

## AS FAVELAS CARIOCAS COMO UM ATRATIVO TURÍSTICO EXPERIENCIAL ATRAVÉS DO TRIPADVISOR

**NAYLA GABRIELA AMBROSIO<sup>1</sup>**  
**ORCID – 0000-0003-4566-5375**  
**ANA CAROLINA KUSS<sup>2</sup>**  
**ORCID – 0000-0002-3549-8772**  
**JULIA LUENEBERGER KAULING DA SILVA<sup>3</sup>**  
**ORCID – 0000-0001-8904-9254**  
**JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA<sup>4</sup>**  
**ORCID - 0000-0002-4034-5113**

Recebido em 31.03.2021

Aprovado em 24.03.2023

---

### Resumo

Os tours oferecidos nas favelas cariocas encontram lugar no Turismo de Experiência pelas emoções e interações que provocam, e ao mesmo tempo, podem ser localizados também no chamado Turismo Dark, considerando que os turistas podem ser motivados pelo imaginário ligado à pobreza e à violência urbana. Nesse contexto, essa pesquisa busca discutir, do ponto de vista mercadológico, o Dark Tourism a partir das comunidades cariocas e sua reputação online como atrativo turístico, por meio da análise de comentários na plataforma de viagens TripAdvisor. Para tanto, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, de caráter qualitativo com análise descritiva, incluindo, antes das análises dos tours nas favelas da Rocinha e de Santa Marta, um levantamento bibliográfico de artigos científicos, recuperados de reconhecidas bases de dados, por meio de descritores pré-determinados, a fim de entender a realidade do objeto de estudo. Ao final constatou-se que, em virtude da participação da comunidade, as duas favelas pesquisadas podem ser consideradas não apenas como um turismo de base comunitária, mas também uma atividade intrinsecamente experiencial. Tal conclusão se deve à promoção de experiências novas e únicas, que as caracterizam como Dark Tourism, uma vez que promovem a educação do turista, a partir das histórias e evoluções das favelas e seus moradores.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Paraná, Graduada em Turismo, Brasil. [ambrosionayla@gmail.com](mailto:ambrosionayla@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal do Paraná, Graduada em Turismo, Brasil. [anackuss@gmail.com](mailto:anackuss@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal do Paraná, Graduada em Turismo, Brasil. [juliakaulingg@gmail.com](mailto:juliakaulingg@gmail.com)

<sup>4</sup> Doutora em Ciência da Informação pela Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Professora na Graduação e no Mestrado do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná, Brasil. [julianamedaglia@gmail.com](mailto:julianamedaglia@gmail.com)

**Palavras-chave:** Turismo de Experiência. Dark Tourism. Favela. Rio de Janeiro/RJ.

## **THE FAVELAS OF RIO DE JANEIRO AS AN EXPERIENTIAL TOURIST ATTRACTION THROUGH TRIPADVISOR**

### **Abstract**

The tours offered in Rio's favelas find their place in Experience Tourism due to the emotions and interactions they provoke, and at the same time, they can also be located in the so-called Dark Tourism, considering that tourists can be motivated by the imagery linked to poverty and urban violence. In this context, this research seeks to discuss, from the market point of view, Dark Tourism from the Rio communities and its online reputation as a tourist attraction, through the analysis of comments on the TripAdvisor travel platform. To this end, the research is characterized as exploratory, of a qualitative nature with descriptive analysis, including, before the analysis of the tours in the favelas of Rocinha and Santa Marta, a bibliographical survey of scientific articles, recovered from recognized databases, through of pre-determined descriptors, in order to understand the reality of the object of study. In the end, it was found that, due to the participation of the community, the two favelas surveyed can be considered not only as community-based tourism, but also an intrinsically experiential activity. This conclusion is due to the promotion of new and unique experiences, which characterize them as Dark Tourism, since they promote tourist education, based on the histories and evolutions of the favelas and their residents.

**Keywords:** Experience Tourism. Dark Tourism. Favela. Rio de Janeiro/RJ.

### **1. INTRODUÇÃO**

O turismo é considerado um fenômeno socioeconômico, pois é realizado por pessoas que na maioria das vezes, empregam recursos financeiros para realizar suas viagens. Nesse contexto, o Ministério do Turismo (2006, p. 4), fundamentado no conceito Organização Mundial do Turismo (OMT) define turismo como “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Outro conceito, menos técnico e mais focado no turista do que na atividade turística é o de Fonseca (2015), para quem o turismo é um complexo fenômeno, onde cada vez mais as pessoas procuram por experiências novas e únicas, tendo as mais diferentes motivações, levando o panorama turístico mundial a sofrer diferentes alterações. A autora

complementa que as motivações dos turistas e os destinos que procuram já não se prendem somente com a busca de sol, praia, e belas paisagens, como no passado.

Para compreender o funcionamento do mercado turístico, é fundamental entender o comportamento da oferta. Dessa forma, ganha protagonismo o consumidor, cujo comportamento está em constante mudança, buscando por experiências, pelo personalizado. O consumidor apresenta a necessidade de ter cada vez mais informação. Do lado da oferta, esse comportamento gera a segmentação de mercado, criando novas demandas de viagem para atender ao perfil do consumidor (REZENDE, 2014).

Nesse contexto mercadológico, o segmento denominado Dark Tourism é considerado uma das formas mais antigas de turismo, pois segundo Stone (2006), as pessoas são, intencionalmente ou não, atraídas para lugares, atrações ou eventos que estão relacionados de algum modo com a morte, o sofrimento, a violência e o desastre. Dentre as ofertas deste segmento, encontram-se as favelas (FONSECA, 2015), conhecidas devido às habitações irregulares e condições precárias e, também, por suas relações com o tráfico de drogas. Historicamente, o termo favela significa ausência, algo que não é, ou no caso das favelas cariocas, algo que não têm (SILVA et al., 2009). Com o passar dos anos, como uma forma de minimizar o efeito pejorativo que a palavra assumiu, surgiram novos termos para se referir às favelas, sendo a comunidade o mais utilizado. Entretanto, no âmbito do turismo o termo 'favela tour' se popularizou e, portanto, optou-se por adotá-lo neste estudo.

O governo tem sido um dos principais incentivadores da atividade turística nas favelas, pois durante diversas visitas de políticos e/ou famosos à cidade do Rio de Janeiro, as comunidades são incluídas nos roteiros. Apesar das visitas incentivadas pelo governo terem começado no início do século XX (BOTTINO, 2018), em 1976, as favelas cariocas ainda não constavam nas representações da cidade carioca (REGO-FAGERLANDE, 2018), as medidas tomadas pelos governos nem sempre foram de incentivo à comunidade e inclusão de seus moradores. O autor complementa que entre 2012 e 2017 as favelas foram colocadas e tiradas dos mapas diversas vezes (REGO-FAGERLANDE, 2018).

Segundo Bottino (2018), o turismo é uma das atividades econômicas que mais movimentam os setores da cadeia produtiva carioca, sendo normalmente comercializado,

no geral, a partir de paisagens bonitas e admiráveis, e esse é o diferencial nas favelas, pois as paisagens não são atrativas pela beleza, e sim pela pobreza e degradação que caracterizam um modo de vida diferente.

A complexidade dentro dos realty tours, acima de tudo deve-se ao fato do objeto não ser algo óbvio e tangível, dentro do passeio são articulados dois tipos de domínios, o dinheiro e as emoções, não sendo compatível com a moralidade e os princípios ocidentais, despontando numerosos debates, em particular sobre a pertinência da ética de se transformar miséria alheia em mercadoria (FREIRE-MEDEIROS, 2006). Os tours realizados dentro das comunidades permitem um engajamento altruísta e politicamente correto, motivam sentimentos de aventura e deslumbre, sendo uma experiência do autêntico e do exótico, do risco e do trágico somente em um só lugar, em geral é acusado os praticantes de motivar sentimentos de voyeurísticos e atitudes em relação à pobreza e ao sofrimento (FREIRE-MEDEIROS, 2006; PREZZI, 2009).

Sendo assim, o presente trabalho busca discutir, do ponto de vista mercadológico, o Dark Tourism a partir das comunidades cariocas e sua reputação online como atrativo turístico, por meio da análise de comentários na plataforma de viagens TripAdvisor. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva (RICHARDSON, 1999), por tratar do Dark Tourism, no contexto brasileiro, apresentando a Favela como objeto, no contexto do Turismo de Experiência. A escolha por essa abordagem se justifica a partir da compreensão que Turismo de Experiência e Dark Tourism são, de certa maneira, compreendidos à luz da tendência à especialização que vem acontecendo com os estudos turísticos (SHARPLEY; STONE, 2009 apud. CÁNEPA et al., 2016).

A pesquisa fez uso de diferentes autores a fim de construir um referencial teórico que aborda Turismo de Experiência, Dark Tourism e Turismo na Favela, apresentando os conceitos com enfoque em suas principais características para melhor entendimento, a partir da relação entre os temas, a fim de subsidiar o constructo teórico que embasa o estudo.

A próxima seção apresenta a metodologia, que aborda tanto a construção do referencial teórico quanto o levantamento no TripAdvisor. Em seguida, a seção Resultados e Discussões sintetiza os resultados encontrados. Por fim, esse artigo apresenta as considerações finais, que inclui também as limitações do estudo e a indicação de possíveis pesquisas futuras sobre os temas discutidos.

## 2. DESENVOLVIMENTO, REFERENCIAL TEÓRICO OU REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 Turismo de Experiência

Segundo Turner & Bruner (1986 apud. PEZZI; VIANA, 2015), a experiência na visão antropológica estende-se a respeito da suspensão das relações cotidianas, nas quais o indivíduo sofre um choque em relação ao que lhe é rotineiro. Já para Pezzi e Viana (2015) a experiência pode ser relacionada à atividade turística, como um objeto chave em viagens. A experiência é multidimensional e é descrita como um processo transformador (COELHO; GOSLING, 2019), assim como o turismo, sendo (trans)formador de ambiente, perspectivas e relações sociais que surgem ou se transformam por meio do que é proporcionado pelas atividades aos agentes envolvidos (NUNES; SANTOS; AZEVEDO, 2014).

Para Cruz (2001), o turismo é entendido como prática social, além de ser uma atividade econômica, sendo uma das atividades pioneiras da Economia da Experiência (HOSANY; WITHAM, 2009 citado por AÑAÑA; ANJOS; PEREIRA, 2016). Assim, pode-se dizer que a atividade turística atua como um determinante de espaços e cenários, se apropria dos lugares e explora os recursos naturais, econômicos e sociais (NUNES; SANTOS; AZEVEDO, 2014).

Acerca do Turismo de Experiência, juntamente com a experiência turística, Trigo sugere que:

A compreensão da experiência como um diferencial a ser oferecido aos consumidores foi um avanço importante em termos mercadológicos, mas, como em tantos outros estudos e tentativas de denominação ou classificação na área de gestão e negócios, o termo caiu em um modismo superficial, que, em boa parte, neutralizou os avanços conquistados (2010, p. 29).

O turismo de experiência propõe novas configurações a produtos turísticos com vistas à construção de conceitos capazes de dar conta das necessidades mercadológicas que a contemporaneidade solicita ao setor (GUZMÁN; JÚNIOR; SANTOS, 2011).

Já para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com sua visão mercadológica, o Turismo de Experiência é uma solução encontrada para atrair o turista e fidelizá-lo por meio de experiências significativas, atribuindo a ele o papel de protagonista em sua viagem (SEBRAE, 2015).

O turista que viaja para outro ecossistema provavelmente está em busca de novas experiências, assim, é notório como o viajante está cada vez mais rigoroso com suas escolhas e desejos, ter apenas um bom acolhimento se tornou insuficiente já que o turista espera ser surpreendido.

O Turismo de Experiência tem a sua base e seu principal foco na experiência do turista, lidando diretamente com suas emoções, interação do indivíduo com serviços e produtos e, assim, despertando novas sensações. Para Beni (2004), os produtos são tangíveis, os serviços são intangíveis e as experiências são memoráveis.

Nesse contexto, pode-se considerar o turismo como uma atividade, sobretudo experiencial, na qual o indivíduo sai do seu cotidiano com a intenção de explorar um novo local diferente da sua rotina. Ou seja, o Turismo de Experiência é um tipo de turismo que marca o turista profundamente, além de permitir uma nova forma de fazer turismo, no qual há interação real com o ambiente frequentado.

## **2.2 Dark Tourism**

A busca por novas experiências entre os turistas atuais desenvolve novos segmentos do turismo, pois o foco principal está correlacionado com sensações diferentes, bem como, com as próprias transformações dos indivíduos. A partir disso, o *Dark Tourism* vem se expandindo devido às experiências únicas que proporciona.

Desse modo, o *Dark Tourism* ou Turismo Sombrio, é considerado tanto como uma forma antiga de turismo quanto um fenômeno recente e moderno (FONSECA, 2015). Isso ocorre ao entender que o conceito se origina na Antiguidade, na qual pode-se considerar os jogos dos gladiadores romanos, no Coliseu, como uma das primeiras atrações nesse segmento (FONSECA, 2015; STONE, 2006). Entretanto, apenas recentemente houve interesse pelos estudiosos da área nesse tipo de turismo, tornando-se mais variado e amplo ao longo dos tempos (COUTINHO; BAPTISTA, 2014; FONSECA, 2015; STONE, 2006).

Nesse contexto, pode-se afirmar que o *Dark Tourism* é uma forma de turismo com oferta diversificada, que envolve locais relacionados com a morte e o sofrimento, que de acordo com Fonseca (2015, p. 17) "podem ser museus, cemitérios, prisões, memoriais, favelas, campos de concentração, cenários de guerra, atentados ou outros lugares de tragédia". Embora o objetivo seja mais sombrio que o de outros segmentos da área, os turistas buscam consumi-lo pela autenticidade e não só pelo acontecimento negativo (COSTA; KORSTANJE, 2016). Assim, há uma discussão sobre a dupla interpretação vinculada a esse tipo de turismo.

Para Costa e Korstanje (2016), o interesse por esses locais pode estar ligado ao significado que a representação da crueldade histórica impõe ao nosso aprendizado do passado, além da possibilidade de manter a história viva, como acrescenta Fonseca (2015). Ademais, o *Dark Tourism* pode ser apresentado como um meio de comunicação com o passado e fonte de renda para as comunidades envolvidas. Entretanto, é capaz de estimular uma autoestima no indivíduo através do sofrimento alheio, transformando-o em uma projeção da sociedade do espetáculo, com atitudes narcisistas (COSTA; KORSTANJE, 2016).

Para entender melhor esse fenômeno é imprescindível compreender que ele é estimulado pela demanda e pela oferta (FONSECA, 2015). A demanda está associada à motivação para a prática do *Dark Tourism*, ou seja, o interesse dos turistas no papel da morte, do sofrimento e da tragédia. Desse modo, Fonseca (2015) descreve que a motivação de um indivíduo depende de necessidades internas, referente aos aspectos emocionais do mesmo, e também, dos atributos que o lugar expõe ao visitante. Após estudar sobre esse cenário, a autora apresenta 14 dimensões nas quais a motivação se divide, sendo elas: identidade, históricas, culpa, curiosidade, sociais, nostalgia, educacionais, memória, artefatos, sacralização, culturais, novidades, autenticação e aventura.

Quadro 1 - As 14 dimensões da motivação de um indivíduo quanto ao *Dark Tourism*.

Motivação	Definição
Identidade	Turistas buscam uma conexão com o local ou evento, mesmo não tendo uma ligação direta com ele, para ganharem um sentido de identidade.
Histórica	Quando a história do destino ou evento causa interesse nos indivíduos a visitarem esses

	locais.
Culpa	Está ligado tanto para aliviar o sentimento da culpa por terem sobrevivido à morte e desastre quanto para honrar as vítimas.
Curiosidade	A curiosidade é provocada quando familiares, amigos ou a mídia contam histórias de um local macabro provocando excitação e medo, a ponto de se sentirem obrigadas a procurar sobre o assunto.
Social	Essa motivação está relacionada com a desmistificação, interpretação e aceitação do papel da morte na condição humana, na qual o turista lida com suas questões pessoais referente à morte.
Nostalgia	Quando a motivação dos indivíduos refere-se a antigos desejos e preferências.
Educacional	Pode ser tanto uma questão pessoal, para entender o que aconteceu com seus antepassados ou amigos, quanto acadêmica, com o propósito de aprender e compartilhar os erros do passado para não se repetirem. Com isso, desenvolve-se a preservação do patrimônio histórico.
Memória	Está relacionada com a homenagem e celebração que os indivíduos prestam aos seus entes queridos falecidos. É reconhecido nas visitas aos cemitérios em dias festivos como Dia de Finados.
Artefatos	Quando o indivíduo quer observar as representações simbólicas ou culturais, colaborando com uma melhor comunicação, interpretação e avaliação do lugar.
Sacralização	A sacralização do lugar acontece devido à importância turística que a sociedade incorporou ao lugar.
Cultural	Quando o propósito trata de contemplar os locais, as obras de arte e os monumentos. Um exemplo são as visitas a cemitérios, que podem ser considerados museus a céu aberto, reunindo obras arquitetônicas e esculturas.
Novidade	Quando há uma atração pelo desconhecido. A busca por novas experiências e aventuras são de grande importância para obter o conhecimento desses lugares.
Autenticação	Está relacionado com a validação e autenticação destes locais pelos próprios turistas, para compreenderem a importância do contexto e do ambiente.
Aventura	Quando há presença de uma mistura de aventura e emoção ao contar a história desses locais.

Fonte: elaboração própria, 2021, a partir dos estudos de Fonseca (2015, pp. 25-27).

Assim, percebe-se que as motivações estão associadas às diversas experiências que permitem uma compreensão abrangente sobre o tema. Todavia, Fonseca (2015)

observa que os estudos que chegaram nessa conclusão são, muitas vezes, generalistas visto que não abordam as singularidades que cada tipo de turismo oferece. Com isso, o *Dark Tourism* torna-se um campo mais complexo de ser estudado.

Outra questão levantada sobre sua complexidade está relacionada ao termo “*dark*” (escuro ou sombrio), que por sua vez “é muito amplo e não expõe as multicamadas da oferta do turismo sombrio”<sup>4</sup> (STONE, 2006, p. 150, tradução própria). Diante disso, Stone (2006) elabora um espectro do *Dark Tourism* e das suas várias tonalidades, desde o turismo mais claro até o turismo mais escuro. O primeiro corresponde aos locais criados para o entretenimento com maiores e melhores infraestruturas turísticas, percebidos como menos autênticos em relação aos outros lugares. Um dos exemplos dados é o *The London Dungeon* que atrai os visitantes com os eventos históricos mórbidos. Já o *Dark Tourism* mais escuro representa os locais com fins educacionais, com pouca infraestrutura turística, uma vez que a morte e o sofrimento ocorreram de fato. O exemplo mais conhecido é o Campo de Concentração de Auschwitz-Birkenau, maior símbolo do Holocausto, que dispõe de um papel crucial na autenticidade local (STONE, 2006).

Reconhece-se então, um repertório amplo no âmbito do *Dark Tourism*. A constatação dos locais mais claros, ou seja, produzidos do ponto de vista mercadológico como caminho para comercialização de emoções e sensações relacionadas à melancolia humana. No outro extremo do repertório do *Dark Tourism*, o lado escuro, a partir do caráter histórico-educacional da visita a lugares nos quais foram contadas passagens sombrias da narrativa humana, o turismo parece acessar também a melancolia dos turistas que se interessam por visitar determinados locais e atrativos.

Aqui cabe refletir acerca do uso dos termos claro e escuro. Ao considerar que a obra de Stone data de 2006 é possível afirmar que naquele momento negro, escuro, claro eram termos que não vinham sendo discutidos como reprodutores de discursos preconceituosos. Atualmente (e felizmente) a sociedade tem ampliado a consciência acerca do Racismo Sutil, de maneira que esse reconhecimento se faz presente, ao mesmo tempo em que se destaca que se faz necessário se manter o vocabulário usado pela fonte, no caso, Stone (2006).

---

<sup>4</sup> Texto original em inglês. “As dark tourism products are multifaceted, complex in design and purpose, and diverse in nature, it is perhaps clear that the universal term ‘dark’ as applied to tourism is too broad and does not readily expose the multilayers of dark tourism supply.”

Retomando a reflexão acerca da complexidade apresentada, pode-se afirmar que o *Dark Tourism* ainda carece de estudos mais específicos como a motivação e a reação dos visitantes, mas também as características desses locais (LENNON; FOLEY, 2000 citado por COUTINHO; BAPTISTA, 2014).

## 2.3 Turismo na Favela

O início do século XX, na cidade do Rio de Janeiro, é marcado pela reforma Passos (1902-1906). Segundo Cosme (2010), o período envolve grandes transformações que foram motivadas pela importância do local na economia internacional e o crescimento econômico da antiga capital brasileira. O intenso processo de organização da cidade levou uma grande parcela da população a buscar nos morros locais de moradia (LANÇA; MAIA; SANTANA, 2015). A reforma habitacional ficou conhecida pela “política do bota abaixo” onde a derrubada dos cortiços para a construção de parques e outras melhorias na cidade resultaram no crescimento da população pobre nas favelas (ZALUAR; ALVITO, 2004). As autoras complementam que a pobreza dos habitantes e o descaso do governo resultaram em um local com habitações irregulares, sem condições sanitárias, com o passar dos anos as comunidades foram sendo dominadas pelo tráfico, um poder paralelo ao do estado (ZALUAR; ALVITO, 2004; LANÇA; MAIA; SANTANA, 2015).

Apesar da Eco 92<sup>5</sup> marcar o início do turismo nas favelas cariocas (FREIRE-MEDEIROS, 2007), Bottino (2018) explica que desde o seu surgimento, as comunidades despertam a curiosidade e a atenção do mundo todo. Em seu estudo a autora mostra como o poder público foi durante um tempo (apesar das contradições com o passar dos anos) um forte incentivador do turismo no local, pois no século 20 os morros cariocas receberam a visita de figuras importantes, como o Príncipe de Gales, em 1931 e o Papa João Paulo II em 1980. Kamada e Ramiro (2019), colocam que a ajuda do governo ocorre somente devido ao fato das favelas estarem situadas em locais privilegiados do ponto de vista geográfico e paisagístico.

As favelas são marcadas por dois tipos de turismo: os roteiros chamados de *Favelatour* e o Turismo de Base Comunitária (TBC). O primeiro remete aos *Reality Tours*,

---

<sup>5</sup> Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Eco-92. Foi realizada na cidade do Rio de Janeiro, entre os dias 3 a 14 de junho de 1992 e contou com a presença de delegações de mais de 100 países, que se reuniram para definir medidas de enfrentamento aos problemas crescentes do efeito estufa.

onde não há uma ligação direta com a comunidade, somente agentes externos que realizam visitas no local. Em contrapartida, o segundo é realizado pela comunidade, com os moradores locais se organizando para receber os turistas (REZENDE, 2014).

Durante a Conferência da Eco- 92, todos os olhos estavam voltados para a cidade do Rio de Janeiro. Segundo Maia e Bispo (2010) alguns participantes pediram aos guias da empresa Jeep Tour para conhecer uma favela, a escolhida foi a da Rocinha. Ainda de acordo com os mesmos autores, nos 20 anos que seguiram à Conferência, o *Favelatour* começou a crescer, e a Rocinha passou a receber em média 3.500 visitantes por mês. Em 2006, com o projeto de lei aprovado pelo então prefeito Cesar Maia, a favela Rocinha passou a ser oficialmente considerada um atrativo turístico da cidade (FREIRE-MEDEIROS, 2009).

Já em 2007, Freire-Medeiros apresenta um estudo intitulado “A favela que se vê e que se vende” (FREIRE-MEDEIROS, 2007), no qual visitou a principal favela do Rio de Janeiro, do ponto de vista do turismo, a Rocinha, considerada também a maior favela da América Latina (MORAES, 2016). Em 2007, a autora conta que havia pelo menos 7 agências cadastradas, e que os tours poderiam ocorrer a pé, de van, mototáxi ou jeep, com o custo em torno de US\$35,00 por pessoa, sendo que os lucros eram destinados 100% às agências. Já em 2014 foi criada a Rede de Conexão de Turismo em Favelas, a CONTUR, que contava com guias e empreendedores que buscavam levar o turismo para além das favelas da Zona Sul, abrindo oportunidades em comunidades menos conhecidas. Em seguida, em 2015, aconteceu nos dias 14 e 15 de abril o primeiro “Congresso de turismo de base da Rocinha” (REGO-FAGERLANDE, 2015; MORAES, 2016), com a participação da comunidade, guias de turismo, empreendedores, estudiosos do assunto e o poder público. O Congresso foi motivado pelas disparidades econômicas que o turismo no local apresentava: os turistas gastavam pouco na favela, e o lucro ia apenas para as agências (MORAES, 2016). O Turismo de Base Comunitária (TBC) nas favelas cariocas também chama a atenção. Rezende (2014) aponta que a maioria dos projetos apoiados pelo Ministério do Turismo, são desenvolvidos pela comunidade. Observando os impactos negativos que o *favelatour* vinha apresentando, alguns moradores começaram a organizar o TBC nas comunidades (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017). Sobre o Turismo de Base Comunitária, discute-se que:

O TBC não representa apenas mais um segmento de mercado, mas a possibilidade de um novo paradigma, uma forma mais responsável de se planejar e executar a experiência turística em áreas menos privilegiadas do ponto de vista dos indicadores econômicos e da oferta de infraestrutura urbana básica (Mano et al, 2017, p.417).

Para Spampinato (2009 *apud*. MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017), se o turismo for planejado de maneira correta é possível que as atividades possam estimular a valorização socioeconômica e cultural. No livro *Gringos na Laje*, Freire-Medeiros (2009, p. 96) comenta que “A favela emerge como território autossuficiente, portador de uma cultura própria, em que os habitantes se mantêm unidos em oposição à sociedade egoísta que os cerca”.

Outra favela carioca encontrada é a de Santa Marta, localizada na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, com cerca de 54.692 m<sup>2</sup> de área e seis mil moradores, a favela de Santa Marta ficou conhecida através de registros negativos, vinculada à violência e o descaso do governo (FREIRE-MEDEIROS; VILAROUCA; MENEZES, 2016). Os autores complementam que, em 1996, a gravação do clipe “They don’t care about us” de Michael Jackson tornou a comunidade conhecida internacionalmente. Outro marco foi o lançamento em 30 de agosto de 2010 pelo governo do Rio de Janeiro, em parceria com a prefeitura e o Estado, do Rio Top Tour: primeiro projeto de turismo de base comunitária desenvolvido por órgãos públicos nas favelas cariocas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). A apresentação contou com a presença do então presidente Lula e seis de seus ministros, incluindo Luiz Barretto, Ministro do Turismo. O projeto significou uma ruptura com a violência e a mobilidade dos habitantes por um local que antes eram vias obstruídas de acesso até o poder público (FREIRE-MEDEIROS; VILAROUCA; MENEZES, 2016). Embora tenha sido interrompido, o Rio Top Tour deixou a comunidade informada sobre o TBC, além de promover o desenvolvimento dos atrativos e da formação de profissionais na comunidade (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017).

Entretanto, a comunidade de Santa Marta ficou dividida entre os “de dentro” e os “de fora”, os moradores da comunidade e as agências externas (FREIRE-MEDEIROS VILAROUCA; MENEZES, 2016). No estudo dos autores, os moradores criticam constantemente a atuação dos guias externos, por não conhecerem a história da comunidade, deixando de apresentar lugares importantes e excluindo bares, restaurantes, e outros locais na favela, reclamando também da falta de patrocínio de agentes externos,

que valorizem a cultura local, como o samba e o funk. Em 2013, após três anos da criação do “Comitê de Turismo de Santa Marta”, idealizado por uma moradora formada em turismo, os “de dentro” conseguiram estabelecer uma parceria com os “de fora” (FREIRE-MEDEIROS; VILAROUCA; MENEZES, 2016).

Compreende-se que a principal diferença entre os tipos de turismo nas favelas cariocas é o protagonismo da comunidade no local, pois a forma como ela é mostrada impacta na visão que o turista terá da localidade visitada. É importante entender que cada favela é única, com experiências diferentes, algumas turísticas e outras com enfoque na cultura.

Portanto, pode-se afirmar que o turismo em favelas, seja de Base Comunitária ou *Reality Tour*, está conectado ao *Dark Tourism*. Nesse contexto, baseado na divisão de Stone (2006) sobre as diversas “tonalidades” do turismo macabro, é viável categorizar o TBC como um turismo mais escuro, visto que possui fins educacionais dos turistas sobre a comunidade. Já o *Favelatour* adequa-se ao turismo mais claro, devido a sua apresentação comercial aos turistas. Sendo ao mesmo tempo um ambiente violento, pobre e irracional, é também um local onde se encontra solidariedade e autenticidade, construindo um destino que pode ser consumido e visitado devido aos sentimentos conflitantes que trás ao turista, devido a suas características, e as questões que o norteiam, o turismo em favelas se aproxima mais ainda ao Turismo Sombrio (PREZZI, 2009).

Embora as propagações de informações feitas por meio da mídia coloquem a favela em situação de pobreza e violência, ainda assim se torna uma motivação para os turistas se interessarem pelo local, uma vez que os elementos estruturam a visão do ambiente. Com base nessas polêmicas que cercam o turismo sombrio e as favelas, faz-se necessário novas pesquisas para abranger essas diferentes percepções e motivações dos turistas, visto que a experiência obtida varia de viajante para viajante, sendo sempre única e, muitas vezes, memorável.

Diante da complexidade que envolve o Turismo de Experiência no âmbito do *Dark Tourism* e sua relação com o Turismo na Favela, considerando a curiosidade mórbida que reside na visitação ao modo de vida relacionado ao imaginário de pobreza e violência urbana, apresenta-se a seguir a pesquisa aplicada.

### 3. METODOLOGIA OU MATERIAIS E MÉTODOS

Com o propósito de verificar a reputação online das favelas cariocas como um atrativo turístico, o artigo caracteriza-se como exploratório, de caráter qualitativo, que se justifica por ser uma forma adequada de compreender um fenômeno social (RICHARDSON, 1999; MINAYO, 2007). Nesse contexto, esse tipo de pesquisa busca entender, descrever, explicar os fenômenos sociais de modos diferentes que estejam se desenvolvendo e investigando documentos (RICHARDSON, 1999). Além disso, a pesquisa se configura por suas análises descritivas, considerando como principal objetivo a descrição de alguma característica ou “função de mercado” (MALHOTRA, 2001, p. 107), a fim de entender a realidade do objeto de estudo.

A primeira etapa do estudo, uma revisão bibliográfica, foi desenvolvida de forma sistemática, a partir de levantamento de artigos científicos mediante descritores pré-determinados, em bases de dados específicas, englobando as produções científicas relacionadas ao *dark tourism*, o turismo de experiência e a favela. Esses termos foram usados para o levantamento e também como instrumento para discussão teórica acerca da atividade turística nas favelas cariocas. Para a realização, foram empregadas as seguintes plataformas de bases de dados: *Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal)*, escolhida por ser uma base latino-americana e embora a grande maioria de publicações seja em espanhol, há diversas publicações de autores brasileiros; *SciELO (Scientific Electronic Library Online)*, por sua abrangência em artigos científicos brasileiros; e *Publicações de Turismo*, composta por um banco de dados de artigos e periódicos científicos iberoamericanos voltados ao turismo. As buscas foram realizadas investigando os descritores nos títulos, resumos e palavras-chave, conforme a tabela 2:

Quadro 2: Resultados de busca para cada descritor, por base de dados.

Descritor: Turismo de Experiência			
Base de dados	Encontrados	Recuperados	Utilizados
Redalyc	71	7	3
SciELO	193	4	2
Publicações de Turismo	22	5	3
Descritor: Dark tourism			
Base de dados	Encontrados	Recuperados	Utilizados

Redalyc	37	3	0
Scielo	6	1	0
Publicações de Turismo	28	4	2
<b>Descritor: Favela</b>			
<b>Base de dados</b>	<b>Encontrados</b>	<b>Recuperados</b>	<b>Utilizados</b>
Redalyc	4145	18	5
Scielo	393	2	0
Publicações de Turismo	19	8	3

Fonte: Elaboração própria, 2020.

A Tabela 2 possibilita visualizar o acesso aos artigos encontrados nas bases de dados, para melhor identificar os periódicos, além das palavras chaves na busca. A coluna Encontrados é referente ao número global da busca, já a Recuperados indica aqueles selecionados para leitura por terem efetiva relação com o escopo da pesquisa e, por fim, na coluna Utilizados estão os artigos que efetivamente compõem o artigo.

Sendo assim, os 18 artigos da categoria utilizados foram essenciais para a elaboração do referencial teórico, ao contribuir com as relações entre os conceitos apresentados no presente artigo. Ainda cabe citar que os artigos compreendem um intervalo temporal de 2005 a 2019, entretanto, na base de dados Redalyc, com esse intervalo foram filtrados 4.145 artigos encontrados com a palavra-chave favela. Após o filtro, foram localizados 3855 artigos, dos quais foram analisados os 100 primeiros. Na base de dados da Redalyc foram utilizados artigos na língua portuguesa, inglesa e espanhola.

A segunda etapa do estudo se deu a fim de atingir o objetivo estabelecido para esse artigo e, ao constatar que alguns dos principais artigos encontrados tinham data pouco recente, optou-se também por utilizar o TripAdvisor, uma plataforma online de interação entre os turistas e os produtos turísticos, com a finalidade de compartilhar experiências. Seu uso na pesquisa teve a finalidade de ampliar a discussão a partir da percepção dos turistas.

Assim, foram analisadas duas das principais favelas cariocas no âmbito do *Dark Tourism*: de Santa Marta<sup>6</sup> e a da Rocinha<sup>7</sup>, encontradas na primeira etapa da pesquisa, nos artigos encontrados na revisão bibliográfica sistemática. As páginas foram visitadas

<sup>6</sup> TripAdvisor (2020). Favela Santa Marta Tour. Recuperado em 15 agosto, 2020 de <https://bit.ly/2QgO3GO>.

<sup>7</sup> TripAdvisor (2020). Favela Tour. Recuperado em 15 agosto, 2020 de <https://bit.ly/3gID3m6>.

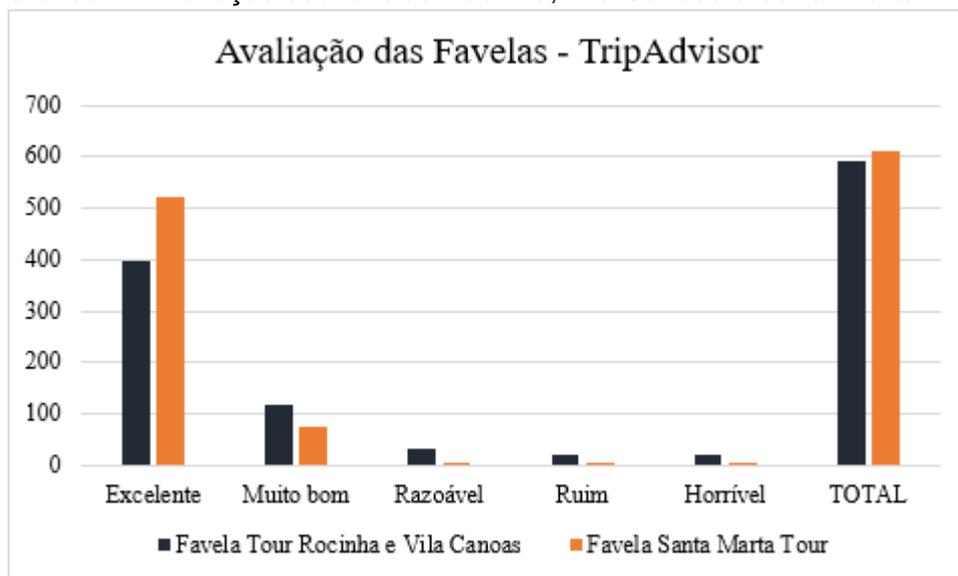
entre os dias 15 e 20 de agosto de 2020, a análise foi realizada a partir das percepções do passeio nas favelas em questão, evitando os comentários relacionados aos aspectos técnicos das agências. Além disso, não se realizou nenhum tipo de recorte entre os comentários, sendo analisados todos os comentários.

#### 4. RESULTADOS

Os avanços na tecnologia revolucionaram a criação de conteúdos turísticos ao redor do globo, principalmente em relação à oferta e demanda. Assim, a participação dos turistas e suas percepções tornaram-se mais relevantes à formatação de diferentes produtos, com experiências personalizadas a cada perfil de turista. Sendo assim, seguem os resultados da reputação das favelas cariocas, a Santa Marta e a Rocinha, com base em comentários feitos no TripAdvisor.

A priori, a primeira etapa da pesquisa, levantamento bibliográfico, indicou que as favelas e seus *tours* não geravam uma experiência turística satisfatória, devido às condições marginalizadas. No entanto, ao observar os pontos de vista dos turistas, percebe-se que há uma avaliação positiva em relação às suas experiências (gráfico 1), embora inicialmente exista um sentimento de desrespeito com os moradores locais. As avaliações do site sobre a Favela Tour Rocinha e Vila Canoas e a Favela Santa Marta Tour estão divididas em: excelente (397 e 523), muito bom (118 e 75), razoável (31 e 7), ruim (22 e 1) e horrível (22 e 05), respectivamente.

Gráfico 1 - Avaliação das favelas Rocinha, Vila Canoas e Santa Marta.



Fonte: Elaboração própria, 2021, a partir do site TripAdvisor.

Em suma, ao somar as avaliações 'excelentes' das duas favelas tem-se um total de 920 avaliações, nas quais as visitas realizadas são muito elogiadas pelo aprendizado que se adquire com a experiência surpreendente. No momento em que o turista entra na favela acontece uma imersão em uma cultura e uma realidade deveras diferente do que estão acostumados. Essa compreensão sobre a vida e a evolução das favelas ocorre pela interação com a comunidade local e as histórias contadas pelos guias das agências responsáveis pela visita.

Seguindo esse raciocínio, as avaliações 'muito bom', com um total de 193 avaliações, embora apresentem um fascínio com a visão educacional adquirida com a visita, sentem-se chocados ao observar o outro lado do Rio de Janeiro. Com esses comentários, as favelas podem ser consideradas um meio de comunicação com o passado, ao apresentarem a história do local. Observa-se que não há necessidade de uma grande infraestrutura turística para que exista um propósito educacional, logo, as favelas podem ser classificadas, a partir do espectro de Stone (2006), como o turismo no lado escuro.

As 38 avaliações 'razoável' discutem a semelhança das duas favelas com outras ao redor do globo, com apenas uma singularidade, a vista, considerando a beleza cênica do Rio de Janeiro. Ademais, como indicam Costa & Korstanje (2016), o *Dark Tourism* estimula comportamentos narcisistas nos indivíduos, impulsionando a própria autoestima. O comentário abaixo confirma essa percepção:

Eu acredito que é importante que as pessoas vejam e sintam como outras pessoas vivem em nosso mundo. Pode nos dar uma apreciação maior pelo que temos e/ou pode levar a uma apreciação de como os outros administram suas vidas com muito menos do que nós. (tradução própria<sup>8</sup>).

As 23 avaliações demarcadas como 'ruim' caracterizam-se por ser um passeio culposo, pouco informativo e não recomendado, devido a comparação com o zoológico: “zoológico gera menos culpa”<sup>9</sup>. E, por fim, dentre as 27 avaliações classificadas como 'horrrível' encontram-se críticas às comunidades, mostrando o local como sujo e nada de

<sup>8</sup> Comentário retirado do site TripAdvisor. Avaliação original em inglês. “I believe it's important for people to see and feel how others live around our world. It may give us a greater appreciation for what we have and/or it may lead to an appreciation of how others manage their lives with much less than we have.”

<sup>9</sup> Comentário retirado do site TripAdvisor.

interessante para apreciar e comprar, sendo os produtos vendidos pelos moradores, de má qualidade e caros. Com isso, nota-se pouca valorização da cultura mostrada.

Através dos comentários, foi possível perceber que apesar de haver críticas, as agências que realizam os tours nas favelas que foram analisadas, desempenham um papel de Turismo de Base Comunitária. Na Rocinha, uma parte da verba gerada pelos tours vai para a melhora da comunidade. Em Santa Marta também ocorre essa ajuda para os moradores locais, em especial à uma escola.

Além disso, baseando-se no estudo de Fonseca (2015) acerca das 14 dimensões da motivação de um indivíduo quanto ao *Dark Tourism*, pode-se observar que os turistas analisados pelas avaliações pode ser considerados dos turistas motivados por novidade, educacional e curiosidade (FONSECA, 2015). A primeira classificação ocorre na busca por novas experiências que contribuem para o conhecimento das favelas. Em razão do propósito de entender o passado do Brasil - e das favelas - tem-se a motivação educacional, como segunda dimensão identificada. A curiosidade, terceira motivação, está embasada nos comentários nos quais a mídia está envolvida, devido às histórias das favelas veiculadas no exterior.

Como supracitado, apesar da propagação de notícias negativas por parte da mídia, as favelas geram interesse, principalmente, de visitantes estrangeiros. A visita aos locais é positiva devido a uma interação entre o turista e o morador, gerando uma compreensão maior do estilo de vida dos residentes, ampliando a percepção do visitante. Tal constatação é comprovada pelos números de avaliações apresentadas nos patamares excelente, 920, muito bom, 193, e razoável, 38, em contrapartida das negativas, que totalizaram 50. Segundo Costa & Korstanje (2016), há uma busca pela autenticidade entre os turistas e isso é confirmado com as menções da autenticidade das favelas, devido ao realismo que é passado com as informações e interações entre moradores e turistas, ou a falta dele.

Os turistas alegam que as favelas são receptivas, unidas, e alegres, não se deixando abater pelas dificuldades encontradas no morro, como habitações indignas, a falta de saneamento básico e a sujeira nas ruas. Embora existam comentários negativos sobre o morro, a vista panorâmica que as favelas proporcionam do Rio de Janeiro sempre surpreende, juntamente com a variedade de cores nas casas, colaborando com o distanciamento do estereótipo de pessoas marginalizadas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÕES

O *Dark Tourism* possui uma oferta diversificada associada ao sofrimento e a curiosidade mórbida, cujo propósito, do ponto de vista mercadológico, é oferecer uma experiência única ao turista, que possibilite, de alguma forma, aprendizados sobre o passado. Assim, se planejado de maneira correta, os *tours* realizados nas comunidades podem proporcionar ao turista a compreensão da favela como um local com uma cultura própria, que vai além da marginalização e violência divulgadas pela mídia.

Ao verificar os comentários no TripAdvisor e consultar os artigos sobre o tema, constatou-se que os turistas estrangeiros são mais comuns, principalmente europeus, na realização dos *tours* para conhecer a favela, sendo a minoria os brasileiros. Estes fatos estão expostos no documentário “Em busca de um lugar comum” (DEFANTI; MUSSEL, 2012), através da fala da guia Marina, que aponta que a favela é o único local no Rio que a maioria dos residentes não conhece, devido ao imaginário criado a partir da mídia.

A partir disso, as favelas Santa Marta, Rocinha e Vila Canoas, são *tours* com a participação da comunidade, configuram-se como turismo de base comunitária (TBC), ao oferecer oportunidade aos moradores para contarem suas histórias. Também foi observada a caracterização do turismo nas favelas pelos turistas como uma atividade intrinsecamente experiencial, pois o indivíduo deseja vivenciar novas experiências. Sua conexão com o *Dark Tourism* está atribuída com as experiências únicas que a visita promove, ao educar o turista com as histórias e evoluções das favelas e dos moradores.

Mesmo diante de constatações tão claras, foi possível identificar algumas limitações desta pesquisa, como a falta de estudos sobre a demanda do *Dark Tourism*, além dos artigos sobre os *tours* realizados na favela serem voltados, em sua maioria, a percepção de moradores, da construção e da consolidação da favela como um destino e não da experiência que a favela, como produto turístico, transmite aos visitantes. Assim, esse artigo reconhece o pioneirismo na abordagem de discutir o *Dark Tourism* de um ponto de mercadológico e a partir de um produto - turismo na favela - que não é usualmente abordado neste contexto, ainda mais ao se analisar o conceito do *Dark Tourism* sob uma perspectiva de sua classificação mais pesada, correspondente à locais

mórbidos. Com esse reconhecimento, espera-se que esta pesquisa possa contribuir para investigações futuras acerca da demanda turística deste tipo de turismo, a fim de colaborar para formatações de novos produtos turísticos com experiências personalizadas, planejadas de maneira a valorizar e incluir a comunidade que vive e constrói, dia a dia, a favela.

## REFERÊNCIAS

AÑAÑA, E. da S.; ANJOS, F. A. dos.; PEREIRA, M. de L. (2016). Imagem de destinos turísticos: avaliação à luz da teoria da experiência na economia baseada em serviços. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.10, n. 2, pp.309-329, ago., 2016.

BENI, M. C. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. **Turismo - Visão e Ação**, São Paulo, v.6, n.3, pp. 295-306, dez., 2004.

BOTTINO, C. M. M. Das Primeiras Expedições ao Turismo Organizado: a trajetória das visitas nas favelas da cidade do Rio de Janeiro. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET**, Edição Temática: "História e Memória do Turismo", Juiz de Fora, MG, Brasil, volume v.8, n.1, jan., 2018.

CÁNEPA, L.L.; NASCIMENTO, G.P.; MELLO, D. M.C; LIMA, C.M.P.A. Realidade Assombrada (...). **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v.13, número especial, p.01-17, nov., 2016.

COELHO, M.; GOSLING, M. S. Uma Revisão sobre Estudos de Experiência Turística (2005-2016). **Caderno Virtual de Turismo**, v.19, n.2, pp.110-125, 2019. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.19n2.2019.1485>

COSME, C. B. B.. **Transformações Urbanas: Surgimento De Favelas Na Cidade Do Rio De Janeiro**. 2010. Tese de Pós-graduação, Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2010.

COSTA, J. .H.; KORSTANJE, M. E. Novos Conceitos, Novas Realidades: uma revisão do papel da beleza na formação do turismo escuro. **Revista Turismo em Análise**, v. 27, ed. 3, pp. 696-713, dez. 2016.

COUTINHO, B.; BAPTISTA, M. M. Há morte nas catacumbas? Percepções de visitantes de uma atração de turismo negro. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 4, n. 21/22, pp.493-503, 2014.:

CRUZ, R. de C. A. da.. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

EM Busca de um Lugar Comum. Direção: Felipe Schultz Mussel. Rio de Janeiro: Sobre Tudo Produções, 2014.

FREIRE-MEDEIROS, B. A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.22, n. 65, pp.61-72. 2007. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092007000300006>

FREIRE-MEDEIROS, B. A favela e seus trânsitos turísticos. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. v.2, n. 2, 2007.

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

FREIRE-MEDEIROS, B.; VILAROUCA, M. G.; MENEZES, P. A pobreza turística no mercado de pacificação: reflexões a partir da experiência da Favela Santa Marta. **Caderno CRH**, Salvador, v.29, n.78, pp. 571-585, 2016.

FONSECA, A. P. S. da. **Projeto de Dark Turismo para a cidade de Viseu**. 2015. Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Viseu, Portugal. 2015..

GUZMÁN, S. J. M., VIEIRA JÚNIOR, A., SANTOS, I. J. dos. Turismo de Experiência: uma proposta para o atual modelo turístico em Itacaré - Bahia. **Revista de Cultura e Turismo - CULTUR**, v. 5, n. 1, p. 98-113, jan. 2011.

KAMADA, D. M. P.; RAMIRO, P. A.. Representações da favela acionadas para o turismo: o caso da favela Vila Canoas, Rio de Janeiro. In RAMIRO, P. A.(org.). **Turismo, Cultura e Meio Ambiente: Coletânea franco-brasileira**. pp. 143-162. João Pessoa: Editora UFPB, 2019.

LANÇA, V. S.; MAIA, L. M; SANTANA, M. P. L.. Planejamento urbano e turismo: uma análise sobre a Favela da Rocinha (RJ). **Caderno Virtual de Turismo**, v.15, n.1. 2015.

MALHOTRA, N. K.. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3 ed.. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAIA, J; BISPO, M. (2010). Os favela tours: uma análise dos relatos dos usuários de um fórum de discussão comparada com a visão dos moradores de uma comunidade visitada no Rio de Janeiro. **Periferia**, v.2, n.2, jul/dez. 2010.

MANO, A. D.; MAYER, V. F.; FRATUCCI, A. C.. Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. **Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo**, v.11, n.3, pp. 413-435, set./dez. 2017.

MINAYO, M. C. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Marcos Conceituais**. 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/3h5fgYM>>. Acesso em: 15 ago. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Projeto Top Tour é lançado no Rio**: Presidente Lula reúne seis ministros para apresentar projeto de inclusão por meio do turismo. 2010. Disponível em: <<https://bit.ly/39Ekgbx>>. Acesso em: 30 jul. 2020.

MORAES, C. Turismo em favelas: notas etnográficas sobre um debate em curso. **Plural**, v.23, n.2, pp. 65-93. 2016. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs0.2016.125110>

NUNES, M. R. O.; SANTOS, K. M, dos; AZEVEDO, F. F. de.. Turismo e capital social: uma aproximação teórica e conceitual. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v.12, n.2, pp.443-452. 2014.

PARANÁ TURISMO. **Regionalização e Segmentação do Turismo no Paraná**. (Paraná Turístico 2026). 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3iNWoOA>>. Acesso em: 16 ago. 2020.

PEZZI, E.; VIANA, S. L. G. A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. **Revista Turismo em Análise**, v.26, n.1, pp.165-187. 2015.

PREZZI, A. de S. Turismo Sombrio: uma viagem em busca do inusitado. 80 f. Monografia de graduação (Bacharel em Turismo) - Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2009.

REGO-FAGERLANDE, S. M.. Mobilidade e turismo em favelas cariocas. **Caderno Virtual de Turismo**, v.15, n.3, dez, pp.346-361. 2015.

REGO-FAGERLANDE, S. M.. Grandes eventos esportivos no Rio de Janeiro: impactos nas favelas. **Revista Bitácora Urbano Territorial**, v.28, n.2, 2018.

REZENDE, R. Turismo comunitário e favela-tour como expressões das novas dinâmicas do consumo turístico. **Revista Turismo Em Análise**, v.25, n.2, pp.354-372. 2014.

RICHARDSON. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. (3 ed.). São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, G. E. O.; KADOTA, D. K. **Economia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

SEBRAE. *Turismo de experiência*. 2015. Disponível emecuperado em 03 julho, 2020, de <https://bit.ly/2ErSUIJ>

SILVA, J. de S. e, et al.. **O que é a favela, afinal?** Rio de Janeiro: Observatório de Favelas do Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<https://bit.ly/3rFzVqX>>. Acesso em: 26 ago. 2020.

STONE, P.. A Dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. **Tourism: An Interdisciplinary International Journal**, Zagreb, v.54, n.2, pp.145-160, jun. 2006.

TRIGO, L. G. G.. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETTO, A; GAETA, C. C. (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2010. pp. 21-42.

ZALUAR, A; ALVITO, M. **Um século de favela** 4 ed.. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2004.