
Percepciones de los turistas antes de visitar una favela



Elaboración de la autora en colaboración con Floor Schilling, usando Indesign.

Figura 4  
Percepciones de los mismos turistas después de visitar una favela



Elaboración de la autora en colaboración con Floor Schilling, usando Indesign.

#### 4.1 Respuestas de los residentes de las favelas

Quienes critican el turismo de favelas consideran esta actividad como inaceptable porque la ven como una forma de voyeurismo, lo cual resalta la

asimetría entre los turistas y los lugareños y, en última instancia, refuerza la estratificación social entre ambos grupos (Selinger & Outtersson, 2010). Aunque algunos estudiosos sostienen que el concepto de consentimiento es inválido, dado que la desigualdad económica convierte el turismo en un «mal necesario» que lleva a la comunidad el dinero de los turistas que tanto se requiere y que es bienvenido, sin embargo, también hay trastornos que puede causar en la favela (Selinger & Outtersson, 2010; Freire-Medeiros, 2010). En pocas palabras, son los propios lugareños quienes deben determinar si el turismo de favelas es ético o no.

Pocos estudiosos han tomado en cuenta verdaderamente las voces de los lugareños al investigar el turismo de favelas (Dwek, 2004; Freire-Medeiros, 2010). Quienes lo han hecho, han confirmado en gran medida los argumentos de Urry (2001) respecto a que los turistas también se convierten en objeto de voyerismo, dado que los lugareños sistemáticamente los ven, y su vestimenta, costumbres y cámaras sirven como considerable entretenimiento y diversión para ellos (Williams, 2008). Tal como un lugareño de Rocinha me confirmó: «Es gracioso, siempre reconozco a los foráneos por la manera en que se visten y por el modo que tienen de mirar».

La mitad de los lugareños que fueron entrevistados para este artículo eran propietarios de negocios (en Chapéu Mangueira, Cantagalo y Rocinha), otros eran residentes que no poseían negocios (en Chapéu Mangueira, Rocinha, Cantagalo y Santa Marta). La mayoría de ellos consideraban las visitas guiadas como beneficiosas, ya fuera porque crean trabajo y generan ganancias para los negocios, o porque ayudan a proyectar una imagen diferente, más positiva de los barrios.

Aunque los lugareños expresaron inquietudes respecto a grupos grandes de turistas y al contenido de las visitas guiadas específicas realizadas por personas ajenas sin conocimiento local, ellos mismos enfatizaron los aspectos positivos y beneficiosos derivados de estas visitas. La mayoría de los lugareños consideraron que las visitas guiadas eran positivas debido a que desarrollan mecanismos para combatir estigmas (Freire-Medeiros, 2010). En una ocasión, el propietario de un negocio local en Rocinha tomó una silla y se sentó conmigo en una mesa afuera de su restaurante para comentar las visitas guiadas a las favelas:

Son valiosas para la comunidad por cuanto crean conciencia y visibilidad para la comunidad y porque las personas gastan dinero, lo cual también es bueno para la economía. Las visitas también muestran la realidad de la comunidad. Aquí las cosas son diferentes, hay bastante diferencia en cuanto a riqueza incluso al interior de la favela. Algunas personas viven muy bien,

otros no [...]. Es malo, ¿sabes?, que pongan policías en el ingreso a la favela solo para que parezca que están creando un entorno seguro, cuando todo es camuflaje, maquillaje [...]. Las visitas guiadas muestran cosas distintas a las películas, como cultura, escuelas, hospitales, proyectos, centros de salud y cómo están organizados. Y como la gente aquí es receptiva, las visitas muestran la vida diaria de las personas y a la mayoría no les molesta eso (Luciano, dueño de negocio local en Rocinha).

Según Deborah Dwek (2004), los residentes se sienten valorados por los turistas: «Nos dan la mano, nos hablan, bailan con nosotros, a diferencia de los brasileños». De hecho, muchos de los residentes con quienes he hablado encuentran reconfortante que personas del resto del mundo realmente se interesen por ellos en lugar de ignorarlos como lo hace su propia sociedad: «Es consolador que a algunas personas en el mundo realmente les importa, aunque sea para hacer una visita guiada» (Samila, residente local de Rocinha).

### **Conclusión**

Luego de la Cumbre de la Tierra de 1992 y en respuesta a la creciente popularidad global de películas que representaban la vida en las favelas, ha echado raíces un próspero mercado turístico en las favelas de la Zona Sur de Río de Janeiro, lo cual ha resultado en un creciente número de agencias turísticas que operan en estas comunidades. Aunque ellas no llevan a cabo el tipo principal de visitas guiadas, esta investigación se enfoca en las compañías turísticas locales y brinda un marco conceptual ideal para las visitas guiadas comunitarias sostenibles basado en su estructura organizacional, el contenido de las visitas y sus inversiones financieras en la favela.

Basándose en las voces locales, este artículo plantea nuevos argumentos a la discusión que toma en cuenta las críticas anteriores a las visitas guiadas a las favelas. La narrativa que describe cómo las relaciones asimétricas refuerzan la estratificación social debería ser vista desde una perspectiva *emic*, en contraste con las sustanciales afirmaciones de desigualdad formuladas desde un punto de vista *etic*. Pese a la imperfección de las visitas guiadas comunitarias a las favelas, la opinión de miembros de la comunidad local respecto a estas debería ser la voz dominante en los debates. Brindar argumentos *etic* que plantean amplias críticas resta atención a los temas sociales subyacentes a los cuales las visitas se proponen responder en primer lugar. En vez de argumentar que estas visitas guiadas constituyen un fenómeno de producción, lo cual nuevamente desmerece la atención de los académicos, tales iniciativas turísticas locales deben ser vistas como respuestas a arraigados estereotipos perpetuados por la comunidad internacional.

La presente investigación respalda un argumento matizado y pragmático respecto a las visitas guiadas a las favelas, que contrasta en forma aguda con críticas que las han condenado categóricamente por estar inherentemente reñidas con la ética. Debido a la libertad y mutabilidad de las visitas a pie, ellas crean la posibilidad de encuentros e interacciones inesperados de los turistas con los residentes urbanos, lo cual genera experiencias dinámicas que representan más cercanamente la fluidez de la vida cotidiana en las favelas. Desde una perspectiva foucaultiana, las visitas guiadas a pie ayudan a eliminar el cerco artificial entre turistas y residentes. Ello permite que estos, que pueden sentirse observados por los turistas, pongan en acción el poder de su contramirada influenciando directamente la experiencia de los visitantes a través de su participación o de su renuencia a interactuar con ellos.

Se ha sostenido aquí que el contenido informativo brindado por los guías turísticos locales en las visitas guiadas a pie es el elemento más importante para ayudar a desestigmatizar las percepciones sobre las favelas por parte de los turistas. Basándome en hallazgos de las entrevistas con turistas antes y después de sus visitas a una favela, sostengo que en las discusiones sobre temas sociales contemporáneos relacionados con políticas gubernamentales y aplicación de la ley que se dan en las visitas guiadas, discusiones que tienen raíces en ideologías coloniales de inferioridad racial (Van Rompu, 2017a), los guías locales son capaces de contextualizar la delincuencia local y restar importancia a las percepciones de pánico, violencia y criminalidad en las favelas. Como resultado de ello, las visitas guiadas ayudan a rehumanizar las favelas mediante la construcción de una realidad colectiva a través de las narrativas de los guías turísticos locales.

Apalancando para su beneficio las imágenes negativas globalizadas de las favelas, estos operadores turísticos y guías locales han alcanzado un nivel de empoderamiento financiero y social. Este artículo ha ilustrado cómo ellos han ganado un nuevo sentido de autodeterminación al brindar imágenes más realistas de las favelas, las cuales cuestionan las narrativas hegemónicas difundidas por el Gobierno, los medios de comunicación (inter)nacionales y la cultura popular. La presentación de formato abierto de las visitas guiadas sobre la vida en las favelas ofrece un entendimiento menos sesgado de los procesos locales y nacionales que las afectan. Los guías y operadores locales entrevistados para este proyecto describieron que su participación en las visitas está motivada por las oportunidades que brindan para su propio empoderamiento financiero y el de sus familias o el de otros miembros de la comunidad; pero también por compromisos ideológicos para quebrar estereotipos existentes sobre las favelas.

Al insertarse en la sociedad capitalista, los operadores y guías turísticos esperan alcanzar el grado necesario de empoderamiento para superar las imágenes negativas de las favelas. Los mecanismos del capitalismo global han brindado herramientas para combatir imágenes estigmatizadas de las favelas mediante la toma de control de narrativas generadas localmente y su presentación al mundo exterior. Como resultado de estos mensajes contrahegemónicos e ideológicos integrados en las vidas cotidianas de los residentes de las favelas, las visitas guiadas pueden ser vistas como una forma de resistencia no beligerante y cotidiana, la cual crea oportunidades en el mercado del turismo internacional y, en última instancia, una mayor integración al capitalismo global.

Aunque estas iniciativas comunitarias pueden no ser representativas de todas las visitas guiadas a las favelas, deben ser percibidas como actores importantes que ayudan a deconstruir estereotipos negativos sobre las favelas, incrementar la conciencia a nivel global y la autoestima de los lugareños y reestructurar sus identidades estigmatizadas en una forma más positiva. Aunque algunos estudiosos consideran problemático el turismo de las favelas precisamente debido a que muchas agencias turísticas justifican moralmente sus operaciones comerciales como oportunidades para deconstruir el estereotipo sobre las favelas (Freire-Medeiros, 2012; Rolfes, 2010), los hallazgos de esta investigación demuestran que, en la práctica, las visitas guiadas comunitarias han deconstruido estas imágenes negativas, lo que es evidenciado por las percepciones cambiantes de los turistas. Particularmente, estos cambios fueron más significativos para quienes nunca antes habían ingresado a una favela.

Y aunque deconstruir la etiqueta estigmatizada asignada a las favelas puede no tener efecto directo sobre el mejoramiento de los temas sociales más apremiantes que enfrentan estas comunidades, los residentes han mostrado un profundo aprecio por la oportunidad de cumplir un papel en la creación de esta narrativa local a través de su contramirada. Después de todo, las personas individuales son quienes colectivamente componen el tejido de una comunidad a través de una miríada de interacciones. Y si verdaderamente creemos que basta una persona para cambiar el mundo, ¿por qué no una narrativa a nivel de la calle?

## Referencias

- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The Human Consequences*. Nueva York: Columbia University Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2001). *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Londres: Polity Press.
- Bentes, I. (2003). The Sertão and the Favela in Contemporary Brazilian Film. En L. Nagib (Ed.), *The New Brazilian Cinema* (pp. 121-137). Londres: IB Tauris. doi 10.1353/lbr.2006.0030
- Braga, G. (2015). Rio de Janeiro é o destino preferido dos turistas estrangeiros que visitam o Brasil a lazer. *Mistério do Turismo*. Recuperado de turismo.gov.br
- Braga, G. (2016). Rio de Janeiro é o destino preferido dos turistas estrangeiros que visitam o Brasil a lazer. *Mistério do Turismo*. Recuperado de turismo.gov.br
- Carter, J. (2005). *An Outsider's View of Rocinha and its People* (tesis de maestría). University of Texas, Austin, Estados Unidos.
- Catalytic Communities, CatComm. (2016). Favela Facts 101. CatComm. Recuperado de catcomm.org
- Cejas, M. (2006). Tourism in Shantytowns and Slums: A New «Contact Zone» in the Era of Globalization. *Intercultural Communication Studies*, 15(2), 224-230. doi 10.1.1.547.1574
- Codoner, B. (2010). *Popularization of TV Globo in Brazil* (tesis de bachillerato). Ohio State University, Estados Unidos.
- Cohen, E., Nir, Y., & Almagor, U. (1992). Stranger-Local Interaction in Photography. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 213-233. doi 10.1016/0160-7383(92)90078-4
- De Certeau, M., & Giard, L. (1998). *The Practice of Everyday Life*, vol. 2. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- DeWalt, K., & DeWalt, B. (2011). *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers*, 2ª ed. Lanham: Altamira Press.
- Dwek, D. (2004). *Favela Tourism: Innocent Fascination or Inevitable Exploitation* (disertación de maestría). Institute of Latin American Studies, Londres, Reino Unido.
- Fainstein, S., & Gladstone, D. (1999). Evaluating Urban Tourism. En *The Tourist City* (pp. 21-34). New Haven: Yale University Press.
- Freire-Medeiros, B. (2009). The Favela and its Touristic Transits. *Geoforum*, 40(4), 580-588. doi 10.1016/j.geoforum.2008.10.007
- Freire-Medeiros, B. (2010). Entre tapas e beijos: a favela turística na perspectiva de seus moradores. *Sociedade e Estado*, 25(1), 33-51. doi 10.1590/S0102-69922010000100003
- Freire-Medeiros, B. (2012). Favela Tourism. Listening to Local Voices. En F. Frenzel, K. Koens, & M. Steinbrink (Eds.), *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics* (pp. 175-192). Londres: Routledge.
- Frenzel, F., Koens, K., & Steinbrink, M. (2012). *Slum Tourism: Poverty, Power and Ethics*, vol. 32. Londres: Routledge.
- Gentlemen, A. (7 de mayo de 2006). Slum Tours: A Day Trip Too Far. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/travel/2006/may/07/delhi.india.ethicalliving>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Redwood: Stanford University Press.

- Gorman, E. (12 de junio de 2014). Favela-dwellers Challenge Rio's Exotic Tours. Al-Jazeera. Recuperado de <https://www.aljazeera.com/indepth/features/2014/06/favela-dwellers-challenge-rio-exotic-tours-20146111206390364.html>
- Gotham, K. (2007). Selling New Orleans to New Orleans: Tourism Authenticity and the Construction of Community Identity. *Tourist Studies*, 7(3), 317-339. doi 10.1177/1468797608092515
- GWK Travelex. (2019). Braziliaanse real wisselen en kopen. GWK Travelex. Recuperado de <https://www.gwktravelex.nl/buitenlands-geld-wisselen/braziliaanse-real>
- Jaguaribe, B., & Hetherington, K. (2004). Favela Tours: Indistinct and Mapless Representations of the Real in Rio de Janeiro. En M. Sheller, & J. Urry (Eds.), *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play* (pp. 155-166). Nueva York: Routledge.
- Judd, D. (1995). Promoting Tourism in US Cities. *Tourism Management*, 16(3), 175-187. doi 10.1016/0261-5177(94)00018-6
- Katz, J. (2009). Time for New Urban Ethnographies. *Ethnography*, 10(2-3), 285-304.
- Kottak, C. (1991). Of Cultural Import: Television's Impact on Values and Local Life in Brazil. *Journal of Communication*, (41). doi 10.1111/j.1460-2466.1991.tb02293.x
- Lilja, M. (2008). *Power, Resistance and Women Politicians in Cambodia: Discourses of Emancipation*. Copenhagen: Nias Press.
- Lisboa, N. (10 de diciembre de 2015). Lei combate o turismo exploratório nas favelas. Viva Favela. Recuperado de <http://vivafavela.vivario.org.br/tag/favela/>
- MacCannell, D. (1992). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Nueva York: Schocken.
- Meirelles, F., & Lund, K. (Dir.) (2003). *Cidade de Deus*. Los Ángeles: Miramax Films.
- Padilha, J. (Dir.). (2007). *Tropa de elite*. Río de Janeiro: Zazen Produções.
- Padilha, J. (Dir.). (2010). *Tropa de elite 2. O inimigo agora é outro*. Río de Janeiro: Zazen Produções.
- Philp, J., & Mercer, D. (1999). Commodification of Buddhism in Contemporary Burma. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 21-54. doi 10.1016/s0160-7383(98)00050-4
- Porta dos Fundos. (2014). *Pobre*. You Tube. Recuperado de <http://bit.ly/2ePxSNy>
- Rafter, N. (2000). *Shots in the Mirror: Crime Films and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Ramchander, P. (2007). Soweto Set to Lure Tourists. En A. Bennett, & R. George (Eds.), *South African Travel and Tourism Cases* (pp. 200-210). Pretoria: Van Schaik.
- Rolfes, M. (2010). Poverty Tourism: Theoretical Reflections and Empirical Findings Regarding an Extraordinary Form of Tourism. *GeoJournal*, 75(5), 421-442. doi 10.1007/s10708-009-9311-8
- Sánchez, F., & Broudehoux, A.-M. (2013). Mega-events and Urban Regeneration in Rio de Janeiro: Planning in a State of Emergency. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 5(2), 132-153. doi 10.1080/19463138.2013.839450
- Selinger, E., & Outterson, K. (2010). The Ethics of Poverty Tourism. *Environmental Philosophy*, 7(2), 93-114. doi 10.5840/envirophil20107217
- Shils, E. (1972). *Intellectuals and the Powers and other Essays*. Chicago: University of Chicago Press.
- Steinbrink, M. (2014). Festifavelisation: Mega-events, Slums and Strategic City-staging. The Example of Rio de Janeiro. *Die Erde. Journal of the Geographical Society of Berlin*, 144(2), 129-145.
- Steinbrink, M., & Pott, A. (2010). Global Slumming. Zur Genese und Globalisierung

- des Armutstourismus. En *Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen Phänomens* (pp. 247-270). doi 10.14361/9783839411940-013
- Straubhaar, J. (1991). Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 39-59. doi 10.1080/15295039109366779
- Suanscri, P. (2003). *Community based Tourism Handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-Rest.
- Talbot, A., & Carter, T. (2018). Human Rights Abuses at the Rio 2016 Olympics: Activism and the Media. *Leisure Studies*, 37(1), 77-88. doi 10.1080/02614367.2017.1318162
- Urry, J. (1994). Cultural Change and Contemporary Tourism. *Leisure Studies*, 13(4), 233-238. doi 10.1080/02614369400390181
- Urry, J. (2001). Globalising the Tourist Gaze. *Tourism Development Revisited*, (150). doi 10.4135/9788132100058.n10
- Urry, J. (2012). *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*. Londres: Routledge.
- Van Rompu, P. (2017a). *Favelife: Different Narratives, Different Stories. Social Constructions of Rio de Janeiro's Favelas in Films & Tours* (tesis de maestría). Utrecht University, Países Bajos.
- Van Rompu, P. (2017b). From the Screen to the Streets: The Dehumanization of Favelas in Popular Films. *Entropia*, 90-130. Recuperado de <http://www.entropia.slg.br/index.php/entropia/article/view/57>
- Vinthagen, S., & Johansson, A. (2013). Everyday Resistance: Exploration of a Concept and its Theories. *Resistance Studies Magazine*, 1(1), 1-46.
- Weiner, E. (12 de octubre de 2009). Slum Visits: Tourism or Voyeurism. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2008/03/09/travel/09heads.html>
- Williams, C. (2008). Ghettourism and Voyeurism, or Challenging Stereotypes and Raising Consciousness? Literary and Non-literary Forays into the Favelas of Rio de Janeiro. *Bulletin of Latin American Research*, 27(4), 483-500. doi 10.1111/j.1470-9856.2008.00280.x
- Wynn, J. (2005). Guiding Practices: Storytelling Tricks for Reproducing the Urban Landscape. *Qualitative Sociology*, 26(4). doi 10.1007/s11133-005-8365-2
- Wynn, J. (2010). City Tour Guides: Urban Alchemists at Work. *City & Community*, 9(2), 145-164. doi 10.1111/j.1540-6040.2010.01322.x

