

Corso di Laurea Magistrale (ordinamento ex
D.M. 270/2004)

Tesi di Laurea

Il fascino (in)discreto dello slum tourism.

Le favelas carioca come destinazione
turistica.

Relatore

Prof.ssa Federica Letizia Cavallo

Laureanda

Eleonora Simonato

Matricola 844736

Anno Accademico

2013/2014

INDICE

RINGRAZIAMENTI	4
INTRODUZIONE	5

I. CAPIRE COS'È UNA FAVELA

I. 1 RIO DE JANEIRO	8
I. 2 GLI SLUM NEL MONDO	12
I. 3 FAVELAS CARIOCA	15
I. 3.1 <i>Storia</i>	18
I. 3.2 <i>Problematiche</i>	23
I. 3.3 <i>Percezione della favela</i>	31

II. TURISMO E FAVELAS

II. 1 NUOVI ORIZZONTI: LA RICERCA DELL'AUTENTICITÀ	38
II. 2 TURISMO VS NEOCOLONIALISMO	40
II. 3 IL TURISMO NEI <i>MORROS</i>	44
II. 4 UNA CLASSIFICAZIONE TIPOLOGICA	47
II. 4.1 <i>Turismo etnico</i>	47
II. 4.2 <i>Dark tourism</i>	49
II. 4.3 <i>Reality tourism</i>	52
II. 4.4 <i>Turismo alternativo</i>	53

III. CASI DI STUDIO

III. 1 FAVELA DA ROCINHA	58
III. 1.1 <i>Tour sociaux vs tour sombrios</i>	62
III. 1.2 <i>Exotic tours</i>	64
III. 1.3 <i>Favela tour</i>	68
III. 2 MORRO DO VIDIGAL	73
III. 2.1 <i>Gentrificazione</i>	75

III. 2.2 <i>Mirante do Arvrão</i>	79
III. 2.3 <i>Altri progetti</i>	82
III. 3 FAVELA SANTA MARTA	84
III. 3.1 <i>Loja da Andreia</i>	88
IV. INCONTRO ED IDENTITÀ	91
IV. 1 INCONTRO E SPAZI TURISTICI	95
IV. 1.1 <i>Percezione del turismo nelle favelas</i>	98
IV. 1.2 <i>Pro e contro dello slum tourism</i>	100
IV. 1.3 <i>Turista, un male necessario</i>	104
IV. 1.4 <i>La sindrome da zoo</i>	108
IV. 2 IMMAGINE E SGUARDO	110
IV. 2.1 <i>Fotografia e sue interpretazioni</i>	112
IV. 2.2 <i>Il fenomeno “Favela chic”</i>	118
CONCLUSIONE	121
BIBLIOGRAFIA	125

RINGRAZIAMENTI

Desidero ringraziare tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questa tesi.

Vorrei innanzitutto ringraziare il mio correlatore, il professor Rafael Ângelo Fortunato, che si è assunto l'impegno di seguirmi durante l'intero periodo di ricerca e di introdurmi al mondo delle favelas.

Grazie a Katiusha e ad Irma, due ricercatrici che mi hanno aiutata durante il mio percorso, soprattutto in materia bibliografica.

Ringrazio tutte le guide turistiche, che mi hanno fatto conoscere le favelas, in particolare Jolanta.

Continuo ringraziando i *favelados* e tutti coloro che si sono resi disponibili a rispondere ai miei quesiti, dubbi e curiosità.

Grazie ad Evandro e a Leonardo, che ogni giorno hanno contribuito a farmi amare Rio de Janeiro.

Infine, ringrazio i miei genitori, Juan e tutte le amiche che mi hanno incoraggiata in questi ultimi mesi.

INTRODUZIONE

Con questo lavoro mi propongo di presentare un lungo racconto che nasce da un viaggio in una città meravigliosa, Rio de Janeiro, la quale non solo ha fatto da sfondo concreto durante la mia presenza nel continente americano, ma anche da sfondo immaginario, accompagnandomi durante la stesura di queste pagine.

Il tema centrale della ricerca svolta consiste in un fenomeno piuttosto recente e molto discusso, quello del turismo nelle favelas. Le favelas sono una caratteristica prettamente brasiliana, nonostante il termine si sia poi diffuso anche per denominare gli slum nel resto del mondo. In questo lavoro verranno trattate unicamente le favelas di Rio de Janeiro, ossia le favelas carioca; infatti la tesi costituisce il frutto di un'esperienza personale vissuta nella metropoli brasiliana. Il turismo nelle favelas costituisce un argomento che troverà molteplici punti discutibili, poiché non si può far altro che sollevare perplessità nell'udire l'accostamento di tali termini, prossimi al costituire un ossimoro.

Quello che tenterò di fare è capire se questo tipo di turismo, che fin dal suo emergere non ha fatto altro che dividere i ricercatori in materia, tra critiche e difese, possa essere “buono” e beneficiare tanto visitati quanto visitatori. In Italia ancora non esistono approfondite ricerche in materia. L'ignoranza riguardo cosa siano le favelas, è oggi molto diffusa nel nostro Paese: tutte le informazioni e le immagini che arrivano e vengono divulgate, sono filtrate dalle (poche) notizie che ci forniscono telegiornali e quotidiani, sempre tragiche e negative, oppure vengono abbellite e rese attraenti dalla macchina cinematografica, creando un'idea distorta e che non corrisponde alla realtà. Per questo si dedicherà una buona parte del testo al far capire cosa sia una favela, mostrando i suoi lati positivi come anche quelli negativi, da un punto di vista il più oggettivo possibile. Si vedrà come le favelas costituiscano un fenomeno estremamente delicato e complesso e, soprattutto, come ognuna di esse sia diversa dalle altre. Ognuna ha la sua storia, la sua “micro-etnicità” che la caratterizza, problematiche diverse, potenzialità diverse: dunque, bisognerà leggere questa tesi con la consapevolezza che non sono possibili generalizzazioni. Ogni favela è un microcosmo e laddove si scelga di studiare il fenomeno turistico che si è sviluppato al suo interno, sarà sempre necessario farlo tenendo in conto i fattori che la distinguono.

Cercando sempre di dare a questo studio un indirizzo geografico, antropologico e sociologico, si analizzerà più a fondo questo binomio inconsueto e cosa esso comporti nei rapporti tra anfitrioni e turisti. Si può parlare di autenticità nelle relazioni tra i due protagonisti?

Per capire bene cosa sia in concreto questa recente tipologia turistica, cosa muova i desideri dei turisti e quali siano le loro aspettative, si individueranno diversi modelli turistici in cui inserire lo *slum tourism*, per cercare di attribuirgli un'identità e capire perché sempre più persone siano interessate a partecipare a questo fenomeno altamente discutibile.

Avendo avuto la fortuna di poter vivere alcuni mesi in questa realtà così diversa, contraddittoria ma armoniosa, verranno anche riportati dei casi di studio frutto della mia esperienza sul campo nelle favelas di Rocinha, Vidigal e Santa Marta. Per ognuna sarà trattato un aspetto diverso ma sempre legato al discorso turistico che è venuto a crearsi negli ultimi anni.

Verrà quindi approfondito l'aspetto centrale del discorso sociologico che sottende questo lavoro, ossia l'incontro. Quale tipo di incontro può generare da delle relazioni così schiettamente economiche e premeditate come quelle turistiche? È effettivamente possibile che questi due mondi, quello del visitante e del visitato, si incrocino ed entrino in contatto seppur per brevi momenti, oppure rimarrà soltanto, come dice Marco Aime, un "incontro mancato"? Qual è la causa della distanza inevitabile che viene a crearsi e dell'impossibilità di un avvicinamento? In tutto questo processo le guide, le quali spesso costituiscono gli unici intermediari di cui il turista dispone, giocano un ruolo fondamentale nel farlo "entrare" nella comunità. Altrimenti, il turista occidentale che ricerca esperienze "autentiche" nelle zone indigenti delle metropoli verrà visto come un visitatore che entra in un parco naturale per fare un safari, e che guarda con meraviglia e timore gli animali che incontra nel suo percorso. Quello del guardare è un altro leitmotiv: si concluderà questo lungo racconto con la tematica dello sguardo, ossia sottolineando l'importanza della funzione che esso ricopre durante ogni viaggio, così come della macchina fotografica, che altro non è che un prolungamento dei nostri occhi.

Il lavoro sul campo impronterà gran parte della tesi. Non verrà, cioè, raccontata la favela solamente prendendo spunto dalla letteratura, seppur cospicua, in merito. In ogni mia riflessione mi avvarrò dell'esperienza di aver vissuto la città,

la favela, e soprattutto di aver incontrato nel mio percorso *favelados*¹ ed altri brasiliani, che sono senza dubbio coloro che più mi hanno aiutata nel formarmi un'opinione su un mondo che prima conoscevo solo con grandi lacune. Inoltre, ho avuto la fortuna di essere seguita in loco da un geografo che si occupa dell'argomento, e che per primo mi ha fatto conoscere una favela e mi ha indirizzata in un cammino ricco ed appassionante.

Nel corso della tesi verrà utilizzata una letteratura molto ampia e varia, che spazia dalla storia della città e delle favelas trattate, alla letteratura geografica internazionale sugli slum, dall'antropologia e sociologia del turismo, alla filosofia contemporanea; come è ovvio, gli autori brasiliani costituiranno una parte privilegiata, visto che gran parte della ricerca letteraria è stata svolta in Brasile.

La scelta del soggetto di tesi è giustificata da tre principali fattori. Guardando al mio percorso di studi, dopo una laurea triennale in Cooperazione allo sviluppo internazionale, l'interesse per l'argomento risulta naturale. Essendo, poi, che nel nostro Paese quello delle favelas è un mondo ancora piuttosto sconosciuto, ho ritenuto opportuno contribuire a correggere molti stereotipi al riguardo. L'esperienza sul campo, dal canto suo, aiuta a sentirsi doppiamente partecipi ed orgogliosi del proprio lavoro. Se poi il lavoro sul campo implica vivere in una città sorprendente come Rio de Janeiro, l'entusiasmo a maggior ragione sorge spontaneo.

¹ Abitanti delle favelas

I. CAPIRE COS'È UNA FAVELA

I. 1 RIO DE JANEIRO

Dopo aver vissuto per tre mesi nella città (paesaggisticamente) più bella del mondo, una città che è stata costruita in mezza alla foresta atlantica e che si affaccia sull'oceano, ritengo giusto perlomeno dedicarle un paragrafo di contestualizzazione e che spieghi perché questa sia la *Cidade maravilhosa*.

Questo soprannome, universalmente riconosciuto, ha un'origine incerta. La versione più accreditabile è che il termine non fu coniato né da un carioca (ossia un nativo della città di Rio de Janeiro) e nemmeno da un fluminense (nativo dello stato di Rio de Janeiro), ma dallo scrittore Coelho Neto, originario di uno stato del Nord del Brasile distante più di 2500 km, il Maranhão. Curiosamente anche l'altra interpretazione vuole che sia un non carioca a coniare il termine, per la precisione la scrittrice francese Jeanne Catulle Mendès che dopo un viaggio a Rio la chiama "La Ville Merveilleuse". Entrambe le versioni in ogni caso vogliono che l'appellativo sia stato coniato da un individuo che la apprezza con occhi diversi rispetto a come lo farebbe un carioca. Si potrebbe pensare che lo sguardo di uno straniero sia più sensibile alla bellezza paesaggistica, ma non è assolutamente così, perché i carioca amano la propria città e sono convinti di vivere in un paradiso terrestre.

Se ne accorge anche John Dos Passos, scrittore e giornalista statunitense che nel suo poco conosciuto *Brazil on the move* racconta dei suoi tre viaggi fatti in Brasile tra il 48 ed il 62 per documentare gli enormi cambiamenti che stava attraversando una nazione in procinto di cambiare capitale. "[...] come i parigini e gli abitanti di Manhattan, i carioca non riescono ad immaginare la propria vita se non nella loro splendida e sovraffollata città" (Dos Passos, 2012, p. 96). Un carioca è dunque perfettamente cosciente di possedere il privilegio di vivere in una città di tale bellezza, e non necessita di affibbiarle nomi perché è un sentimento di consapevolezza che porta innato dentro di sé.

Come l'origine del suo epiteto, incerta è anche l'identità del primo europeo che calpestò le spiagge di Rio de Janeiro. Certo è che è un portoghese della flotta di

Cabral² (vero “scopritore” del Brasile), che durante una spedizione verso Sud entra nella baia dove giace la futura capitale del Brasile, la baia di Guanabara, nome indigeno che significa “braccio di mare”. Era il primo gennaio del 1502 e supponendo che si trattasse della foce di un grande fiume i portoghesi chiamarono quel posto Rio de Janeiro (“fiume di gennaio”). Il primo marzo del 1565 Estácio de Sá fonda São Sebastião do Rio de Janeiro in onore di Sebastião I, re del Portogallo.



Fig. 1. *Planta da cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro* (Brigadeiro João Massé, 1714, Original manuscrito do Arquivo Histórico Ultramarino, Lisboa, <http://www.sudoestesp.com.br/file/colecao-imagens-periodo-colonial-rio-janeiro/684/>).

Oltre a trovarsi in un punto strategico per il commercio e crescendo così come regione portuaria, la sua vicinanza con la regione di Minas Gerais ricca di oro e diamanti, rende la città ancor più vantaggiosa, tanto che la capitale della colonia viene spostata da Salvador a Rio il 27 gennaio del 1763.

A causa delle guerre napoleoniche, nel 1808 la famiglia reale portoghese si trasferisce a Rio, installandovi anche la capitale del Portogallo, fino al 1820. I reali portoghesi arrivarono in una città di appena 60 mila abitanti, di cui la metà schiavi, e costituita da appena poco più di settanta strade. Era una città impreparata ad accogliere dei nobili europei, dai costumi rigidi, priva di attività

² Si discute su tre nomi: André Gonçalves (Augusto, 1958), Gaspar de Lemos (Augusto, 1958), Gonçalo Coelho (Delgado de Carvalho, 1990; Sanmartini, 1998).

culturali ed in generale arretrata. Si sente dire spesso che il Brasile fu scoperto nel 1500 ma che diventa un vero Paese solo dopo il 1808. Questo perché fu solo dopo l'arrivo della famiglia reale e dei governanti portoghesi che la capitale, e di conseguenza il Paese intero, acquistò una struttura amministrativa, economica e culturale adeguata, con la nascita di industrie, la creazione di un apparato statale proprio, l'estensione urbanistica della capitale sia a Nord che a Sud con la costruzione di numerose strade nuove, e di vari palazzi istituzionali e non (tra cui un'accademia militare, il primo Banco do Brasil e la Biblioteca Municipal) di scuole e, come ricorda Maurício Augusto nel nostalgico *Meu velho Rio*, di infiniti teatri. In sostanza vengono a crearsi le condizioni che porteranno, 14 anni più tardi, all'indipendenza del Paese. Quelli che seguono furono anni dedicati al "completamento" della città, ossia anni spesi a risolvere i problemi e le necessità di una capitale molto giovane di un Paese che lo è altrettanto. Si parla dunque di costruzioni di reti di trasporto, reti idriche e fognarie, illuminazione privata e pubblica, ed altri servizi in prevalenza "tecnici", in una città in continua crescita demografica a causa del costante traffico di schiavi (il traffico negriero fu abolito nel 1852) e dell'arrivo degli immigrati europei e degli altri stati del Brasile, attirati dalla richiesta di manodopera nelle coltivazioni di caffè, nell'edilizia e nel polo industriale. La città passa dai 43 mila abitanti nel 1799 di cui 1/3 schiavi, ai 112 mila nel 1821 di cui la metà schiavi, e a metà Ottocento già oltrepassa le 200 mila persone. Nel 1872, sedici anni prima dell'abolizione della schiavitù, su una popolazione di 275 mila persona, 166 mila erano schiavi (Needell, 1993). Secondo la stima più recente la città ospiterebbe 6.320.446 abitanti³.

Ad ogni modo, nonostante nel 1960 l'amministrazione Kubitschek⁴ spostò la capitale a Brasilia lasciando la ex capitale abbandonata a sé stessa, e nonostante il netto scavalco economico, culturale e demografico da parte di São Paulo, Rio de Janeiro non perde quella *aura da capitalidade* che le spetta di diritto, continuando a esercitare la funzione di città-capitale e ad incarnare la sintesi della nazione, restando così il principale riferimento di identificazione del

³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Diário Oficial, dati riferiti al 1° luglio 2012.

⁴ Juscelino Kubitschek de Oliveira è stato Presidente del Brasile dal 31 gennaio 1956 al 31 gennaio 1961.

Paese (Motta, 2004). Lessa (2000) e Motta (2004) parlano di Rio come la *vitrine do Brasil*, Santana (2012) la descrive quale *porta de entrada do Brasil*. Questo perché la città non smette e difficilmente smetterà di esercitare quel suo fascino ammaliatore che a fatica si riesce a spiegare. “Il ritratto che il Brasile trasmette all’esterno passa attraverso l’antica capitale, che perpetua la sua immagine lanciando tendenze, diffondendo cultura ed incarnando la sintesi della brasilianità” (Santana, 2012, p.170)⁵, tanto che nel 2012 si aggiunge alla UNESCO World heritage list, occupando il numero 19 nella lista dei patrimoni del Brasile con l’appellativo di *Rio de Janeiro: carioca landscapes between the mountain and the sea*⁶. Diviene così, insieme a Brasilia, la seconda città ad essere considerata e protetta nella sua totalità e non semplicemente quale centro storico. Nella descrizione viene fatto riferimento non solo alla sua bellezza scenica ma anche al contributo che questi paesaggi hanno apportato nel costruire la cultura della città e nell’ispirare numerosi musicisti, pittori ed urbanisti. Patrimonio dunque che si avvicina molto all’*intangible cultural heritage* della più recente lista creata dall’UNESCO a partire dal 2001.

Oggi Rio de Janeiro è la città brasiliana più visitata quando il motivo di viaggio è il *lazer* (tempo libero)⁷, cifre destinate a crescere con i due megaeventi in programma. Secondo l’*anuário estatístico de turismo 2013* sarebbero stati 1.164.187 i turisti entrati nel 2012. Nonostante Rio non sia più inclusa tra le città più pericolose al mondo, l’alto tasso di mortalità causato dalla violenza urbana è comunque sempre alto: 53,7 omicidi per 100 mila abitanti nel 2000, 23,5 omicidi per 100 mila abitanti nel 2010 (Waiselfisz, 2013). Quella della violenza urbana è una questione che riguarda l’intera America Latina; essa, infatti, possiede potenti risorse che attirano i turisti, ma l’immagine, che ormai è diventata stereotipo, di violenza e corruzione ne rovinano il potenziale, scoraggiando alcuni viaggiatori (Jackiewicz, 2008).

Peculiarità di Rio de Janeiro è la prossimità tra le favelas e i quartieri di classe medio-alta, e quindi la vicinanza di luoghi di immediata associazione con la

⁵ “O retrato que o Brasil transmite ao exterior passa pela antiga capital que continua lançando tendências, difundindo cultura e sendo a síntese da brasilidade” (tutte le traduzioni di questo lavoro sono ad opera dall’autrice).

⁶ <http://whc.unesco.org/en/list/1100/>

⁷ Embratur, 2010. L’Embratur è l’istituto speciale del Ministro del Turismo responsabile della gestione della Politica nazionale di turismo.

criminalità a luoghi altamente turistici e ricchi. È interessante notare come con il tempo questa convivenza abbia generato un interesse da parte di alcune categorie di turisti nei confronti della favela, tanto da farla divenire un mercato turistico sempre più disputato. Ed è curioso come anche queste aree facciano parte del patrimonio culturale dell'umanità, essendo indiscutibile il loro ruolo in quell'incantevole "paesaggio tra la terra ed il mare" per cui Rio è stata inclusa nella lista.

I. 2 GLI SLUM NEL MONDO

John Dos Passos per far capire ai suoi lettori (prevalentemente americani) cosa siano le favelas, le paragona alle *hooverville*⁸ della grande depressione americana, quelle baraccopoli in cui si insediavano le famiglie che avevano perso tutto durante la crisi del '29 e che, come per gli slum carioca, crescevano a ridosso dei quartieri residenziali (come Central Park e Riverside Park a New York).

Ma la storia degli slum nasce molto prima. Secondo Mike Davis (2006) accademico dell'università di Irvine in California, per la prima volta venne scientificamente riconosciuta l'esistenza degli slum con la pubblicazione nel 1805 della *Survey of Poverty in Dublin* di James Whitelaw. La prima definizione di slum, invece, la si ritrova nel *Vocabulary of flash language* del 1812, con il sinonimo di *racket* o *criminal trade*. Intorno al 1820 il termine diventa parte dell'inglese standard, grazie alle parole di un cardinale che denunciò l'esistenza di "labirinti congelati formati da viuzze e corti, e vicoli e slum"⁹ (Wiseman in Wohl, 2002, p. 5). Dopo altri cinquant'anni i dizionari già lo definivano quale "dirty, muddy back streets" (Freire Medeiros, 2013, p. 9-10).

A causa anche delle epidemie di colera che si diffusero nel mondo intero e che costringevano i poveri ed i malati a vivere in baracche, verso la metà del XIX

⁸ Durante la Grande Depressione, nelle maggiori città degli Stati Uniti cominciarono ad apparire numerose baraccopoli, nate dall'occupazione di tutte quelle famiglie che si ritrovarono senza lavoro e sfrattate così dalle loro case. L'allora presidente Herbert Hoover non fu in grado di risolvere tali disagi e queste *shantytowns* continuarono a propagarsi in tutta la nazione, prima nelle periferie e poi anche a ridosso delle zone residenziali. Da qui il nome *hooverville*, in rappresentanza dell'incompetenza dell'altamente impopolare presidente.

⁹ "[...] congealed labyrinths of lanes and courts, and alleys and slums".

quello delle baraccopoli era divenuto un fenomeno internazionale, tanto da suscitare interesse di accademici e giornalisti. Ne è un esempio lo studio sui poveri delle grandi città del 1895 in cui la rivista americana *Scribner's magazine* decreta i fondaci¹⁰ di Napoli come “le più orribili abitazioni umane sulla faccia della terra”¹¹ (Davis, 2006, p. 22), mentre altre ricerche decretavano che i bassifondi peggiori si trovano nella periferia di Mosca o a Calcutta.

Se le favelas “classiche” erano viste come luoghi formati da abitazioni fatiscenti, eccesso di popolazione, malattia, povertà, vizio e peccato, oggi lo slum moderno viene definito più per quello che non ha, per quello di cui è privo e che si suppone incluso tra i servizi essenziali della vita di una persona del XXI secolo, quindi mancanza di acqua potabile, servizi sanitari, elettricità, raccolta di rifiuti. In un articolo provvisto dalle Nazioni Unite in cui viene presentato il report *The challenge of slums* è contenuta una definizione molto efficace:

oggi, le baraccopoli [...] stanno diventando il segno più evidente della povertà urbana nelle città in via di sviluppo. [...] gli edifici che vi si trovano variano dalla semplice baracca a strutture permanenti e, alle volte, sorprendentemente ben mantenute, ma quello che la maggior parte degli slum hanno in comune è la mancanza di acqua potabile, elettricità, servizi igienici ed altri servizi basici¹².

Anche nell’immaginario comune, ormai il termine si è cristallizzato e definisce un luogo sovrappopolato, disagiato, con delinquenza e che si riconduce facilmente alla povertà.

Nella stessa riunione tenutasi in Kenya, vengono a distinguersi i due principali tipi di baraccopoli: quelli che vengono chiamati “slums of hope”, in processo di

¹⁰ Fondaco (dall'arabo *funduq* "magazzino, locanda") era quell'edificio annesso alla dogana che nelle città di mare era adibito a magazzino e spesso svolgeva le funzioni di alloggio per i mercanti stranieri, quando non diventavano vere e proprie abitazioni. I fondaci napoletani cui si riferisce la rivista americana consistevano in un agglomerato di costruzioni fatiscenti, ubicate nel pianterreno o nel seminterrato, quindi buie, umide e fetide. Erano i luoghi più insalubri della città, focolai di infezioni.

¹¹ “[...] the most ghastly human dwellings on the face of the earth”.

¹² “today, slums [...] are quickly becoming the most visible manifestation of urban poverty in developing world cities. [...] the buildings found there vary from the simplest shack to permanent and sometimes surprisingly well-maintained structures, but what most slums share in common is a lack of clean water, electricity, sanitation and other basic services”
<http://ww2.unhabitat.org/mediacentre/documents/whd/GRHSPR5.pdf>

sviluppo e consolidamento, in cui le costruzioni sono illegali, costruite dagli stessi abitanti ma più recenti e con prospettive di miglioramento e gli “slums of despair”, che sono invece quei quartieri in totale declino, in cui le condizioni di vita vanno degradandosi e che stanno subendo un generale processo di degenerazione (UN-Habitat, 2003, p.11). Secondo l’ONU (2003) circa 1/3 della popolazione urbana globale è “favelada”. In ordine, le città con più *favelados* sono Mumbai con 10-12 milioni, Città del Messico con 9-10 milioni, seguono Dacca e Lagos.

Le cause che stanno alle spalle di questo processo che esplose nella metà del secolo XX, a parere del report del UN-Habitat sono riassumibili in prima istanza nella migrazione dalle zone rurali verso le città, che fu in molti Paesi rapida e massiva, nella maggior parte dei casi perché le persone venivano e vengono attratte dalle opportunità che le città sembrano offrire, ma sono riscontrabili anche casi in cui i conflitti politici hanno contribuito al processo di abbandono delle campagne. Altra causa la si individua nella mancanza di proprietà e di occupazione che di conseguenza porta all’impossibilità di poter accedere al credito e ad altre opportunità economiche. Infine, i cicli economici sono da ritenersi responsabili della creazione di “slum areas” nelle maggiori città dei paesi in via di sviluppo: come accadde negli Stati Uniti con le *hooverville*, così sta succedendo nelle metropoli asiatiche, dove le bidonville sorgono ai margini dei grandi centri industriali, base di multinazionali che richiedono manodopera a basso costo.

Mike Davis, autore di *Planeta Favela* denuncia un’altra causa quando afferma che i britannici furono senza dubbio i più grandi costruttori di favelas di tutti i tempi. La loro politica in Africa obbligava la mano d’opera locale a vivere in baracche precarie ai margini di città segregate e limitate (Davis, 2006, p.59)¹³. Dunque, la severa ed egoistica politica colonialista che adottarono inglesi in primis ed altri stati europei nei confronti delle proprie colonie, non fece altro che porre le basi di quelli che oggi sono enormi baraccopoli nelle più grandi città delle ex-colonie.

¹³ “Os britânicos foram comprovadamente os maiores construtores de favelas de todos os tempos. A sua política na África obrigava a mão de obra local a morar em barracos precários à margem de cidades segregadas e restritas”.

L'indiana Gita Verma con poche e semplici parole, sicuramente molto impattanti, riesce a sintetizzare in modo schietto e sincero quali sono le reali cause del fenomeno di favelizzazione: "The root cause of urban slumming seems to lie not in urban poverty but in urban wealth" (Verma, 2003, p. 19). Anche se questo non è il luogo per "trovare i colpevoli", è importante riconoscere che l'avidità di chi vive nel benessere ha effettivamente dato origine alla diffusione dei bassifondi in sempre più numerose città come anche al fenomeno che è stato il mio oggetto di studio. Infatti, chi, se non i ricchi occidentali, possono interessarsi alla vita di esseri umani che vivono in maniera tanto diversa dalla loro?

I. 3 FAVELAS CARIOCA

Dal censimento del 2010 effettuato dall'IBGE¹⁴ emerge che a Rio de Janeiro vivono 1.393.314 persone distribuite in 763 favelas, pari al 22% della popolazione totale della città. In un inserto di *O Globo* del 2013¹⁵ viene pubblicata una mappa (si rimanda alla Fig. 8 a p. 26) con tutte le favelas di Rio (integrando i dati dell'IBGE con quelli dell'Istituto Pereira Passos¹⁶, ne sono risultate 1071) e delle UPP (*Unidades de Policia Pacificadora*) presenti nel territorio. Per conoscere la realtà delle favelas oggi, in particolare di quelle che si sono aperte al fenomeno turistico, è fondamentale conoscere il ruolo delle UPP, ma prima di entrare nei dettagli è necessario capire cosa siano le favelas carioca. Secondo l'IBGE il termine favela, che si ritrova nella definizione di *Aglomerado subnormal (favelas e similares)*, viene descritto come:

gruppo composto da almeno 51 unità abitative (baracche, case,..) che occupano, od hanno occupato fino a poco tempo, terreno di proprietà altrui (pubblico o privato) generalmente disposte in maniera disordinata e densa, e, nella maggioranza dei casi, carenti dei servizi pubblici essenziali" (IBGE, Censo 2010)¹⁷.

¹⁴ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

¹⁵ <http://oglobo.globo.com/infograficos/upps-favelas-rio/>

¹⁶ Istituto della prefettura municipale di RJ, responsabile della pianificazione urbana della città.

¹⁷ "conjunto constituído de, no mínimo, 51 unidades habitacionais (barracos, casas,..) , ocupando ou tendo ocupado até período recente, terreno de propriedade alheia (publico ou particular)

Innanzitutto, il termine favela nasce per definire esclusivamente i bassifondi della ex capitale, solo con il tempo il nome ha cominciato a venire utilizzato prima per definire quei complessi abitativi nel resto del Brasile che riunivano le stesse caratteristiche delle costruzioni carioca, e poi, per qualsiasi altro complesso di baraccopoli nel resto del continente e del mondo. In origine dunque il termine designava tutto quell'insieme di abitazioni che veniva a crearsi attorno alle colline e alle montagne di Rio (per questo sinonimo di favela carioca è *morro*, ovvero monte) e tutt'ora la caratteristica che distingue le favelas di Rio da quelle di qualsiasi altra parte del Brasile e del globo è che non si estendono orizzontalmente nelle zone periferiche, ma sorgono nei punti più alti della città, in maniera verticalizzante dunque, concedendo ai *moradores* (gli abitanti) visuali strabilianti.

Anche l'*Observatorio de Favelas*¹⁸ evidenzia il fatto che, quando si voglia spiegare e descrivere queste aree o quando si faccia generale riferimento ad esse, ci sia la tendenza ad usare la dimensione dell'assenza, facendo l'elenco di ciò che manca o scarseggia in relazione al modello dominante della città. Al contrario, esse dovrebbero essere riconosciute nella loro specificità socio-territoriale e culturale, dovrebbero venire valorizzate per quello che le caratterizza. È impensabile considerare queste comunità, che hanno superato il migliaio di unità, come tutte uguali e magari elaborare una politica pubblica valida per tutte. Ogni favela è un microcosmo, un piccolo universo tendenzialmente autosufficiente in cui quello che manca sono i servizi che dovrebbe garantire la municipalità, scuole ed ospedali in prima istanza. Se fossero presenti anche questi servizi, allora le favelas diverrebbero quelle che nel leggendario *Blade Runner* venivano chiamati *off-world colonies* (Davis, 2006), dei piccoli pianeti autosufficienti in cui vivevano gli individui in esilio dal pianeta Terra. Lo stesso sta gradualmente accadendo nei *morros* carioca, in particolare quelli più grandi, in cui spesso i *moradores* non escono dalla propria comunità se non per andare a lavorare, e ciò accade non solo perché si sentono

dispostas, em geral, de forma desordenada e densa, bem como carentes, em sua maioria, de serviços públicos essenciais" (IBGE, 2010, p.19).

¹⁸ Organizzazione sociale di ricerca, consulenza e intervento pubblico dedicata alla produzione di proposte politiche per le favelas ed altri fenomeni urbani contemporanei.

discriminati al di fuori del loro habitat ma anche perché non ne sentono la necessità, giacché possiedono praticamente tutto: dalla farmacia al panettiere, dal parrucchiere al negozio di vestiti, persino palestre e tatuatori. E ovviamente molti campi da calcio. È un piccolo mondo al di fuori dell'universo della città frenetica, costosa e in processo di occidentalizzazione: qui quando qualcuno necessita qualcosa che non riesce a trovare nella comunità, chiede al vicino. Per questo considero l'espressione di *off-world colonies* aderente a queste aree non solo perché lo sono fisicamente, ubicate nei colli, un po' isolate e non volute dagli "abitanti dell'asfalto"¹⁹, ma lo sono anche nell'anima, perché riescono in modo naturale a mantenere vivi alcuni valori di genuinità e soprattutto di solidarietà che sono in piena antitesi con la vita di una metropoli.

Il filosofo tedesco Axel Honnet ne *La lotta per il riconoscimento* individua tre sfere indispensabili nel processo di riconoscimento dell'individuo: sfera emotiva, giuridica ed etica. Quest'ultima, ossia quella che corrisponde alla stima sociale (*demand for recognition as a unique person*) è fondamentale affinché ci sia un rispetto solidale tra gli individui, che si concluderà nel riconoscimento di ciascuno di essi all'interno di una società. Le tre fasi della *struggle for recognition* sono dunque rappresentate da *love, rights and solidarity*. Riprendendo il pensiero del giovane Hegel, Honnet ricorda che il popolo è per sua natura anteriore all'individuo, motivo per cui l'individuo "deve convivere in unità con il tutto"²⁰ e che "nella natura dell'uomo sono già iscritte, come un substrato, relazioni di comunità"²¹ (Hegel in Honnet, 2003, p. 41 e 43). Queste relazioni di comunità che rimangono ancora intatte nelle favelas sono proprio quelle che il turista brama di trovare, relazioni che lo affasciano e che "ancora sembrano esistere" (MacCannel, 1992 p. 176), ma che non ha la possibilità di vivere poiché si è trovato risucchiato in un mondo che lo ha forzato a rifugiarsi in altri valori. È come se cercasse ciò che nella propria realtà è andato perduto, o per meglio dire ciò che ogni essere umano porta dentro di sé ma che si è

¹⁹ Con l'espressione *habitantes do asfalto*, nel portoghese brasiliano si intendono tutti quei cittadini che non vivono nelle favelas. Anche se oggi molte comunità sono di fatto asfaltate, c'è da tener conto che nella prima metà del secolo XX esse venivano considerate come un vero "mundo rural na cidade" (Valladares, 2005), quindi oggi l'espressione permane solo poiché rimanda a quelle associazioni mentali di "città-asfalto" e "favela-mondo rurale".

²⁰ "tem de estar [...] em uma unidade com o todo".

²¹ "na natureza do homem já estão inscritas como um substrato relações de comunidade".

assopito, ovvero natura, purezza, buon senso, relazioni autentiche, libertà, solidarietà (Freire Medeiros, 2009). Questo tipo di turista è convinto di potere ottenere un'esperienza reale e autentica, come se la vita nel mondo occidentale fosse meno "reale" che in una favela.

I. 3.1 *Storia*

La prima favela della storia è il *morro da Providência*, situato nella zona portuaria della città. Esso nasce a partire da una promessa fatta dal governo brasiliano ai soldati carioca inviati alla sanguinosa guerra dei Canudos²², ossia quella di ricevere un'abitazione qualora il popolo baiano dei Canudos fosse stato sconfitto. Tornati vittoriosi a Rio, i soldati si stabilizzano speranzosi in una delle alture della città che chiamano *morro da Providência*, nome che fa esplicito riferimento alla loro fede nell'attesa di quanto gli spettava, abitando in baracche che dovevano solo essere provvisorie. Ma il patto non viene mantenuto e, completamente dimenticati, senza una vera casa e senza un salario, essi si insediano definitivamente in quello che successivamente rinominano *morro da favella*, in onore della parte "nemica". Il popolo dei Canudos, infatti, durante la guerra aveva ubicato la sua cittadella di resistenza ai piedi di un monte chiamato Favella²³. Oggi la comunità è tornata a chiamarsi *Providência*, poiché con il tempo ogni nuovo insediamento abusivo veniva a chiamarsi con l'appellativo di "favela".

In realtà questo avvenimento non è stato che l'evento precursore delle più di mille favelas oggi presenti nella città di Rio de Janeiro, ma non può dirsi la causa: la loro formazione è, infatti, direttamente riconducibile all'abolizione della schiavitù avvenuta nel 1888. I primi ad essere liberati furono gli schiavi

²² La guerra de Canudos fu un confronto armato tra l'esercito brasiliano e gli integranti di un movimento socio-religioso guidato da Antonio Conselheiro, che ebbe luogo nella comunità di Canudos, ubicata nell'interno dello stato nordestino di Bahia, tra il 1896 ed il 1897. L'intera area era ed è molto arida e poco fertile, tanto che in un periodo di forte crisi migliaia di abitanti ed ex schiavi si unirono attorno alla personalità carismatica di Conselheiro. Ciò portò latifondisti e Chiesa cattolica ad unirsi per fare pressione sul governo affinché reprimesse tale movimento. Fu allora che nel 1896 l'allora capitale Rio de Janeiro inviò un esercito che solo un anno dopo riuscì a sconfiggere i Canudos.

²³ A sua volta il monte baiano Favella veniva così chiamato per l'abbondante presenza di una pianta, la favella, che è un piccolo albero della famiglia delle leguminose.

ingaggiati dall'esercito per combattere nella guerra del Paraguay (*Guerra da Triplíce Aliança*). Oltre ad essere sprovvisti di terra, agli ex schiavi veniva negata la possibilità di tornare a lavorare nelle piantagioni, dal momento che lo Stato invece di incentivare la loro reintroduzione come manodopera nelle coltivazioni, stimolò l'immigrazione massiccia di europei in sostituzione degli schiavi liberati, in modo da "purificare la razza" attraverso il *branqueamento* (sbiancamento) della popolazione (Soares, 2013). A causa di queste difficoltà, ed attirati dal boom manifatturiero conseguente alla guerra del Paraguay, in molti si trasferirono nell'allora capitale federale. Inevitabilmente, questo grande numero di famiglie in cerca di domicilio ed impiego, unite all'arrivo di altrettanto numerosi immigrati europei, provocò l'occupazione informale dei luoghi di più basso valore economico, di difficile accesso e privi di qualunque infrastruttura urbana. A Rio questi luoghi coincidevano con le pendici dei monti. Riporta Soares (2013) che tra il 1872 ed il 1890 la popolazione di Rio aumenta quasi del 90% quando le abitazioni aumentano solo del 62%, ecco perché cominciano a prendere vita delle favelas a livello embrionale, i cosiddetti *cortiços*. Questi nuovi insediamenti venivano visti come un inferno dalla società che andava contemporaneamente formandosi, antri di vagabondi e criminali, luoghi che convivevano con il vizio e propizi alla diffusione di epidemie. A inizio secolo, i progetti di *alinhamento* (allineamento) costrinsero gli abitanti dei *cortiços* a trovare nuove abitazioni. Molti di essi si trasferirono nel *morro da Providência*, altri diedero origine a diversi agglomerati che costituiscono il germe delle favelas moderne. Col passare degli anni questi conglomerati abitativi accompagnarono l'espansione del tessuto urbano e cominciarono a diventare un elemento caratterizzante della città, tanto che negli anni '20 il medico Mattos Pimenta, personaggio che rappresentava l'emergere del capitalismo immobiliare di Rio de Janeiro, diede inizio ad una campagna radicale contro queste nuove comunità e la loro espansione. Nel suo articolo *Acabamos com as favelas* (Finiamola con le favelas), le considerava un'infestazione, un flagello, una *lepra* (lebbra) *da esthetica* che "riempiva di sporcizia e di miseria i quartieri nuovi della città, e i luoghi dove la natura fu più prodiga in bellezza" (Mattos Pimenta, 1926 in Valladares, 2000, p. 15)²⁴. Si univano, così, due problemi: quello

²⁴ "enchendo de sujeira e de miséria preferentemente os bairros mais novos e onde a natureza foi

dell'insalubrità e quello dell'oltraggio estetico. Il progetto di Mattos Pimenta fu di sostituire questi luoghi con un grande numero di abitazioni popolari. Nel '28 vennero distrutte diverse baracche, ma le promesse *moradias* (abitazioni) sostitutive non vennero mai costruite, e gli abitanti furono costretti a trovare un altro posto dove insediarsi.

Nel 1937 si ebbe l'approvazione del *Codigo de Obras*, un decreto che trattava diverse materie di natura urbanistica, il quale rappresentava una svolta per i *morros* carioca dal momento che, nonostante venisse proibita la costruzione di nuove favelas, veniva riconosciuta la loro esistenza. Quindi si passò ad occuparsi non più solo di favela in quanto problema da eliminare ma si pensa alla maniera di amministrare il problema.

Durante la presidenza di Mendes de Moraes (1947-1951) venne indetto un censimento delle favelas eseguito tra il 1947 e '48. Risultò che le favelas erano 105 e ci viveva il 7% della popolazione. Interessante è anche il risultato sul "colore" degli abitanti delle comunità, in netto contrasto con quello degli abitanti dell'allora distretto federale di Rio de Janeiro: nelle favelas il 35% erano mulatti, il 35% neri ed il 29% bianchi, mentre nel distretto nel suo insieme erano rispettivamente 17, 11 e 71%. In *Um seculo de favelas*, Marcos Alvito (2004, p. 13) riporta le violente parole della *Prefeitura do distrito Federal* (la stessa che promosse il censimento e si occupò di diffonderlo), che precedevano i risultati del censo:

neri e mulatti prevalgono in numero nelle favelas per essere ereditariamente ritardati, sprovvisti di ambizione e non adatti alle esigenze sociali moderne²⁵.

I commenti sorgono spontanei, ma quello che sorprende, come dice lo stesso Alvito, è che si tratta di un documento ufficiale e pubblico!

A partire dalla seconda guerra mondiale il processo di industrializzazione accelera, e ciò provoca un esodo rurale in direzione delle grandi città. Secondo l'IBGE la popolazione delle favelas tra il '50 ed il '60 raddoppia, passando da 169.000 a 337.000 abitanti.

mais prodiga de belezas”.

²⁵ “os pretos e os pardos prevaleciam nas favelas por serem hereditariamente atrasados, desprovidos de ambição e mal ajustados às exigências sociais modernas”.

Con il passaggio della capitale a Brasilia²⁶, per la prima volta Rio de Janeiro si riserva una certa autonomia politica ed elegge il proprio rappresentante del recentissimo stato di Guanabara, il giornalista Carlos Lacerda, il quale crea un nuovo organo pubblico: *la Coordenação dos serviços sociais*.

Dopo il golpe del 31 marzo del 1964 e la conseguente installazione della dittatura, l'intenzione di estirpare i *morros* dal paesaggio urbano diviene imperativo per i nuovi prefetti. Ed è così che diversi insediamenti vengono demoliti per fare spazio all'espansione industriale e per abbellire le zone residenziali a più alto reddito. Un processo che coincide a quello che, negli stessi anni, la sociologa Ruth Glass definisce *gentrification*²⁷, riferendosi al fenomeno che avveniva nelle grandi città inglesi per cui la popolazione operaia si allontanava dai propri quartieri lasciando spazio alla cosiddetta *gentry*, ossia la borghesia.

Nonostante i propositi, la politica di *remoção*, invece di contenere la favelizzazione, finì per stimolarla, poiché, sebbene nei progetti si prevedesse la costruzione di grandi complessi abitativi in sostituzione degli agglomerati abusivi, gli ex *favelados* che andavano ad abitare in queste nuove costruzioni non riuscivano a mantenersi, e così questi luoghi diventano semplicemente un passaggio prima di stabilirsi in altri *morros*. Conseguenza del grande insuccesso di questa politica di *erradicação*, che non fece altro che ingrossare numerosissime comunità illegali specialmente della zona Nord di Rio (ossia quella meno ricca ed esteticamente meno attraente), fu il suo definitivo abbandono nel 1974.

²⁶ Dopo il trasferimento di capitale a Brasilia, la ex capitale diviene Stato di Guanabara (1960-1975), unico caso in Brasile di città-stato, mentre ciò che rimaneva del Distrito federal do Rio De Janeiro (1891-1960) era diventato stato di Rio de Janeiro. Nel 1975 i due Stati si fusero ed assunsero la denominazione di Estado do Rio de Janeiro.

²⁷ Secondo il dizionario Treccani consiste nel “fenomeno di rigenerazione e rinnovamento delle aree urbane che manifesta, dal punto di vista sociale e spaziale, la transizione dall'economia industriale a quella postindustriale. Gli effetti della gentrificazione consistono in un radicale mutamento delle aree più depresse delle città industriali in termini sia di ambiente costruito, attraverso la demolizione, ricostruzione o riqualificazione dei quartieri storici in via di decadenza, sia della composizione sociale” ([http://www.treccani.it/enciclopedia/gentrificazione_\(Lessico_del_XXI_Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/gentrificazione_(Lessico_del_XXI_Secolo)/)).

Presidente	Mandato	n. di persone rimosse
Carlos Lacerda	1962-1965	41.958
Negrão de Lima	1966-1967	6.685
Negrão de Lima	1968-1970	63.910
Chegas Freitas	1970-1974	26.665
TOTALE		139.218

Fig. 2. Risultati delle quattro presidenze durante l'epoca della rimozione (Valladares, 1978, p. 39).

Negli anni successivi con il ritorno della democrazia (1984) e grazie alla presidenza Brizola (1984-1987), la politica che prima si basava sulla rimozione, ora si incentrava sulla (re)urbanizzazione. Durante gli anni '90 le favelas attraversarono mutamenti complessi soprattutto riguardo alla questione della violenza civile armata, dovuta alla sospensione delle operazioni di polizia al loro interno e al propagarsi del lucrativo commercio di cocaina e di armi. Il graduale installarsi del traffico illegale ebbe inizio ancora durante la dittatura, con il sorgere della prima grande organizzazione criminale della città, *Comando Vermelho*²⁸.

Negli anni Novanta l'urbanizzazione delle favelas continua con la partecipazione attiva della municipalità di Rio de Janeiro. Si è definitivamente passati dal binomio "favela-problema" a "favela-soluzione". L'ex prefetto di Rio Cesar Maia lancia il progetto *Favela-Bairro* nel 1994, il cui obiettivo centrale è trasformare le comunità in veri quartieri integrati alla città. Gli aspetti presi in considerazione sono tre: urbanistico, di inclusione sociale, di sviluppo economico. Il progetto porta ad uno sviluppo importante soprattutto a livello urbanistico, aumentando considerevolmente l'accesso dei *moradores* ai servizi pubblici.

²⁸ *Comando Vermelho* nacque nel penitenziario di Ilha Grande negli anni '70, dal contatto tra prigionieri di diritto comune con prigionieri politici della dittatura militare. L'organizzazione cominciò a diffondere il commercio della cocaina e scelse le favelas come luogo di deposito, distribuzione e vendita diretta. Il commercio della droga nella favelas è solo la punta dell'iceberg di un sistema molto più complesso, ma come tale, l'aspetto più visibile. Oggi le fazioni che si contendono il traffico di droga ed armi nella città sono tre: *Comando Vermelho*, *Terceiro Comando* e *Amigos dos Amigos*.

	1991	2000
Acqua corrente	81,24%	94,87%
Sistema fognario	64,05%	84,04%
Raccolta rifiuti	79,60%	98,24%

Fig. 3. Mutamenti che il progetto apportò nelle 34 favelas in cui venne implementato (elaborazione propria su dati Soares, 2013).

Secondo quanto riportato nel sito di Maia²⁹, oggi il *Favela-Bairro* coinvolge 600.000 persone in più di 180 comunità. Ad ogni modo bisogna riconoscere che il progetto ha più utilità quanto ad interventi urbanistici piuttosto che per le conquiste sociali. Come accade tutt'oggi la prefettura non fece e non fa altro che delegare al privato o ad organizzazioni non governative attribuzioni di sua competenza (gestioni di nuovi asili e di ospedali, progetti ricreativi e di sviluppo sociale vari, ..).

Quello che si può concludere, come nota anche Valladares (2005), è che la favela odierna non è più come si pensava nel passato “un trampolino per la città”, un luogo temporaneo per chi arrivava nella metropoli speranzoso di potersi trasferire nella città asfaltata, quando le condizioni economiche lo permettono. Sono delle aree prevalentemente a scopo abitativo destinate a quelle persone che coprono la fascia di reddito medio-bassa e, come dimostra la storia, grazie al loro passato difficile e alla loro realtà attuale altrettanto complessa, rendono chi ci vive assolutamente cosciente ed orgoglioso del proprio luogo.

I. 3.2 *Problematiche*

È molto interessante notare come la popolazione carioca abbia imparato a convivere con la criminalità e come soprattutto gli abitanti delle comunità “rispettino” il ruolo dei trafficanti. Camille Goirand (1999, p. 160) ribadisce che la logica della paura mista ad una sorta di benevolenza permette ai trafficanti di assumere il controllo delle favelas e dei loro abitanti³⁰. A Vila Cruzeiro, comunità che fa parte di una delle favelas più conosciute di Rio de Janeiro, un

²⁹ <http://www.cesarmaia.com.br/2010/05/favela-bairro/>

³⁰ “La « bienfaisance » associée à la peur, tel est le moyen, pour les trafiquants, de forcer l'acceptation de la population et donc de s'assurer le contrôle d'un territoire tout en se protégeant des dénonciations”.

murales di Comando Vermelho avvisa “Atenção moradores em dias de guerra evitem sair de suas casas. Grato: CV” (“Attenzione abitanti, nei giorni di guerra evitate di uscire dalle vostre case. Riconoscente, CV”).



Fig. 4. Vila Cruzeiro, zona Nord di Rio (Marcelo Tasso, 25/11/2010
<http://blogs.estadao.com.br/olhar-sobre-o-mundo/tensao-no-rio/>)

Sembra assurdo sentire parlare di guerra a Rio de Janeiro, la città del samba, del carnevale, della bossanova e delle spiagge chilometriche, eppure è un aspetto che ha influito in maniera indelebile nel modo di essere dei suoi abitanti. La criminalità a Rio ha prodotto una *sociabilidade violenta*, che, come sostiene Machado da Silva (2004), sta imponendo una vera mutazione antropologica nei carioca: essi stanno co-producendo la violenza dei quali sono vittime. Gli abitanti di questa splendida città, così come i brasiliani in generale, hanno assunto delle misure adattive per cui riescono a convivere con la violenza e a tollerarla. Vivendo assieme a loro, è impossibile non percepire che i brasiliani crescono e vivono, forse inconsapevolmente, con una dose di paura perenne, possiedono una coscienza del pericolo diversa da quella di qualsiasi occidentale e sono mentalmente preparati ad affrontare e a superare qualsiasi situazione di pericolo. È come vivere in una dimensione di costante allerta.

Un altro murales, nel quartiere di *Lapa*, recita: “vivere nella favela è un’arte, nessuno ruba, nessuno ascolta, niente si perde, comanda chi può, obbedisce chi ha giudizio”.



Fig. 5. Murales a *Lapa*.³¹

Considero questa fotografia particolarmente emblematica. Essa sembra alludere in maniera ironica alla tavola dei comandamenti, solo che, al posto di un Mosè imponente e solenne, troviamo una sorta di circense, ubriaco e su un monociclo, che sorregge un gallo con una mano e la tavola nell'altra. Volontariamente o no, l'autore di questo disegno è riuscito ad inserire degli elementi che hanno un forte richiamo alla vita nella favela: dal monociclo, che rappresenta frenesia, movimento ed un equilibrio instabile e difficile da mantenere, al gallo urlante, che rimanda al chiasso che è il sottofondo di ogni comunità, fino al cane randagio, che intralciando la strada ricorda che camminare in una favela è spesso un continuo evitare ostacoli. Infine, il protagonista di questa scena, e dunque colui che propaga la "legge della favela", è un uomo bizzarro, in netta antitesi con le parole che sta divulgando, che cerca di non cadere dal suo mezzo che non gli garantisce alcuna sicurezza; anzi la sua sicurezza, come lui stesso promuove, è data solo dal suo buon senso (*juízo*).

Una questione attuale in Brasile è quella dei mondiali di calcio e dei futuri giochi olimpici. Come dice bene Mike Davis (2006), nel Terzo Mondo urbano i

³¹ Laddove non specificato, le immagini di questo lavoro sono foto personali.

poveri temono gli eventi internazionali di alto livello (eventi sportivi³², conferenze, visite di dignitari, concorsi di bellezza, festival internazionali,..) perché portano i governanti a dare avvio a delle “crociate” per ripulire la città. I *favelados* sono consapevoli di essere la “sporcizia” e la piaga che le autorità preferiscono nascondere al mondo. La prefettura di Rio de Janeiro, dopo che le furono assegnati i due megaeventi, ha deciso di trovare una soluzione a questa preoccupazione con particolare riguardo alle Olimpiadi, poiché a differenza della Coppa del Mondo di calcio, esse si concentreranno nella singola Rio. La decisione è stata di pacificare quante più favelas possibili in vista degli eventi sportivi. Per pacificazione (*pacificação*) si intende l’occupazione da parte dei soldati del BOPE³³ di alcune favelas dominate dal narcotraffico a cui segue l’istallazione di una UPP ossia una *Unidade de Polícia Pacificadora*. Mentre il primo corpo si occupa solo dell’invasione, la truppa pacificatrice ha il compito di mantenere dei soldati che controllano e garantiscono la sicurezza all’interno della comunità ventiquattro ore su ventiquattro, e dovrebbe così formare un *cinturão de segurança* in prossimità delle zone dove avranno luogo le competizioni.

Secondo la *Secretaria de segurança pública*, il concetto che sta alla base delle UPP è di costruire una “politica di pace” in modo tale da poter recuperare i territori sottratti dal traffico e portare all’inclusione sociale la parte della popolazione più deprivata. Questo nella teoria. Nell’articolo “O Efeito UPP na Percepção dos Moradores das Favelas” (Burgos et al., 2011), vengono fatte quattro osservazioni sul ruolo effettivo delle UPP. La prima constatazione è che l’obiettivo principale delle unità pacificatrici non è quello di estirpare il narcotraffico ma più semplicemente di dare una fine alla libera circolazione di civili armati, il che corrisponde ad uno scambio di ruoli: laddove prima c’erano i trafficanti armati, adesso sono presenti forze di polizia ugualmente armate che sorvegliano gli abitanti a qualsiasi ora del giorno. In secondo luogo si nota che

³² I moderni giochi olimpici nascondono una storia particolarmente sinistra e non molto conosciuta. Da Berlino '36 a Città del Messico, da Atene a Barcellona, tutte le Olimpiadi hanno lasciato un’impronta in senso negativo, ma furono i giochi olimpici di Seul '88 ad essere senza precedenti nella storia della persecuzione urbana e delle espulsioni: circa 720.000 persone furono rimosse dalla capitale della Corea del Sud (Davis, 2006, p.112).

³³ *Batalhão de Operações Policiais Especiais*, forza di intervento di militari volontari ed altamente preparati che intervengono in caso di situazioni critiche (si rimanda a Fig. 6).

c'è una netta subordinazione dell'agenda sociale a quella di polizia. Sebbene esista una UPP sociale, che si dedica a rendere efficaci dei progetti educativi e a sensibilizzare la popolazione, viene sempre data priorità alle esigenze del corpo della polizia, in modo tale che molti dei programmi rimangono solo sulla carta per mancanza di liquidità. Le altre due osservazioni evidenziate nell'articolo sono l'esagerato appoggio da parte dei mass media e degli imprenditori. Quello dei media è un ruolo chiave nella costruzione del programma di pacificazione, nonostante si voglia far pensare che il loro interesse sia un riflesso spontaneo del fenomeno. Fin dall'occupazione del primo *morro* (*morro de Santa Marta*, novembre 2008), questa grande impresa ha seguito ogni vicenda, diffondendo notizie nel mondo intero e facendole percepire, soprattutto all'estero, in modo sproporzionato se comparato alla loro effettiva importanza. Il ruolo di televisione e giornali nel difendere le UPP è stato importantissimo nell'influenzare l'opinione pubblica e nel garantire di conseguenza il suo appoggio a livello internazionale. Infine, l'appoggio degli imprenditori nasce spontaneo, poiché i grandi eventi di cui Rio attualmente è, e sarà palco, risvegliano inevitabilmente gli interessi da parte dell'industria immobiliare, turistica, di comunicazione e dei servizi in generale.

Continuando con le considerazioni, voglio sottolineare le parole di Mauricio, mia guida durante una visita nel *Complexo do Alemão*³⁴ e presidente dell'*associação de moradores*³⁵ della sua comunità, che nello spiegarmi come la popolazione delle favelas considerasse questi nuovi "coabitanti", dice che "não se trata de pacificação, mas de ocupação". Afferma che la situazione era migliore prima di questa presunta pacificazione; prima, infatti, "i trafficanti garantivano l'ordine". Pochi giorni dopo questa visita in una delle favelas più difficili di Rio, mi siedo su un autobus e sullo schermo, tra notizie di gossip, oroscopo e previsioni sui Mondiali di calcio, compare una notizia che si ricollega direttamente al discorso che mi aveva fatto Mauricio. Mi raccontava

³⁴ Il Complexo do Alemão (complesso del tedesco) costituisce un agglomerato di 15 comunità nella zona Nord di Rio de Janeiro. Pacificato dal 2012, il *morro* è abitato da più di 60.000 persone ed è la seconda più grande favela dopo Rocinha. Il nome è dovuto all'ex proprietario dei terreni dove oggi sorge il complesso, il polacco Leonard Kaczmarkiewicz (percepito dai locali come tedesco).

³⁵ Si tratta di un'associazione creata dagli abitanti di una comunità per individuare, discutere e risolvere i problemi presenti, siano essi strutturali, di sicurezza, che riguardino educazione o salute. Viene eletto in ogni associazione un presidente che rappresenti gli abitanti, qualora fosse necessario mediare con altre associazioni o con la municipalità.

come dopo l'arrivo delle UPP ci fosse stato un aumento delle violenze domestiche, cosa che faticavo a credere con una semplice giustificazione come "adesso non c'è più nessuno che regoli i conti". Mi sembrava assurdo e primitivo, inoltre essendoci dei poliziotti immaginavo che sarebbe dovuto essere più semplice denunciare qualsiasi tipo di violenza. Bene, sullo schermo leggo "dopo l'installazione delle UPP, gli abusi sessuali nelle favelas sono aumentati del 200%". Effettivamente con il passare dei giorni, visitando altre comunità e parlando con la gente che vi abita, mi rendo conto che i poliziotti non sono i benvenuti, e che tutti, prima del loro arrivo, si sentivano più protetti. Questo si spiega facilmente, perché nonostante le favelas siano luoghi che hanno avuto origine dall'illegalità, luoghi che non sono mai stati "educati" alle regole della città asfaltata, non significa che non abbiano la loro legge; non sono aree dove regna l'anarchia, ma anzi, ci sono regole volte a proteggere l'integrità delle persone che non sono coinvolte nel traffico ma che ci devono comunque convivere. L'antropologa Eliana Vicente in un'intervista afferma che "quando si espelle il trafficante, la comunità percepisce anche una perdita dei legami di solidarietà" (Medeiros, 2014). Il trafficante, nato e cresciuto nella sua comunità, si assume la responsabilità di proteggere e di punire i suoi abitanti, cosa che la polizia non fa. La sensazione che si prova entrando in una comunità pacificata è che i poliziotti siano degli intrusi e che la loro sia una presenza priva di utilità: non c'è contatto con gli abitanti, non c'è alcun tipo di relazione. Lo scopo della UPP sociale (quando riesce ad avanzare con i propri progetti) è quello di rieducare la popolazione favelada: come quando un animale cresciuto in libertà viene improvvisamente catturato per venire addestrato a nuove regole che non riconosce.

È dunque un assedio silenzioso e un po' subdolo, e questo spiega perché non c'è fiducia da parte degli abitanti nei confronti dei militari, dal momento che quando le violenze vengono denunciate non arriva alcun tipo di giustizia, ed essendo per giunta molto difficile "chiedere aiuto al nemico" (specie quando esiste un'altra piaga, che è quella della corruzione) sono molte le persone che preferiscono non sporgere denuncia. Come spiega bene il Colonnello Frederico Caldas, comandante di tutte le unità UPP, in un'intervista al *Corriere della Sera*: "i trafficanti hanno governato per tanti anni con le loro regole. Adesso dobbiamo riconquistare la fiducia di queste persone. Spiegare che la Polizia sta dalla loro

parte” (Rossi, 2013)³⁶. Nonostante la sua affermazione possa essere discutibile, è indubbio che la questione della mancanza di fiducia sia il primo problema da risolvere se si vuole arrivare ad una convivenza accettabile tra *moradores* e gli ufficiali, e ad una effettiva utilità di queste milizie.

Viene qui sotto riportata l’immagine di copertina del sito web del BOPE, e una foto di un gruppo di poliziotti della UPP di turno in una comunità, per dare giustizia all’idea che quella in atto non è una pacificazione ma è un’evidente occupazione.



Fig. 6. Pagina iniziale del portale web del BOPE, il battaglione speciale addetto ad invadere le favelas dominate dal traffico (<http://www.bopeoficial.com>).



Fig. 7. Ufficiali della UPP (<http://www.rioonwatch.org/?p=7064>).

Questo è un argomento interessantissimo oltre che molto complicato, che riporto perché è essenziale la sua conoscenza per spiegare e capire il fenomeno del

36

http://www.corriere.it/esteri/speciali/2013/brasilerocinha/rocinha_brasile_spec.creatavist.com/story/6388.shtml

turismo nelle favelas negli ultimi anni. Grazie alla presenza dei militari, le comunità sono più sicure agli occhi del turista; ciò giustifica l'aumento di stranieri interessati a visitare, a vedere, a sperimentare l'atmosfera di questi luoghi conosciuti solo attraverso il filtro dei media e del cinema.

L'unico *morro* dove il turismo esisteva già all'inizio degli anni '90, quindi molto prima dell'avvento delle unità di pacificazione, era Rocinha, la più grande favela del Brasile con più di 71.000 abitanti³⁷ ed oggi indiscutibilmente la più incline e meglio preparata ad accogliere turisti. Ad ogni modo, nonostante la presenza delle truppe, sono davvero poche le favelas dove il turista può avventurarsi da solo, nella maggior parte dei casi nessuno "straniero" (incluso gli stessi brasiliani di città) entra, se non accompagnato da una guida o da una persona che conosce molto bene il luogo.

Dal 28 novembre 2008, giorno della prima occupazione, ad oggi, sono 39 le favelas che sono state pacificate, l'ultima è stata il *Complexo do Maré* (30 marzo 2014). Da notare che le prime a subire questo processo sono state quelle della zona Sud e del Centro, ovvero le zone predilette dai turisti, cui seguono le aree dove sono presenti i diversi stadi e padiglioni olimpici.

In basso viene riportata la mappa più recente disponibile che evidenzia le favelas in cui sono presenti truppe della UPP, che il quotidiano *O Globo online* pubblica nel novembre 2013, quando le comunità pacificate erano 34.

³⁷ IBGE, 2010



Fig. 8. Mappa delle favelas di Rio de Janeiro. In rosso quelle in cui è stato installato un comando di UPP, le grigie sono le restanti. (<http://oglobo.globo.com/infograficos/upps-favelas-rio/>, dati elaborati dall'IBGE in collaborazione con l'*Instituto Pereira Passos*).

Concludendo, è giusto ricordare che tutto questo fenomeno è nato dalla preoccupazione dello Stato di nascondere un problema che non può essere risolto con delle soluzioni sbrigative e di copertura come quella in atto. Innanzitutto quella delle favelas non è una realtà compatta ed omogenea, il *favelado* come categoria analitica non esiste (Boschi, Goldschmidt, 1970), esistono vari tipi di *moradores* e vari tipi di favelas. Da ciò risulta folle trovare una soluzione valida per più di mille comunità.

I poveri, ritornando alle parole di Davis, sanno di essere la parte “brutta” della città, quella che si cerca in tutti i modi di occultare. Probabilmente un modo migliore, più civile e più sano, di trovare una soluzione, sarebbe stato invece quello di valorizzare queste aree, che sono una parte integrante ed essenziale della città.

I. 3.3 *Percezione della favela*

Per un occidentale medio l'associazione favela-violenza è quasi automatica. Le notizie, ma in particolar modo le immagini riguardanti i *morros* che ci arrivano, sono di armi, di sporcizia, di droga confiscata, di poliziotti eccessivamente armati e di persone di colore; aggiungerei quelle *poche* notizie che ci arrivano,

perché (a parte negli ultimi mesi, in cui con il pretesto dei Mondiali di calcio il mondo intero sembra interessarsi ed indignarsi per i problemi del Brasile) è raro che i nostri quotidiani, le nostre riviste ed i notiziari nazionali ci trasmettano notizie che hanno la favela come tema, e anche quando questo succede ne mettono in risalto solo gli aspetti negativi. Il blogger Davidson Pereira nel suo blog *favelapotente.wordpress.com* lo sottolinea, dicendo che le favelas non si sentono rappresentate dai grandi mezzi di comunicazione, poiché questi ultimi non fanno altro che dare priorità agli aspetti negativi, mostrando così al resto del mondo degli spazi dove regna la criminalità e celando tutto il buono ed il bello che c'è al loro interno. Scrive Pereira:

la funzione del giornalismo costituisce una parte importante nel processo di identificazione dei problemi fisici della città ed in particolar modo nella realizzazione di proposte che si convertano in trasformazioni strutturali di cui la città ha bisogno, oltre a rompere con la connotazione negativa che possiede la favela. Ma questi problemi si potranno risolvere solo con la partecipazione di tutta la comunità, incluso quella dei mezzi di comunicazione³⁸.

Il potere della televisione e della stampa è quello di fungere da agente che attribuisce significato, nel senso che definisce la realtà, e spesso si trova ad essere l'unico mezzo di informazione accessibile e dunque diviene l'unico accreditabile.

Altro veicolo altrettanto efficace può essere il cinema. Il ruolo del cinema è essenziale poiché riproduce la realtà, che nel caso delle favelas è una realtà esotica, lontana e sconosciuta, e diviene dunque una maniera poco impegnativa ma molto coinvolgente di entrare in contatto con un nuovo mondo. L'esempio più clamoroso è quello del film del 2002 di Fernando Meirelles, *Cidade de*

³⁸ “A função do jornalismo é parte importante no processo de identificação dos problemas físicos da cidade e principalmente na realização de propostas que cominem em transformações estruturais que a cidade necessita, além de romper com a conotação negativa que a favela possui. Mas esses problemas só poderão ser resolvidos se houver a participação de toda a comunidade, inclusive os veículos midiáticos”.

*Deus*³⁹ (in Italia conosciuto come *City of God*), pellicola basatasi sull'omonimo romanzo di Paulo Lins del 1997 e che riscontrò un enorme successo mondiale⁴⁰. Il film vuole rappresentare la scalata del traffico della droga nelle favelas ed il funzionamento del crimine organizzato al loro interno. La critica Ivana Bentes (2007) in un suo articolo evidenzia come il cinema passò da un'estetica della fame (teorizzata dal regista brasiliano Glauber Rocha) ad una *cosmética da fome*. Quando si parla di estetica della fame si fa riferimento a quei film brasiliani che vanno dagli anni '60 fino ai '90, che non vogliono più semplicemente denunciare la povertà e vittimizzare i poveri mediante immagini dure e di alto impatto emotivo, ma che cercano di analizzare la sofferenza in maniera diversa, più leggera, trasformando la fame in folklore, in estetica non brutale ma come espressione di cultura e valori, ricordando il neo-realismo italiano. Secondo Bentes dagli anni Novanta in poi (e dunque un chiaro esempio ne è *Cidade de Deus*) si passa dall'estetica alla "cosmetica della fame", perché vengono valorizzate solo le immagini belle e di qualità per rendere il cinema ancora più accessibile e globalizzato. Le immagini non cercano di mostrare una bellezza naturale come prima, ma devono essere belle in quanto fotogrammi, ed il *glamour* diviene protagonista del film. Così in *City of God* viene mostrata una favela colorata e dal ritmo incalzante, piena di persone belle, con il sottofondo di canzoni internazionalmente conosciute e mescolate con una bossanova od un samba scelti per piacere. Tutto è molto forzato ma senza dubbio il film riesce a catturare lo spettatore.

È inevitabile che in una società in cui il culto dell'immagine è stato creato dai mezzi di comunicazione di massa, siano le rappresentazioni che aiutano a costruire la visione del mondo di un individuo (Kellner, 2001). Il cinema degli ultimi due decenni, e questo film in particolare, ha contribuito in maniera fondamentale nel costruire l'immagine che l'occidentale si è fatto dei *morros* carioca. Egli non ha accesso al luogo fisico, ma grazie a questo potente strumento può comodamente accedere alla sua rappresentazione. Questo tipo di

³⁹ *Cidade de Deus*, favela realmente esistente, si trova a Rio de Janeiro nella *Barra de Tijuca* e prende vita nei primi anni '60 come insieme di abitazioni di famiglie rimosse dalla zona Sud. Oggi vi abitano più di 42.000 persone.

⁴⁰ Nel social network internazionale di critica di cinema *filmaffinity*, *Cidade de Deus* occupa il 25esimo posto, con un punteggio di 8.4, alla pari di grandi classici del cinema quali *La febbre dell'oro*, *Casablanca* e *Qualcuno volò sul nido del cuculo*.

accesso a distanza modella una falsa percezione della realtà, formando una visione distorta della favela e dei suoi abitanti. In questo modo lo spettatore cade in generalizzazioni e stereotipi indebiti, banalizzando e svuotando di significato una cultura che, a causa anche di queste distorsioni, incontra difficoltà a trovare riconoscimento.

Oltre che alla percezione del fenomeno favelas che si ha al di fuori del Brasile, è interessante cercare di capire come gli stessi brasiliani che non vivono nei *morros* concepiscano questo fenomeno. Cosa può pensare una persona che quotidianamente sente parlare di *tiroteios* (sparatorie), *assaltos*, *invasões*, *revoltas*, e che sfogliando i giornali legge di bambini uccisi per sbaglio, di scontri tra polizia e fazioni criminali, di case abusive che crollano dai monti durante un temporale? Da uno studio realizzato sugli studenti di Comunicazione sociale dell'Universidade Federal do Espírito Santo risulta che le parole che vengono menzionate di primo acchito pensando alle favelas, sono in ordine: sparatoria, disordine, mancanza di igiene e di pianificazione, traffico di droga, *balas perdidas*⁴¹, luogo di banditi, luogo dove non si deve andare. Gli stessi connazionali tendono a stigmatizzare i *moradores* anche in maniera molto più pesante rispetto a quanto farebbe un europeo per esempio: non c'è nessuna estetica né cosmetica dell'immagine che modifica l'aspetto della favela agli occhi dei brasiliani.

Sono rari i brasiliani, ed ancora meno i carioca, che sono interessati a conoscere a fondo questo fenomeno, proprio perché essendo bombardati di notizie tragiche che provengono da questi luoghi e dovendo convivere con questa realtà (ricordo che per chi vive a Rio spesso non esiste un confine fisico tra quartiere residenziale e favela) sorge una sorta di astio e rancore che crea un'ulteriore barriera tra la gente di città e la gente di *morro*. Tutte le guide turistiche che mi hanno accompagnata nei *passeios* in vari insediamenti mi hanno dato conferma di questo fatto: i turisti brasiliani che decidono di fare un tour nelle favelas non superano il 5% del totale. La causa è sia la paura che il disinteresse, ma talvolta anche un vero e proprio odio, in tutti i casi provocati dai mezzi di comunicazione che spaventano e demonizzano questi luoghi e che con la loro insistenza creano una sorta di “repulsione”.

⁴¹ “Proiettili vaganti”. L'espressione si riferisce all'avvenimento in cui una persona viene colpita da uno sparo la cui origine è sconosciuta.

Dal punto di vista dei brasiliani i *favelados* sono considerati “un capro espiatorio per una vasta gamma di problemi sociali, permettendo agli altri di sentirsi superiori”⁴² (Perlman, 2010, p. 150). Nonostante il Brasile sia uno dei Paesi più multiculturali del globo (47,7% bianchi, 43,1% mulatti, 7,6% neri, 0,4% indios, 1,1% asiatici)⁴³, esiste un confuso sentimento razzista che non si rivolge più al colore della pelle, ma alla condizione economica: ed ecco quindi che gli abitanti delle favelas sono le prime vittime.

Secondo un’indagine del 2013 che intervistò 2.000 abitanti in 63 favelas sparse per il Paese⁴⁴, circa il 30% dei *moradores* subisce i pregiudizi della popolazione cittadina. Di questi, il 32% afferma che la motivazione è il colore della pelle, per un altro 30% è il fatto di vivere in una favela, per il 20% la mancanza di soldi e per il restante 7%, l’abbigliamento.

Altro dato che esce alla luce con questa ricerca è che il 66% della popolazione non desidera uscire dalla favela ed il 94% si considera felice. I *moradores* generalmente non vogliono lasciare la loro residenza. Posso confermare questo dato poiché tutti i *favelados* con cui ho avuto occasione di parlare amano il posto in cui vivono ed in aggiunta sperano che anche i loro figli in un futuro scelgano di rimanervi. Riguardo alla felicità degli abitanti, sebbene 94% possa sembrare una percentuale alta, è comunque un punto al di sotto della media nazionale. Si sa che il Brasile è un Paese conosciuto per il suo buonumore e che Rio de Janeiro in particolare è considerata una delle città più felici del mondo, ma è un Paese che deve sempre fare i conti con il problema della violenza. Nonostante tutto, nonostante il 73% degli abitanti consideri la favela, e dunque casa propria, violenta, e di questi il 18% la consideri molto violenta, questo risulta influente nel modificare la loro felicità.

Per la maggior parte dei *favelados* vivere nella favela è uno stile di vita. L’ho capito in uno dei dibattiti cui ho assistito, del *ciclo de debates* “Fala Vidigal”, che si svolgeva nella piazza del *morro do Vidigal* per discutere assieme alla popolazione locale della gentrificazione della favela e di questioni di speculazione immobiliare. Quello che si sentiva ripetere più volte era che la favela non è un *bairro* (quartiere): “favela è favela”, dicevano, e come tale deve

⁴² “a scapegoat for a wide array of societal problems, allowing others to feel superior”.

⁴³ IBGE, 2010

⁴⁴ Primeiro Fórum Nova Favela Brasileira, Viutado de Madureira, 5-6 nov. 2013.

mantenere le peculiarità che la differenziano dall'essere un quartiere di città. I *favelados* prima di tutto si sentono abitanti della favela e poi di Rio de Janeiro, vogliono mantenere il loro status di "diversi" perché è proprio in questo modo che hanno creato la loro identità, ossia tenendosi fuori dalla gerarchia sociale della città. Motivo per cui ora vengono stigmatizzati dal resto della società, ma motivo di grande orgoglio personale e comunitario. Le favelas più antiche hanno poco più di cent'anni e se ne formano in continuazione di nuove, sono dei luoghi giovani, che nascono grazie alle forze degli abitanti stessi, grazie alla solidarietà che si crea tra di essi.

Oggi la manodopera proveniente da quei luoghi si rende indispensabile soprattutto nel settore terziario delle grandi città, la classe media che vi abita continua a crescere facendo diminuire la fascia a reddito basso; quasi la metà degli abitanti possiede un computer ed una tv al plasma, il 41% possiede un conto corrente ed il 35% una carta di credito: lo status di *favelado* si sta sempre più integrando con il resto della città sotto diversi aspetti, ma essi continuano a "tenersi fuori", costruendo una frontiera con il mondo dell'asfalto che li faccia sentire ancora diversi e unici, dato che nonostante questa vicinanza sociale sono ben lontani dal condividere quello stile di vita. Come nota Bauman "la modernità ha prodotto il livellamento delle differenze, almeno nel suo aspetto esteriore" (1998, p. 80)⁴⁵. Facendo riferimento al popolo ebraico vittima dell'Olocausto, molti anni dopo la tragedia, egli scrive che esso ha dovuto trovare "un metodo moderno di tracciare frontiere, un metodo capace di supportare e neutralizzare l'impatto livellatore delle forze educatrici e civilizzatrici" (p.81)⁴⁶. Ciò accade per tutti i popoli che, come quello ebraico, hanno subito una segregazione. Essi non possono semplicemente sottomettersi ed adattarsi alla forza della modernizzazione, infatti, essendo che la sofferenza della segregazione e della persecuzione ha contribuito all'origine della loro identità in quanto popolo, hanno bisogno di continuare a sentirsi differenti.

Quello delle favelas brasiliane, pur non avendo a che vedere con la segregazione, è un caso in cui sono stati ricreati dei confini all'interno dei quali il popolo si

⁴⁵ "A modernidade produziu a nivelamento das diferenças - pelo menos na sua aparência exterior".

⁴⁶ "Nas condições da modernidade, a segregação exige um método moderno de traçar fronteiras, um método capaz de suportar e neutralizar o impacto nivelador e o poder supostamente infinito das forças educadoras e civilizadoras".

sente sicuro e all'interno dei quali riconosce i propri valori. Diviene dunque l'unico modo per preservarsi dall'acculturazione della modernità, che vorrebbe uniformemente democratizzare il mondo, senza spesso portare rispetto per la storia dei popoli.

II. TURISMO E FAVELAS

II. 1 NUOVI ORIZZONTI: LA RICERCA DELL'AUTENTICITÀ

Il turismo è un esercizio di libertà in cui il protagonista, il turista, esce per un periodo definito dalla propria routine; basti pensare che il turista, prima ancora di partire, sa già quando tornerà a casa. A ricordarlo, vi è il dialogo iniziale tra i tre protagonisti appena sbarcati a Tangeri del film *Il tè nel deserto* di Bertolucci (1990):

Tunner: Forse noi siamo i primi turisti che hanno dopo la guerra.

Kit Moresby: Tunner, noi non siamo turisti, siamo viaggiatori.

Tunner: Ah.. e che differenza c'è?

Port Moresby: Un turista è quello che pensa al ritorno a casa fin dal momento che arriva, Tunner.

Kit Moresby: Laddove un viaggiatore può anche non tornare a farlo.

Il turista, quindi, esercitando il suo ruolo, non smette di riprodurre la logica del capitale (Ouriques, 2005), in cui il tempo dell'ozio ha una durata limitata. Certo, i turisti del film ancora non rientravano nella logica della massificazione del turismo; infatti fare turismo in Africa nel '47 era una pratica molto elitaria, cui solo pochi, ricchi di interessi un po' più profondi della norma, potevano accedere. Oggi, sono sempre di più i turisti che vorrebbero sentirsi privilegiati come lo sono i personaggi di Bertolucci, ovvero sentire che la breve esperienza di viaggio sia speciale e diversa da quella dei comuni turisti di massa. In realtà essi rientrano sempre nel sistema capitalistico: i turisti continuano ad essere i consumatori ed i locali ed il paesaggio, parte del prodotto consumato; solo che cercano di farlo con delle modalità differenti e che apparentemente alleggeriscono i ruoli di mero consumatore e prodotto. Questa categoria coincide a quello che Erik Cohen (1988) nomina *the modern tourist-pilgrim* ossia colui che ricerca modi di vita alternativi ed il contatto con le culture visitate. In realtà questi turisti non fanno altro che dare vita alla *commodification*⁴⁷, quel processo

⁴⁷ La commodificazione è un processo contemporaneo che consiste nel far diventare bene di consumo qualcosa che prima non lo era (sia esso bene o servizio), ossia farlo diventare commerciale.

economico che banalizza i beni di consumo di un certo valore, facendoli diventare, agli occhi dei consumatori, semplici merci standardizzate (*commodities*). Tradotto nel settore del turismo ciò avviene quando la cultura locale, ad esempio, serve a soddisfare quello che i turisti si aspettano di vedere, perdendo il suo significato e la sua utilità originaria. Senza dubbio questo processo distrugge l'autenticità della cultura locale e delle relazioni umane, che si riducono a semplici attrazioni per dei turisti che si illudono di essere "alternativi" e "speciali" (Cohen, 1988).

Il turista creatore di *commoditization* è il classico turista alla ricerca dell'autentico: cultura "autentica", musica "autentica", paesaggio "autentico", indigeni "autentici", ... questo è quanto si aspetta di trovare, ma quello che si ritrova è una *staged authenticity* (MacCannell, 1973), un'autenticità inscenata, un'esoticità esagerata e creata apposta per lui, dove i locali recitano la parte dei nativi e tutto diventa una sorta di palco teatrale in cui la protagonista, l'autenticità, è proprio quella che manca.

In origine il termine "autentico" (dal greco αὐθεντικός) significava *avere autorità, agire da sé medesimo*. Dice il vocabolario etimologico "autentici sono gli atti solennemente fatti per mano di un notaio o di un altro pubblico ufficiale"⁴⁸. Fa sorridere quando questo termine viene associato al turismo, perché addirittura può diventare sinonimo di inganno. Ne è una dimostrazione l'esempio dei *mochileros* (backpackers) della classe media che viaggiano per l'India: gli abitanti, sapendo che quel tipo di turista cerca l'autenticità, approfittano della loro ingenuità e li ingannano, rappresentando un'autenticità inscenata ed inventata (Maoz, 2006). Paradossalmente accade poi che questi turisti siano consci del fatto che ciò a cui stanno assistendo è tutt'altro che naturale, ma non se ne curano se il "teatro" è di buona qualità (Urry, 1990), dal momento che l'importante è dare conferma e ritrovare nel concreto l'idea che ci si era fatti nella propria testa.

Tutti noi, prima di partire per un viaggio, creiamo delle immagini che anticipano la nostra presenza nel luogo. La dimensione romantica della scoperta si è inevitabilmente estinta, nessuno più va in un luogo senza sapere cosa si troverà: gli occhi dei turisti non si stupiranno più nel contemplare l'imponenza della

⁴⁸ Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana di Ottorino Pianigiani.

Grande muraglia cinese, non si meravigliano al loro arrivo nel Machu Picchu e non riusciranno a godere pienamente di un paesaggio desertico o di una foresta tropicale, perché saranno troppo impegnati a confrontare l'immagine prodotta dalle proprie supposizioni con l'immagine reale. Il loro non sarà uno sguardo umile e pronto a ricevere, ma uno sguardo già preparato e volto a giudicare e a verificare ciò che già "conosce" (Papotti, 2012). Il turista sa cosa vuole vedere e fa di tutto per trovarlo (Papotti, 2012), dunque una buona esperienza turistica, per molto che una persona si proclami alla ricerca del puro, dell'autentico e del naturale, dovrà in primis soddisfare la sua immaginazione. Ecco perché la ricerca dell'autentico, in particolar modo nel turismo esotico, è diventata un'utopia. Marco Aime (2007) parla dell'impossibile ricerca dell'autenticità, Erik Cohen (1988) afferma che il moderno turista-pellegrino è condannato all'inautenticità.

Ritornando alla *staged authenticity* si può riassumere che il risultato sarà sempre una performance, in cui entrambe le parti protagoniste leggono una sorta di "copione" (Papotti, 2012): i nativi recitano la parte degli indigeni, di persone etnicamente molto differenti dai visitatori, *travestendosi* in personaggi autentici, mentre i turisti ricoprono il ruolo dei falsi scopritori, di coloro che ricercano immagini già viste e già assimilate ancor prima di arrivare. Con la stessa consapevolezza con cui il turista parte sapendo che il suo viaggio avrà una fine, egli parte con la consapevolezza di sapere cosa troverà.

II. 2 TURISMO VS NEOCOLONIALISMO

Come ormai tutti ben sanno il turismo è un'attività in continuo sviluppo e crescita. Esso rappresenta il 30% delle esportazioni mondiali di servizi ed il 6% delle esportazioni globali totali, dopo combustibili, prodotti chimici ed automobili. Oggi si presenta come un fenomeno di massa che muove milioni di persone verso ogni luogo del globo, da quelli tradizionali e consueti, a quelli più insoliti ed improbabili: potenzialmente l'essere umano può andare a fare il turista in qualsiasi posto egli desideri.

Già nel 1975 Turner ed Ash notano che il turismo è tutt'altro che un fenomeno scontato: esso è il risultato visibile della quarta grande ondata della tecnologia,

ossia quella avvenuta grazie all'invenzione dell'aeromobile⁴⁹, che, secondo i due teorici, ha dato vita ad una nuova tribù, alla "Orda d'oro", facendo chiaro riferimento all'impero conquistato da Gengis Khan nel XIII secolo. Questi nuovi barbari non sono altro che i turisti di massa. La differenza è che mentre i mongoli erano un popolo nomade per necessità e che minacciava le popolazioni sedentarie europee, i turisti sono un popolo nomade a causa della loro ricchezza ("nomadi dell'opulenza"), e si muovono in un territorio che la loro curiosità ed i loro desideri hanno creato: la "periferia del piacere" (Turner, Ash, 1975). Oggi questa periferia è divenuta l'intero pianeta, dato che qualsiasi luogo può essere raggiunto, e grazie anche alla grandissima spinta che ha dato il Web nel diffondere il fenomeno turistico.

Sono diversi i teorici che hanno individuato tracce di neo-colonialismo nel processo che coinvolge lo spostamento di turisti dai Paesi occidentali verso quelli emergenti, ed in particolare verso i luoghi più poveri delle megalopoli. Uno dei primi fu Dennison Nash, il quale, parlando di *imperialismo culturale*, evidenzia una forte asimmetria di potere al centro delle relazioni turistiche, le quali rendono impossibile l'incontro tra i due soggetti, visitante e visitato, e fanno sì che essi si trattino reciprocamente come beni da cui trarre profitto (1989, in Savelli, 2004). L'imperialismo non è altro che un'estensione degli interessi di una società al di fuori del proprio Paese, interessi che vengono imposti ad una società terza e con cui poi verranno create delle stabili relazioni di dipendenza. Riferendosi all'imperialismo moderno, Nash (in Smith, 1989) assume la possibilità di una volontaria accettazione da parte dei nativi del processo di colonizzazione e di una altrettanto volontaria partecipazione alle transazioni che verranno a crearsi col Paese colonizzatore: nel turismo accade spesso che siano gli stessi Paesi emergenti a svendere le proprie attrazioni creando nuove destinazioni.

L'antropologo inglese Malcolm Crick evidenzia che il turismo "rappresenta la faccia edonistica del neocolonialismo" (1989, p. 322)⁵⁰, definendolo anche come forma di *leisure imperialism*, che altro non è che l'origine di tutte le periferie del piacere. Nell'imperialismo moderno il turista colonizza per alcuni

⁴⁹ Secondo Turner ed Ash, furono quattro le grandi ondate tecnologiche che trasformarono la geografia sociale a partire dal XIX secolo: il treno, la barca a vapore, l'automobile e l'aereo.

⁵⁰ "represents the hedonistic face of neo-colonialism".

giorni, talvolta anche per poche ore, un luogo, all'interno del quale, sebbene in maniera subliminale, si riproducono le stesse antiche dinamiche in cui l'uomo bianco e ricco si impossessa del territorio altrui e vi instaura le proprie leggi. Sono sempre più numerosi i Paesi del Terzo Mondo che accolgono con le braccia aperte gli antichi padroni e signori dai quali erano dominati fino a non molto tempo fa (Turner, Ash, 1975); resta dunque chiaro che quello che viene venduto al turista è una determinata sensazione di superiorità morale ed intellettuale.

Altri autori riportano che:

laddove in passato, l'imperialismo consisteva nel controllare il "nativo" colonizzandolo territorialmente, oggi l'imperialismo consiste in soggiogare il "nativo" colonizzandolo discorsivamente (Lucaites, Condit, Caudill, 1999)⁵¹.

Qui viene fatto riferimento alla letteratura di viaggio, alla pubblicità, alle guide turistiche e a tutti i media che ritraggono i Paesi in via di sviluppo in maniera standardizzata e stereotipata, dando rilievo ad aspetti che evidenziano il carattere esotico e primitivo della destinazione, e creando così un falso immaginario che influenzerà l'atteggiamento che assumerà il turista nei confronti della località e dei locali. Racconta una *favelada*, in un'intervista su *portalthomen.com* (Castro, 2012)⁵², di un episodio in cui alcuni turisti le chiesero di mostrare loro suo figlio per scattargli una foto, solo che quando videro che il bambino era bianco non lo fotografarono, perché volevano un *negrinho*. Oltre allo scontato stereotipo "favela-negro", in questa circostanza è riscontrabile, in maniera ancora più pesante, la prepotenza e l'*arrogância cultural* (Figueira, Dias, 2011, p. 120) dell'uomo occidentale. Il turista, visitando ambienti miseri, cerca di convincersi che la sua visita, al contrario degli altri turisti voyeur, sia etica e solidale, ma finisce sempre col dimostrare la sua presunta superiorità, recandosi negli slum con vestiti all'ultima moda, fotocamere costose e comportandosi in maniera insolente e superba, trattando i locali secondo l'idea che gli era stata inculcata.

⁵¹ "Whereas in the past, imperialism was about controlling the 'native' by colonizing her/him territorially, now imperialism is more about subjugating the 'native' by colonizing her/him discursively".

⁵² <http://www.portalthomen.com.br/artigos/turismo-favela>

Credo che non ci siano parole più adeguate di quelle usate da Krippendorf venticinque anni fa, nel descrivere il pensiero (un po' razzista) che è nascosto, ma quasi mai espresso, da chi pratica *slum tourism*:

gli Altri sono poveri, ma felici. Senza preoccupazioni e ospitali. Ma, naturalmente, un po' disorganizzati, non molto puliti, si potrebbe addirittura dire sporchi, come pure stravaganti, pigri e poco intelligenti⁵³ (Krippendorf, 1989, p. 114).

Come dice il filosofo bulgaro Todorov (1984), il razzismo non è altro che una conseguenza dell'imperialismo, nasce infatti in seguito alla conquista dell'America e si rafforza ancor di più durante il colonialismo ed il nazionalismo. Esso scaturisce nel momento in cui qualcuno si impone su qualcun altro, poiché chi soggioga ha bisogno di una ragione per giustificare le proprie azioni: i nativi vengono così accusati di essere *subumani*, in contrasto con la superiorità economica e culturale dell'europeo. Le parole sopra riportate dimostrano che nonostante siano passati più di cinquecento anni, l'educazione al razzismo/imperialismo, che direttamente o indirettamente è stata infusa a tutti noi occidentali, si mantiene intatta. I grandi preconcetti razzisti del passato permangono, ma cambiano le modalità con cui vengono esercitati; ora è sicuramente meno evidente e viene mascherato con altri nomi, ma quella del razzismo è un'eredità che a fatica l'europeo riuscirà ad estirpare. Dato che la vita di una persona di colore era paragonabile a quella di un animale, nel secolo XVIII i medici europei utilizzavano gli schiavi neri per i loro esperimenti (Dormandy, 2010). Oggi gli occidentali si interessano per vedere dal vivo la vita dei pronipoti di questi ex schiavi, ma sempre da una certa distanza, valorizzando i (pochi) lati positivi e giudicando i loro (molti) difetti. C'è un abisso tra i due esempi, ma quello che non si può non notare è che in entrambe le situazioni chi è considerato inferiore viene trattato come un animale: in passato come bestia da sacrificare, oggi come bestia in uno zoo. Quello di cui questi moderni turisti non sono coscienti è che invece di fare del bene, stanno perpetuando e ripercorrendo, mediante dinamiche e modalità differenti, gli stessi pregiudizi dei loro antenati;

⁵³ “os Outros são pobres, mas felizes. Despreocupados e hospitaleiros. Mas, naturalmente, um tanto desorganizados, não muito limpos, pode-se até dizer que sujos, de qualquer forma, extravagantes, preguiçosos e pouco inteligentes”.

nel caso delle favelas, i turisti invadono una popolazione che si è formata da schiavi liberati, quasi fosse una seconda dominazione. Ritengo che dal lato emotivo sia un impatto tremendo, poiché dimostra che i preconcetti che crea il razzismo, e di conseguenza l'imperialismo, formano una catena senza fine e molto difficile da spezzare, ed anzi, vengono mascherati da azioni di dubbia bontà e che rendono chi le pratica seriamente convinto dei suoi onesti propositi. Sempre secondo Turner ed Ash (1975, p. 129):

Il turismo è un'invasione da parte dei centri metropolitani altamente sviluppati nelle periferie "non civilizzate". Esso distrugge in modo incomprensibile ed inavvertitamente⁵⁴.

Si tratta a tutti gli effetti di una seconda invasione, in questo caso pacifica e sicuramente più silenziosa di quelle del passato, ma non per questo meno pericolosa, poiché contribuisce a perpetuare la presunzione dell'uomo bianco occidentale, che tutto può e a cui tutto è dovuto.

II. 3 IL TURISMO NEI *MORROS*

Tutto quanto detto finora non significa affatto che lo *slum tourism* sia solo negativo. Può essere riprovevole l'atteggiamento con cui i turisti si recano nelle favelas, le motivazioni che determinano la loro scelta, ma personalmente ritengo che il turismo sia l'unico vero modo per far conoscere la favela per quello che realmente è: è un'opportunità per mostrare che le favelas non sono quello che mostrano i media, e per disfarsi del mito che le persone se ne stanno sedute senza far niente, che sono criminali, sporche, disoneste, ... è un'occasione per demolire stereotipi indebiti che sono stati costruiti nel corso degli ultimi decenni. Per far sì che ciò avvenga è di fondamentale importanza il ruolo che gioca la guida turistica, la quale deve essere rigorosamente autoctona e cosciente del suo compito educativo: la guida ha il potere di modificare l'immaginario del turista. Dall'altro lato anche il ruolo degli stessi visitatori è importante: è loro il "miracolo" di trovarsi dentro e fuori dal luogo allo stesso tempo (Bauman, 1998,

⁵⁴ O turismo é uma invasão, pelos centros metropolitanos altamente desenvolvidos, das periferias «não-civilizadas». Ele destrói incompreensível e inadvertidamente".

p. 114).⁵⁵, dunque, appartiene loro la scelta e la facoltà di immischiarsi o meno con quanto li circonda. D'altronde lo riporta anche Le Breton in *Il sapore del mondo*:

di fronte a una medesima realtà, individui dal corpo impregnato di culture e storie diverse non provano le stesse sensazioni e non decifrano gli stessi dati: ciascuno di essi è sensibile alle informazioni che riconosce e che rimandano al suo specifico sistema di riferimento (Le Breton, 2007, p. 8).

Non esiste una logica che sottende e che può prevedere le reazioni degli individui. Nel caso del turismo negli slum, affinché esso dia i risultati sperati, presuppone una predisposizione positiva da parte sia della guida ma anche (e soprattutto) da parte del turista.

Oggi, dunque, il turismo nelle favelas carioca è un dato di fatto, e, ad essere coinvolti, sono esclusivamente i *morros* in cui è avvenuta la pacificazione, in particolare della zona Sud e Nord della città. Ma a cosa ci si riferisce quando si parla di turismo nelle favelas? Generalmente si fa riferimento ai tour guidati, al turismo recettivo ed alle piccole attività di vendita di souvenir che vengono a crearsi dove il numero di visitatori è significativo; tutte attività che sono state create appositamente per i turisti⁵⁶, infatti, senza l'interesse prosaico che molti occidentali nutrono nei confronti della povertà, non sarebbero mai sorti hotel né bed and breakfast, e non si vedrebbero quotidianamente gruppi di turisti che entrano a "conoscere" queste aree senza mai scendere da un van, e, anche se l'ipotesi è azzardata, probabilmente non ci sarebbe stata nessuna pacificazione o, perlomeno, sarebbe stata organizzata in modo molto meno invasivo.

All'inizio degli anni Novanta c'erano già due agenzie operanti nella favela più grande del Brasile, Rocinha, ma ciò non corrisponde all'origine del turismo negli slum. Per trovarla, bisogna andare molto indietro: nel 1884 l'Oxford English Dictionary definisce il verbo *to slum* sia come tendenza a visitare questi luoghi con scopi ambigui ed immorali, sia come propensione a visitarli "con scopi caritatevoli e filantropici, o per curiosità, in particolare per seguire una moda"

⁵⁵ "é deles o milagre de esta dentro e fora do lugar ao mesmo tempo".

⁵⁶ Nel capitolo 3 verranno approfonditi tre casi di studio di questi esercizi, operanti in diversi insediamenti.

(Koven, 2004)⁵⁷. Quella curiosità voyeuristica da parte del ricco nei confronti dell'indigente è dunque sempre esista, sebbene oggi venga giustificata da scopi più nobili come quelli filantropici o mascherata con termini differenti e più raffinati. Quando si pratica lo *slum tourism*, in qualsiasi parte del mondo ci si trovi, c'è sempre una discutibile curiosità di base che motiva la scelta, il voler vedere come le persone vivono, quanto poveri sono, quanto sporco è, e verificare la corrispondenza con l'immagine precostituita.

Ciò dimostra come l'evoluzione continua del turismo abbia sviluppato forme e sottocategorie criticabili, visto che esse nascono da interessi non proprio nobili, ma per soddisfare una curiosità triviale connaturata nell'essere umano.

Freire Medeiros (2009) individua quale caratteristica principale di questa tipologia di turisti, la *ansiedade de se diferenciar*. La sociologa brasiliana divide l'ansia di sentirsi diversi in quattro tipologie, ossia differenziarsi:

- dai *moradores*, atto che causa un compiacimento del turista nei propri confronti, egli infatti inevitabilmente si paragonerà sotto molti aspetti ai *favelados* e si sentirà fortunato;
- dai turisti convenzionali che frequentano i punti turistici tradizionali e che non avranno mai il coraggio di entrare in una favela;
- dai turisti voyeur, i quali visitano la favela, ma nel modo sbagliato, senza cioè apportare nulla;
- dall'élite locale, piena di preconcetti e che ha paura di conoscere la propria città.

Questi turisti sono sempre più in cerca di esperienze che siano al di fuori del cammino battuto, esperienze uniche, avventurose ed autentiche. D'altra parte come afferma Badiou, il teorico della *passione per il reale*, "in questo secolo si è creata una vera esaltazione per il reale, anche nel suo orrore" (2007, in Freire Medeiros, 2013, p. 27)⁵⁸, e il caso delle favelas ne funge da esempio: orrore che in questo caso consiste nel vedere la miseria e la sporcizia di un ambiente che si presume essere criminoso ed in cui sono stati consumati omicidi e violenze.

Il fatto che l'industria del turismo classifica la povertà come esotica (Castro, 2012), unito all'estetica specifica della favela, fa sì che essa diventi una

⁵⁷ "to visit slum for charitable or philanthropic purposes, or out of curiosity, especially as a fashionable pursuit".

⁵⁸ "in this century there is a veritable exaltation of the real, even in its horror".

destinazione che esercita una forte attrattiva sullo straniero che vuole sentirsi diverso. In un'intervista del 1999, quando il turismo nelle favelas era ai suoi inizi, Rafael Greca⁵⁹, affermava che “c'è un carattere quasi lirico in alcuni mendicanti [...]. Non si tratta di idealizzare la miseria, ma nemmeno di nasconderla” (in Menezes, 1999)⁶⁰. Da buon economista era riuscito a catturare il potenziale delle aree più indigenti della città e ad individuare il carattere poetico che i poveri potevano esercitare sul turista non abituato a convivere con la povertà. Erano anni in cui ancora questo tipo di turismo non era diffuso e le agenzie operanti erano poche. Dopo la pacificazione, sono stati in molti (ONG, agenzie di turismo, liberi professionisti) a lanciarsi in questo nuovo mercato. L'idea è che a partire dalla favela si possa spiegare il Brasile come un unicum, ma sono in pochi quelli che riescono davvero a realizzare questo obiettivo e a convertire i *barbari della nostra Età dell'Ozio* (Turner, Ash, 1975) in turisti davvero consapevoli.

II. 4 UNA CLASSIFICAZIONE TIPOLOGICA

Nel contesto del turismo e della povertà appaiono tipologie turistiche che prendono nomi diversi ma che hanno tutte in comune l'interessamento ad ambienti miseri ed appartati. *Slum tourism* è senza dubbio il nome più adatto, ma esso rientra in diverse altre categorie come *dark tourism*, turismo etnografico, turismo responsabile, *reality tourism*.

Se secondo Freire Medeiros i turisti che si interessano alle favelas si distribuiscono in quattro categorie, si può tentare una suddivisione per il turismo nelle favelas nelle varie tipologie che lo compongono.

II. 4.1 *Turismo etnico*

Una prima tipologia in cui rientra lo *slum tourism* è il turismo etnico. Anche se ci sono autori che contestano l'esistenza di questa sottocategoria⁶¹, ormai esso è

⁵⁹ Ex ministro del Ministero dello sport e del turismo.

⁶⁰ “há um caráter até lírico em alguns mendigos [...]. Não se trata de idealizar a miséria, mas não se trata de esconde-la também”(<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc07019913.htm>).

⁶¹ Secondo Van der Berghe e Keyes (1984) il turismo in generale è da considerarsi turismo etnico poiché esso necessariamente implica un contatto coi nativi attraverso la rottura di barriere culturali,

riconosciuto come quel tipo di turismo che mira alla valorizzazione della cultura dei nativi, divulgandola al turista e vendendola come prodotto. Considerando le etnicità quali fenomeni sociali che riflettono la tendenza ad identificarsi in un certo gruppo etnico con una storia, una cultura ed un'origine in comune, si vede come l'esempio delle favelas sia emblematico. In precedenza si è detto come gli stessi *moradores* non si sentano parte della città, *favela è favela* sostengono, non è un quartiere, ma un piccolo universo a parte con un proprio ritmo ed un proprio stile di vita. Si possono considerare come tante tribù, dalle svariate dimensioni che vivono in un mondo parallelo, e che mantengono uno "stile" personale. Questo lo si percepisce dalla musica che si ascolta per la *rua* (strada) che va dal samba al funky⁶², dal cibo consumato⁶³, dal modo variopinto di vestire, dall'aura di festosità che sembra ricoprire ogni favela.

Per un turista le favelas sono molto interessanti, perché vengono considerate come delle grandi tribù urbane che si accaparrano i luoghi con le viste più belle della metropoli, in cui le abitazioni sono esteticamente molto particolari e gli abitanti mantengono uno stile di vita che gli è caratteristico.

MacCannel (1992) usa il termine "eticità costruita" quando parla di turismo etnico, egli, infatti, individua una preservazione artificiale di gruppi ed attrazioni etniche locali che vengono consumati come esperienze turistiche: una *etnicidade-para-turismo* in cui la cultura esotica diviene l'attrazione chiave. I locali, allora, si vestono con i costumi tradizionali, vendono oggetti tradizionali, ... Ciò con le favelas accade di rado, poiché sono talmente grandi che il turismo è un'attività di terza categoria. Gli unici che possono dirsi coinvolti nel creare l'eticità per i turisti, sono i venditori di souvenir e le guide turistiche poco competenti. I primi si appostano all'inizio dei tour guidati e vendono oggetti *made in favelas*, facendo credere a chi compra che quella del riciclo sia una peculiarità dei *morros*, quando invece è stata semplicemente l'ingegnosità e l'intraprendenza di pochi abitanti che hanno cercato di trarre vantaggio del turismo inventandosi un mestiere. Per quando riguarda le guide turistiche, esse,

sia che si tratti di visitare una città europea sia che si entri in un villaggio africano. L'elemento dell'eticità è implicito, radicato nella natura stessa del turismo.

⁶² Il funky carioca è un genere musicale che nasce nelle favelas di Rio de Janeiro su derivazione del funk statunitense degli anni '70.

⁶³ Dal momento che molte favelas si sono formate con l'immigrazione di famiglie del Nord-Est, è molto più facile reperire prodotti provenienti da quelle zone, nei *morros*, piuttosto che nella città.

spesso, portano in giro i visitatori mostrando loro gli aspetti che pensano stiano ricercando, come bambini che giocano a pallone, cani randagi, rifiuti gettati in strada, la presenza di molte coppie multietniche; cercano cioè di mostrare l'etnicità della favela.

Concludendo, si può dire che ciò che il turista ricerca nella favela è proprio la quotidianità, ed essendo che il turismo nelle favelas ha dimensioni piuttosto esigue, sono pochi gli esempi in cui i *favelados* hanno modificato il proprio comportamento creando una etnicità costruita.

II. 4.2 *Dark tourism*

Esiste un altro tipo di turismo che si è diffuso nell'ultimo decennio grazie al contributo della stampa e dei mass media, i quali rendono le persone sempre più abituate (se non indifferenti) alle notizie di omicidi, catastrofi e violenze, ed è quello che Foley e Lennon definiscono *dark tourism*⁶⁴. Alla base di questa categoria c'è l'attrazione per la morte, le catastrofi, la sofferenza; divengono dunque destinazioni turistiche tutti quei luoghi in cui sono avvenuti accadimenti macabri o che hanno a che vedere con il pericolo.

Nonostante la sua teorizzazione sia recente, le radici del turismo nero sono da individuare in parecchi secoli addietro (Seaton, 2010), quando non addirittura millenni (Stone, 2005). Da quando le persone hanno avuto la possibilità di viaggiare, sono sempre state condotte, di proposito o meno, verso luoghi, attrazioni ed eventi connessi in una maniera o nell'altra con la morte, la sofferenza, la violenza e la catastrofe. Uno dei primi esempi eclatanti che la storia fornisce, è quello dei giochi tra gladiatori, a cui non accorreva solo il popolo della capitale, ma anche benestanti dalle varie provincie dell'Impero Romano. Nel Medioevo, i pellegrinaggi consistevano in lunghi mesi di sofferenza prima di arrivare alla meta, la quale coincideva nel luogo simbolo

⁶⁴ Nel 1996 Foley e Lennon pubblicano *JFK and Dark Tourism: Heart of Darkness* il primo articolo in cui viene teorizzata questa tipologia di turismo.

della passione⁶⁵. Anche le esecuzioni pubbliche erano occasioni in cui si radunavano folle di persone interessate ad assistere alla morte dal vivo.

Ricapitolando, quello che hanno in comune le esperienze del passato con quelle del presente, è la carica adrenalinica che ne risulta, che ci fa sentire vivi e che ci tiene, come dice Aristotele, sollevati:

Tragedia dunque è mimesi di un'azione seria [...] la quale, mediante una serie di casi che suscitano pietà e terrore, ha per effetto di sollevare e purificare l'animo da siffatte passioni (Aristotele, *Poetica*).

Secondo l'intellettuale francese George Bataille, il male è la violazione deliberata di alcune proibizioni fondamentali (Panza, 2011): ciò fornisce un'altra dimostrazione sul perché l'uomo sia così interessato alle catastrofi. Il male, l'omicidio, i massacri, rientrano tutti nella sfera del *proibito*; quest'ultimo, a sua volta, è strettamente connesso con il tabù. Proprio per essere qualcosa di cui non si può parlare o non si può fare, il tabù inevitabilmente desta la curiosità di un essere intelligente come l'uomo, che viene così spesso attratto da ciò che gli è stato vietato dal proprio regime educativo. Ad ogni modo, trattandosi di tabù, sarà molto difficile che chi pratica *dark tourism* lo chiami in questo modo, perché non sarebbe altro che un modo per uscire allo scoperto, ed inoltre è un termine che toglie valore alle proprie intenzioni.

Il turismo nero viene definito come quel fenomeno che abbraccia “il consumo del reale e la mercificazione della morte e dei luoghi tragici” (Foley, Lennon, 1996, p. 198)⁶⁶. Secondo queste parole la favola rientra tra le attrazioni del “turismo nero”, ma in maniera quasi impercettibile, dal momento che i tour che adottano questa impostazione (ossia che prevedono il passaggio in luoghi dove sono avvenute sparatorie, mostrando i fori sui muri o il luogo preciso in cui sono state uccise o trovate morte delle persone, ed evidenziano le scritte che le fazioni lasciano sui muri) sono pochi.

⁶⁵ Molti condannati venivano forzati dall'Inquisizione ad intraprendere questa epopea per espiare le proprie colpe. I viaggi erano duri e molti pellegrini, sia forzati che non, morivano ancor prima di giungere alla meta.

⁶⁶ “The phenomenon which encompasses the presentation and consumption of real and commodified death and disaster sites”.

La favela entra a far parte del *dark tourism* soprattutto secondo una diversa sfumatura e per capirlo è necessario conoscere la suddivisione ideata da Dann (1998), il quale divide il dark tourism in cinque tipologie:

- *perilous tourism*: destinazioni pericolose del passato e del presente;
- *houses of horror*: edifici associati a delitti;
- *fields of fatality*⁶⁷: aree che commemorano tragedie;
- *tours of torment*: tour ed attrazioni che riconducono a crimini;
- *themed thanatos*: musei con il tema della sofferenza (musei della tortura).

Ecco allora che risulta chiaro che il motivo per cui si può inserire la favela nel “turismo dell’orrore” è per la prima classe, ovvero il *perilous tourism*, dunque in quanto destinazione che si presume essere intrinsecamente pericolosa: oltre all’autentico ed all’esotico, essa è percepita come se fosse contornata da un’aurea di rischio. Per alcuni turisti è una maniera per provare sensazioni forti: si ha la garanzia di essere “protetti” dalla guida turistica ed allo stesso tempo si prova l’adrenalina di trovarsi in un luogo che, ripeto, si crede essere pericoloso. Sta poi alla guida confermare (e di conseguenza mentire) al turista le sue aspettative, mettendolo in guardia, oppure rassicurarlo facendogli conoscere, come dovrebbe essere fatto, gli aspetti positivi. Paradossalmente, per un turista una favela è più sicura di un qualsiasi altro quartiere: Copacabana, il *bairro* dove si riuniscono la maggior parte degli stranieri, è il luogo dove si concentra la maggior percentuale di scippi. Freire Medeiros (2009) porta la testimonianza di un fotografo americano che racconta di come si sente molto più sicuro a camminare per le favelas con una fotocamera da 5.000 dollari che in qualsiasi altro posto di Rio. La violenza che si consuma (perché effettivamente esiste) nei *morros* non viene neppure lontanamente percepita dal turista, perché viene portato nelle vie principali delle comunità pacificate, quindi il visitatore si sentirà più protetto che nel resto della città. Prima o dopo tutti, quando camminano per le *ruas* (vie) di Rio, avvertono una sensazione di forte disagio, insicurezza e vulnerabilità, cosa che più difficilmente si prova nelle favelas.

Ecco perché le guide turistiche sono di estrema importanza: Philip Crang (1997) le chiama “lavoratori emozionali”, poiché sono persone che producono sentimenti, che hanno il potere di far sentire il turista a proprio agio oppure un

⁶⁷ *Fatality* inteso come flagello, calamità, disastro, il più delle volte causato da uomini (v. campi di concentramento).

estraneo, e di farlo recepire agli autoctoni come un proprio simile o, viceversa, come un invasore.

II. 4.3 *Reality tourism*

La sfaccettatura dell'autenticità porta alla luce un'altra modalità di fare turismo, che è quello che si può chiamare come turismo della realtà. Non ancora teorizzato, è quel turismo che fa mobilitare persone con la *passione per il reale*, che vogliono assistere dal vivo al modo di vivere di una comunità, di una popolazione, di un gruppo etnico, e si sentono in questo modo più vicini ed integrati con l'*altro*. Questa tipologia è la copia sbiadita di quella che in passato è stata la figura del *flâneur*, ossia quella persona che vagava anonima per la città, gustandosi i momenti più banali della vita quotidiana degli abitanti, e li apprezzava poiché sapeva vedere la bellezza delle cose semplici. Secondo Benjamin, il *flâneur* del XIX secolo era quell'eroe moderno che, tra le tante cose, doveva sapere rendersi anonimo (Urry, 2001). Oggi, dunque, non è possibile fare il *flâneur* nelle favelas, ma è comunque possibile passeggiare per le sue vie principali come si fa in qualsiasi parte della città, senza invadere la privacy degli abitanti e senza guardarsi in giro come se si fosse atterrati in un altro pianeta, portando, cioè, rispetto. Nonostante oggi tutto possa essere venduto come prodotto e tutto possa potenzialmente venire "commodificato", è importante riconoscere che esiste un limite a certi comportamenti, e ricordare che la libertà di ciascuno finisce dove comincia quella degli altri: a nessuno piacerebbe venire fotografato mentre sta esercitando il proprio lavoro, o spiato dentro la propria casa. Per quest'ordine di ragioni il reality tourism è pericoloso quando esercitato da turisti sfacciati, poiché contribuiscono ad aumentare il divario tra visitante e visitato.

L'uomo moderno è stato condannato a guardare la sua autenticità altrove, per vedere se riesce ad intravederla riflessa nella semplicità, nella povertà, nella castità o nella purezza degli altri (MacCannell, 1992). Con questo bellissimo concetto l'accademico statunitense individua come l'uomo sia comunque sempre alla ricerca di una parte di sé stesso negli altri, di una realtà perduta e probabilmente ricercata nella maniera sbagliata, una realtà trattata come trofeo ed, ancora una volta, come *commodity*. Assistere a scene della routine di altre

persone può essere apparentemente banale e senza significato, ma forse ci fa sentire più simili a loro di quanto pensiamo; certo, vedere che “altri” vivono in maniera molto più allegra e spensierata di noi ci crea non poca invidia, ma, chissà, forse anche la speranza di poter uscire da questa bolla di benessere che ci sta lentamente atrofizzando.

II. 4.4 *Turismo alternativo*

Stando alle definizioni di diversi dizionari si dice *alternativo* ciò “che intende proporsi, spesso polemicamente, come alternativa rispetto a modelli imposti, istituzionali o comunque dominanti”⁶⁸, oppure “di chi o di ciò che non appartiene alla cultura predominante e non è integrato in un'istituzione”⁶⁹, o ancora “di espressione o attività culturale, artistica, politica, o di stile di vita che si contrappone polemicamente ai modelli ufficiali, condivisi e dominanti”⁷⁰. In tutti gli esempi riportati è presente il termine “dominante” o “predominate”.

Il turismo, dunque, per essere definito alternativo deve avere come imperativo essenziale il dissociarsi dal turismo di massa, il quale costituisce il modello dominante (Krippendorf, 1989). Agire in maniera diversa dalle altre persone, rimanere lontani dai percorsi già battuti, se possibile dirigersi verso luoghi ancora poco esplorati o fare qualcosa al di fuori del comune, dove si viva una vera avventura fuori dalla civilizzazione. Non esiste un modello unico di turismo alternativo, esso possiede diversi profili a seconda di dove lo si pratici e dagli obiettivi che si perseguono; ad ogni modo, qualsiasi sia il viaggio alternativo che si sceglie di intraprendere, il punto chiave consiste nella cesura con il turismo di massa.

Altre caratteristiche che le varie tipologie potrebbero condividere sono l'esistenza di piccole o medie compagnie nella gestione dell'attività turistica, spesso a livello familiare o comunque locale, la possibilità di entrare in contatto con le comunità autoctone e, nella maggioranza dei casi, il rispetto per l'ambiente.

⁶⁸ Hoepli

⁶⁹ Sabatini Coletti

⁷⁰ Treccani

Tra le diverse tipologie di turismo alternativo si identificano in particolare il turismo sostenibile, il turismo responsabile, l'ecoturismo ed il turismo rurale. All'interno di questa tassonomia lo *slum tourism* nelle favelas carioca sembra avere poco a che vedere, poiché, tranne in rari casi, non rientra in nessuna delle suddette categorie; in tutte è predominante la componente ambientale, che sia valorizzazione o preoccupazione, ma in ogni caso è prevista una attitudine di rispetto nei confronti dell'ecosistema. Come detto ci sono degli esempi (pochi) in cui si sta implementando questa modalità di turismo: in fin dei conti Rio de Janeiro è una città che è andata espandendosi nel mezzo della foresta atlantica, e le favelas sono gli insediamenti più prossimi della natura di qualsiasi altro luogo della città (tralasciando il mare). Sarebbe dunque una prospettiva auspicabile quella di estendere il turismo alternativo, accostando ai vari tour nei *morros*, anche un *passieio* nella foresta, proprio per vedere dove effettivamente sono state costruite le favelas ed avere una lontana idea di come fosse la città prima dell'arrivo degli europei.

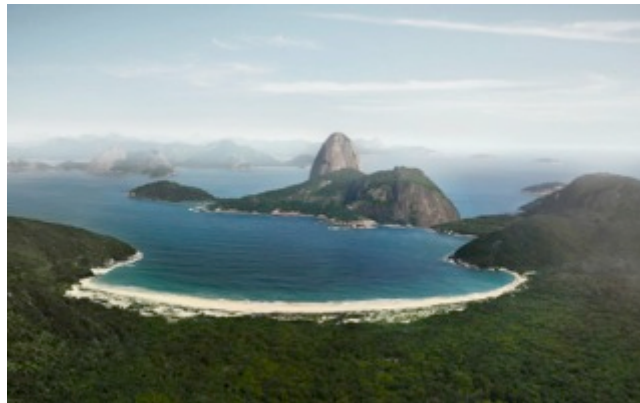


Fig. 9. Ricostruzione di Rio de Janeiro prima della colonizzazione (Reprodução/Iluminata Produtora)⁷¹.

Nonostante siano davvero pochi i tour che oggi combinano la conoscenza della favela con quella dell'ambiente che le circonda, posso dire di aver avuto la fortuna di partecipare a due esperienze di turismo alternativo che comprendono la valorizzazione della *natureza*. La prima è stata un tour nel Complexo do Alemão, il quale prevedeva una passeggiata nel mezzo della collina dove ancora non si è arrivati a edificare⁷², oltre che per le vie intricate ed inerpicate della

⁷¹ <http://hitz.hunterfm.com/conteudo/curiosidade/como-era-o-rio-de-janeiro-antes-da-colonizacao/>

⁷² Questo tour è stato realizzato dalla Rede Brasilidade Solidária, un progetto di estensione

comunità. A mano a mano che si sale verso la foresta le abitazioni si fanno sempre più rade e più misere; non si seguono solamente le vie principali, ma si conosce anche la parte della favela più rurale e lontana dalla città.



Fig. 10. Turisti e guide nel *passeio* nel Complexo do Alemão.

L'altra esperienza, nel *morro* di Vidigal, è stata la visita ad una ex discarica trasformata in parco ecologico grazie all'iniziativa di alcuni *moradores*, il quale sta lentamente entrando a far parte delle rotte turistiche della favela⁷³.

universitaria delle UERJ (Universidade do Estado di Rio de Janeiro), che ha come obiettivo lo sviluppo del turismo solidale e la formazione di reti che divulgano la proposta. Il progetto è stato promosso ed è tutt'ora gestito dal professor Rafaël Angelo Fortunato. (<http://www.brasilidadesolidaria.com/products/produto-1/>).

⁷³Tre *moradores* di Vidigal hanno reinventato una discarica trasformandola nel Parque ecologico Sitiê, il tutto senza l'appoggio delle pubbliche istituzioni. Dal 2005 il trio è responsabile di questa trasformazione, ed assieme alla popolazione locale continua tutt'oggi ad occuparsi del suo mantenimento, un'area di circa 40 mila m² dove si ritrovano molti degli oggetti che prima facevano parte della discarica e che adesso creano un design particolare ed accattivante, numerosissime piante fruttifere, un orto botanico, il tutto a disposizione della comunità. Oggi diventa così un luogo accessibile agli abitanti, ma anche ai visitatori.



Fig. 11. Parque ecológico Sitiê, Vidigal.

Si può dire che sia una tendenza in aumento ma che non si è ancora affermata, quella del turismo alternativo nelle favelas carioca, infatti i tour sono monopolizzati da poche agenzie che polarizzano la grande maggioranza dei turisti e che non hanno interesse ad ampliare la propria offerta. Il fattore dell'esperienza condiziona molto le scelte del viaggiatore, in particolare quando si tratta di luoghi cui difficilmente potrebbe accedere se non accompagnato.

Tornando all'accezione di "alternativo" come semplice scostarsi da ciò che riguarda la massificazione, si può, a ragione, considerare lo stesso *slum tourism* come turismo alternativo, dal momento che senza ombra di dubbio non rientra in quelle che sono le classiche destinazioni ricercate dai turisti di massa. In turismo alternativo diventa, secondo questo punto di vista, un "metaturismo alternativo", dato che lo stesso atto di fare turismo nelle favelas diventa simbolo di anticonformismo.

Infine, per quanto riguarda l'aspetto economico, è difficile pensarlo come turismo sostenibile: le favelas sono ambienti troppo grandi ed il turismo non coinvolge abbastanza turisti per far sì che si creino condizioni di sostenibilità. Inoltre, la maggior parte delle grandi agenzie che organizzano i tour, pur segnalando che le guide sono autoctone, non hanno sede nel *morro* e, dunque, le entrate non vengono poi ridistribuite tra la popolazione, ma solo una piccola parte è destinata alle poche guide locali che lavorano per l'agenzia. Il resto dei soldi che il turista spende, va ai venditori di souvenir, i quali sono raggruppati in un unico punto che corrisponde a una delle fermate panoramiche che le gite programmano, oppure, nei rari casi in cui il tour sia svolto a piedi, ai piccoli

punti di ristoro, dove al massimo il turista compra una bottiglietta d'acqua e beve, forse, un caffè.

III. CASI DI STUDIO

III. 1 FAVELA DA ROCINHA

La comunità di Rocinha è localizzata in un territorio che apparteneva ad un'antica fattoria, dove intorno alla metà del XIX secolo era possibile trovare piantagioni coltivate da ex-schiavi ed immigrati europei. Era il luogo dove l'aria emanava il profumo delle enormi fioriture delle piante di anacardo⁷⁴.

Oggi *a Rocinha é o grande símbolo da desigualdade carioca* (Neri in Leitão, 2011). Questa disparità, la si può percepire facilmente, perché la favela è ubicata proprio in una zona dove c'è molta ricchezza. Di fatto, Rocinha è la più grande favela del Brasile⁷⁵ e si situa nella zona Sud di Rio de Janeiro tra il *bairro* di Gavea e di São Conrado, due tra i quartieri più ricchi della città. Per dare un'idea della pesante ineguaglianza, si riporta che l'HDI⁷⁶ di Gavea può essere comparato a quello dei paesi del Nord Europa, mentre l'indice di sviluppo umano di Rocinha è paragonabile a quello di El Salvador o del Gabon. Il reddito per abitante è in media dieci volte minore a Rocinha rispetto ai quartieri vicini: 403 reais al mese contro i 4.308 a São Conrado.

Nell'ultimo decennio, mentre la popolazione di Rio nel suo complesso cresce del 7,9%, il *morro* è cresciuto del 23%⁷⁷: esso dagli anni '50 comincia ad essere, ed è tuttora, un polo di convergenza dei migranti "nordestini" che arrivavano per lavorare nel settore della costruzione civile. Attualmente, invece, la continua crescita della favela è favorita dall'ubicazione nella zona Sud, dove l'offerta di impiego a basso costo è molto alta per la presenza di numerosissimi hotel, ristoranti, bar e condomini.

In tutto ciò, comunque, sono numerosi anche i *moradores* che non si recano in città per andare a lavoro, ma che hanno trovato impiego dentro la comunità. Rocinha è un pullulare di vita: a qualsiasi ora del giorno le vie traspirano

⁷⁴ "O lugar onde o ar tresandava perfume das enormes florações dos cajueiros" (Segala in Reis Velloso, 2012).

⁷⁵ Secondo l'IBGE gli abitanti sono quasi 70.000 distribuiti in 25.352 domicili. Il censimento realizzato dal Trabalho Social del PAC (2008/2009) contava 98.319 abitanti per 34.576 domicili. Infine, l'União Pro-melhoramento da Rocinha afferma che la popolazione ha superato e di molto le 100.000 persone.

⁷⁶ Human Development Index.

⁷⁷ IBGE, 2010

dinamismo e vivacità, il movimento è costante ed il rumore dei moto-taxi, delle radio, delle persone gridando e dei bambini giocando a pallone, crea un sottofondo armonico e naturale. Gli abitanti di questo *morro* sono noti per la forte vena imprenditoriale: sono presenti 2.700 locali commerciali, innumerevoli venditori ambulanti, numerose cooperative di trasporto, radio e periodici comunitari, come anche asili e scuole pubbliche, ospedali, e sono addirittura arrivate le prime catene di franchising (farmacie e fast-food). Tutto è un ribollire di persone, ed è stato grazie a questa intensa vita comunitaria che essa ha acquisito lo status di *bairro* (quartiere) con un decreto legge del 1993.



Fig. 12. Una via di Rocinha.

Rocinha è *a Nova York das favelas* (Aquino, 2007). Essa possiede da un lato una facciata glamour, data dal mix tra la cultura del Nord Est con quella del nero brasiliano, dalla vista privilegiata, dalla prossimità con la spiaggia e dalla vitalità che sprigiona l'intensa vita comunitaria, ma allo stesso tempo esiste anche un lato oscuro: il problema della raccolta dei rifiuti, le fogne a cielo aperto nei sub-quartieri più marginali, uno dei più alti indici di tubercolosi del Paese, la prostituzione e la deforestazione irresponsabile. Inoltre il traffico di armi e droga a Rocinha è stato limitato, dopo la sua pacificazione (avvenuta nel novembre del 2011), ma non ancora estirpato⁷⁸.

Esteticamente parlando, la favela non è uniforme e ciò è dovuto alla sua enorme dimensione: esistono sub-quartieri più sviluppati in cui vive una popolazione di

⁷⁸ Rocinha mantiene il primato di favela che ha dato avvio al traffico di droga, oltre ad essere incredibilmente grande, dunque è impensabile considerare l'idea che in mezzo a tutto quel "formicaio" sia stato eliminato il crimine organizzato.

reddito medio-basso, dove le costruzioni sono migliori e i servizi basici sono omogeneamente distribuiti; salendo nelle parti più inerpicate del *morro*, le case sono di legno e quasi tutte a rischio di frana, prive dei servizi basici e dove le famiglie vivono in situazioni di povertà estrema.

Come già accennato, la favela comincia ad aprirsi al turismo ancora nei primi anni Novanta ma, come ricorda Freire Medeiros (2009), solo nel settembre del 2006 Rocinha passò ad essere ufficialmente inserita tra i punti turistici di Rio de Janeiro. La legge venne promulgata dall'allora sindaco Cesar Maia, che argomentò l'inclusione del *morro* coi seguenti termini:

[...] versatile, multicolore e con un'anima propria [...] considerata una delle favelas più urbanizzate di Rio de Janeiro, Rocinha possiede diverse attrattive che le sono peculiari, oltre ad una localizzazione privilegiata: la foresta, colline di pietra liscia, spiaggia e un forte sentimento comunitario. Il commercio è molto diversificato [...]. Chi conosce Rio, può affermare che Rocinha è un luogo privilegiato [...] un vero palcoscenico, dove la natura si rivela per intero senza nascondere alcun dettaglio della sua bellezza [...]. In questo clima di positività, la favela di Rocinha ottiene una nuova conquista ed entra definitivamente a far parte dei percorsi turistici di Rio de Janeiro. La legge n. 44405/06 aumenterà l'integrazione sociale tra città e comunità, dal momento che aiuterà a demistificare la visione di Rocinha come luogo di violenza, ed, in questo modo, a sviluppare maggiori investimenti sia nel settore pubblico che nel privato (Maia, 2006)⁷⁹.

Si parla di un grandissimo traguardo, di fatto oggi la visita a questa favela viene raccomandata dalle più importanti guide turistiche cartacee (Lonely Planet,

⁷⁹ “[...] versátil, multicolorida e com alma própria [...] considerada uma das favelas mais urbanizada do Rio de Janeiro, a Rocinha tem diversos atrativos muitos peculiares, além de uma localização privilegiada: mata verde, morros de pedra lisa, praia e um forte sentimento de comunidade. O comércio é muito diversificado [...]. Quem conhece o Rio, pode afirmar que a Rocinha é um lugar privilegiado [...]. Um verdadeiro cenário, onde a natureza se revela por inteiro sem esconder detalhes de sua beleza [...]. Nesse clima de positividade, a favela da Rocinha obteve mais uma conquista e definitivamente entrou para o roteiro turístico do Rio de Janeiro. A lei 4405/06 vai aumentar a integração social entre a cidade e a comunidade, já que vai ajudar a demistificar a visão de que a Rocinha é um lugar exclusivamente de violência, e assim possibilitar maiores investimentos tanto do sector público quanto do privado”.

Routard) e dai maggiori siti web che si occupano di turismo (Tripadvisor). Senza dubbio è la favela dove il mercato del turismo si è sviluppato con maggior prepotenza.

Il suo successo è riassumibile in quattro fattori principali:

- il fatto che Rocinha è la favela più grande del Brasile permette la presenza di più tour operator che svolgono i propri percorsi turistici secondo modalità anche molto differenziate, dunque, la gamma di scelta offerta al turista è piuttosto ampia;
- il contrasto tra ricchezza e povertà è molto forte ed emotivamente intenso, rappresentando proprio quello che il turista sta ricercando;
- la localizzazione facilita i tour operator dal punto di vista tecnico: i turisti nella maggioranza dei casi alloggiano nella zona Sud, di conseguenza è molto più semplice prelevarli dai vari hotel per condurli verso la favela;
- la vista esclusiva è rivolta ad alcuni tra i punti turistici principali: la statua del Cristo Redentore, la laguna Rodrigo das Freitas, la Pedra da Gavea, nonché il lungomare e la foresta di Tijuca.



Fig. 13. Vista dalla Rua 4 di Rocinha.

Rocinha è sempre più un mercato disputato dal punto di vista turistico: la sua particolare estetica, i paesaggi e tutta la serie di simboli che essa rappresenta, la fanno diventare una destinazione turistica in cui si produce *fetichismo espacial* (Ouriques, 2005). Il “feticismo spaziale” si manifesta quando i paesaggi naturali e socialmente costruiti diventano oggetti di consumo turistico come se fosse una caratteristica a loro connaturata e vengono consumati per la loro capacità di “deliziare” i sensi. Agustoni riprende questo concetto quando scrive che:

gli spazi sociali vedono convivere l'*espace conçu* delle ideologie e del potere, e l'*espace vécu* della vita quotidiana (2000, p. 92).

Due dimensioni opposte, quella dello spazio progettato e quella dello spazio vissuto, entrano in conflitto tra i punti di vista dominanti ed i bisogni e le aspirazioni degli abitanti di quello spazio (Agustoni, 2000). Il concetto del feticismo spaziale è stato per primo utilizzato, come ricorda il sociologo italiano, da Manuel Castells il quale, criticando il capitalismo, sostiene che esso porti a mascherare gli aspetti strutturali che sottendono le relazioni sociali (Castells in Agustoni, 2000) per essere sostituiti dalle attese di chi lo spazio lo ha progettato ideologicamente. Nel caso di Rocinha, e delle favelas a sfondo turistico in generale, il feticismo spaziale si ritrova ogni qualvolta viene data priorità al fatto di essere presenti in quel determinato luogo, dando importanza a ciò che si vede con gli occhi e a ciò che ci si porta a casa con la fotocamera, mettendo in secondo piano l'essere circondati da altre persone. Alla domanda "Perché vuoi conoscere la favela?" nessun turista ha mai fatto riferimento alle persone che incontrerà nel suo cammino, ma piuttosto ciò che li attira sono i panorami di cui tanto si parla e la curiosità di vedere come sono costruite le case e le strade; quello che vogliono vedere è la bellezza paesaggistica e le differenze con la propria cultura. Ci si dimentica che Rocinha è fatta di persone. Questo accade perché la principale tendenza del turismo è quella visuale (Ouriques, 2005), non quella sociale, né quella culturale.

III. 1.1 *Tour sociaux vs tour sombrios*

Quando si parla di favela tour, le opinioni in merito variano molto, ma sono in genere confuse e scettiche. Qualora si decidesse di intraprendere un'escursione guidata a Rocinha, la scelta che il web offre è estremamente ampia, tanto che alla fine si tende sempre a propendere per le agenzie con maggiore esperienza e che esaltano la sicurezza del tour. Al contrario di quanto si potrebbe immaginare, questi tour sono molto diversi l'uno dall'altro, e lasciano al turista esperienze, sensazioni ed impressioni che cambiano a seconda della guida, che

come già detto gioca un ruolo fondamentale quale lavoratore emozionale. Ciò che conta molto è anche l'impostazione, ovvero lo "stile" che l'agenzia adotta. L'accademica brasiliana Freire Medeiros (2006) distingue due tipi principali di favela tour: i tour *sociais* (sociali) ed i tour *sombrios* (tetri, cupi). Il fine ultimo dei primi è quello educativo, ossia sostituire un senso di generale indifferenza con una profonda conoscenza del luogo, oltre ad eliminare tutta una serie di stereotipi mediante l'esperienza del vero; dimostrare, cioè, l'infondatezza di molti dei luoghi comuni cui si era stati portati a credere, e scoprire il lato "buono", quello più legato alla cultura ma anche alla quotidianità. Dunque la favela viene mostrata come un luogo normale, in cui le persone si comportano in maniera normale, poiché l'importante è demistificare il mito di territorio violento e pericoloso. Al contrario, l'altra tipologia tende a esaltare il lato oscuro, non facendo mai sentire i turisti a proprio agio, ma anzi, dando loro l'impressione di essere dei privilegiati, in quanto si trovano in un luogo speciale e rischioso, uno di quei luoghi in cui non si può entrare se non accompagnati da persone che conoscono il posto. In realtà, nella maggior parte dei casi, in questa tipologia le guide sono quasi sempre esterne: nessun *favelado* "svenderebbe" mai casa propria per dilettere l'immaginazione dei *gringos*⁸⁰.

Dunque, mentre i primi, seppure per poche ore, cercano di integrare il visitante con la favela, i tour *sombrios* non si curano affatto della relazione tra *favelados* e turisti. In generale, comunque, sia che si parli di tour sociali o cupi, le visite a Rocinha vengono sponsorizzate come un'opportunità per capire la complessità del Brasile. Da presenza marginale quale vengono di norma trattate, nel discorso turistico le favelas, e Rocinha in particolare, vengono trasformate in parte costitutiva e centrale della società brasiliana. A seguire vengono riportati due esempi di tour ai quali ho partecipato, sul modello della differenziazione appena presentata.

⁸⁰ Gringo è il dispregiativo usato dai latinoamericani per definire lo straniero. La sua etimologia ha varie versioni. Una (la più plausibile) può essere l'alterazione latinoamericana di *griego* (greco), nome che gli spagnoli affibbiavano a chi non parlava correttamente il castigliano, dunque agli stranieri. Altra versione sostiene che la canzone irlandese "Green grow the Lilacs" sia l'origine del termine: tra il 1846 e il 1848 ci fu una guerra tra Stati Uniti e Messicani, e la suddetta canzone era molto popolare tra le truppe in quel periodo. I messicani, ascoltando ripetutamente la canzone cominciarono a riferirsi ai soldati americani con l'abbreviazione delle prime parole della canzone. Infine, un'altra ipotesi, ma meno plausibile, è che nella stessa guerra tra messicani e statunitensi, questi ultimi vestissero di verde: da qui la storpiatura di "green coats".

III. 1.2 *Exotic tours*

Rejane Reis, l'ideatrice del progetto di turismo sostenibile Exotic Tours, precisa fin dal principio che l'obiettivo principale delle sue visite è eliminare il mito che definisce Rocinha come un luogo di trafficanti di droga e di povertà estrema. Reis è professore accademico di Turismo sostenibile e già all'inizio degli anni Novanta operava come guida turistica freelance all'interno di Rocinha, ma è dal 1998 che ha dato vita ad una *Oficina de turismo sustentável*, progetto che coinvolge giovani di diverse favelas (Rocinha, Vidigal, Cidade de Deus, Vila Canoas) dai 14 ai 25 anni, motivandoli ad occuparsi del proprio futuro e tenendoli lontani dalla strada. Con la partecipazione di altri professori, il progetto si occupa di formare giovani guide autoctone, insegnando loro l'inglese e lo spagnolo di base per il turismo, dando lezioni di geografia e storia di Rio de Janeiro e lezioni pratiche di tecnica turistica. Alla fine del corso di studio (che ha una durata di quattro mesi), le guide che superano l'esame diventano guide ufficiali del progetto Exotic Tours, e sono legalmente riconosciute come tali all'interno della favela di Rocinha. C'è da evidenziare che ci sono diversi ragazzi che in seguito continuano la loro formazione, specializzandosi e professionalizzandosi nel settore turistico, divenendo guide ufficiali dell'Embratur e ricevendo l'abilitazione ad esercitare in qualsiasi parte del Paese. Il progetto diventa così non solo un'opportunità, ma anche un trampolino di lancio per quei giovani che, per il solo fatto di abitare a Rocinha, sono svantaggiati rispetto ai coetanei dei quartieri vicini, subendo discriminazioni e venendo relegati alle mansioni più umili e meno retribuite. Per quanto concerne le guide che hanno scelto, invece, di rimanere a esercitare l'attività di guida nel *morro*, esse riescono comunque a vivere di questo lavoro, senza bisogno di integrare il loro esercizio con altri impieghi. Questo perché quella di Rejane è una delle agenzie più accreditate e con più esperienza, dunque sono numerose le visite che si svolgono durante una singola giornata. Attualmente, le guide che si sono formate con il progetto ed esercitano a Rocinha sono sette.

Quella dell'Exotic Tours è stata la prima iniziativa di turismo sostenibile nelle favelas. La sostenibilità del programma è legata all'obiettivo di dare lavoro ai giovani della comunità (l'unico "elemento esterno" è Rejane, fondatrice e coordinatrice), ma ciò che è davvero importante consiste nel rendere gli abitanti i

protagonisti, e formarli affinché possano presentare ai turisti la propria comunità dal loro punto di vista, cioè attraverso gli occhi di chi ci vive, senza nessun filtro. Ciò che il progetto offre non deve essere visto solo come opportunità di impiego e di educazione per gli abitanti, ma anche come strumento che permette loro di affinare le proprie conoscenze e l'autostima personale. Oggi le visite organizzate dall'agenzia sono raccomandate da LeGuide Routard, Lonely Planet, RioTur.

A differenza di altri tour, questo si distingue perché si tratta di un vero e proprio *passeio*, una passeggiata per Rocinha: l'intero percorso consiste in una discesa dall'alto del *morro*, che viene attraversato per le sue vie principali come anche per quelle più tortuose e strette. L'impatto negativo nei confronti dei *moradores* è decisamente minore rispetto ai turisti che visitano la favela da dentro il van o affacciati alla jeep, poiché il fatto di camminare nelle stesse strade in cui vivono, lavorano, commerciano i residenti, ed in cui giocano i bambini, implica una maggiore complicità sia con i *favelados* ma anche con la guida.

Camminare consente di percepire la realtà con tutti i sensi, di farne pienamente esperienza lasciando all'uomo l'iniziativa. Non privilegia unicamente lo sguardo, a differenza del treno e dell'auto, che istituiscono la distanza dal mondo e la passività del corpo (Le Breton, 2011 p. 14).

Il *morador* apprezza questo comportamento, perché percepisce che il turista vuole mettersi alla pari con lui, non ha paura di "sporcarsi le mani", e passa allora accanto a montagne di rifiuti, si fa annusare dai cani randagi, scende le vie anguste e buie, sente gli stessi odori e gli stessi fetori, fa attenzione a non farsi investire, passa accanto a martelli pneumatici ed evita le buche nella strada; ma, allo stesso tempo, sentirà la musica trasmessa dalle radio che lo accompagnerà fino alla fine del cammino, imparerà a salutare e a sorridere alle persone che incrocia nei vicoli, sentirà gli odori della cucina nord-estina e il profumo dei capelli bagnati delle donne appena uscite di casa, godrà delle viste meravigliose, attraverserà un vero mercato di favela, potrà sperimentare gusti e sapori introvabili a Copacabana e potrà quindi provare e vedere come la vita sia più viva a Rocinha: tutte cose che il presuntuoso e pieno di pregiudizi seduto nel

sedile di un veicolo, non potrà mai comprendere. Questo è ciò cui Rejane si riferisce quando dice che i turisti “conoscono un’altra realtà, conoscono la cultura locale e lo svilupparsi di diverse attività”. E preciserei che “conoscono una realtà *diversa da quella che immaginavano*”, ma che alla fine non è poi così extra-ordinaria. Le persone, pur vivendo nel loro micro cosmo fatto di odori, racconti, colori diversi, finiscono per ripetere, in qualsiasi parte del globo, gli stessi comportamenti, le stesse azioni, la stessa routine. È risaputo che girare il mondo equivale a conoscere nuove culture e nuove storie, ma tutte che riguardano persone che non sono poi molto diverse da noi che visitiamo: rompiamo, così, tanti muri e superiamo molti limiti. Ciò accade quando il viaggio è intrapreso con un’attitudine in cui ci si pone allo stesso livello dell’altro, in cui nessuno è superiore né inferiore. Questi tour di turismo sostenibile concordano con questa predisposizione, infatti il turista, consapevole o meno di quanto gli riserva il *passeio*, viene indirettamente portato a comportarsi in maniera naturale e affabile, che non molesta gli abitanti. Molto è sicuramente merito della guida, che per tre ore accompagna i turisti, risponde a qualsiasi domanda, e li fa sentire a proprio agio, li fa sentire come a casa propria, divenendo una guida-anfitrione.

Il sito di recensioni di viaggi più conosciuto ed utilizzato al mondo, Tripadvisor, attribuisce all’Exotic Tours un punteggio di 4.5/5. Va sottolineato che molti dei commenti mettono in evidenza la sicurezza di Rocinha e della visita: “we never felt unsafe” dice un recensore, o un altro “no hay que tener miedo” (“non c’è da aver paura”). La questione se la sicurezza sia aumentata in questa favela dopo la pacificazione è un tema molto discusso. Reis spiega che dal suo punto di vista si sentiva molto più libera di organizzare le visite prima dell’arrivo della polizia. Le UPP, infatti, non vedono di buon occhio turisti che camminano per la favela, poiché li percepiscono come delle facili vittime e si sentono di dover proteggere anche loro, oltre alla comunità intera; per questo motivo la polizia preferisce che i tour siano fatti per più tempo possibile dentro ad un mezzo di trasporto. Sempre Reis mi assicura che in realtà, in tutti questi anni in cui ha lavorato come guida turistica dentro a Rocinha, non si sono mai presentate situazioni di tensione tra gli abitanti ed i turisti, e che la pacificazione non ha aumentato la sicurezza della favela, ma sicuramente ha contribuito a creare l’effetto placebo per cui i turisti si

sentono più protetti, dal momento che sanno che ci sono forze armate sparse per tutta la comunità.

Altro elemento, forse ancora più rilevante, che si può ricavare dalle recensioni su Tripadvisor, è il mutamento dell'opinione nei confronti di questo tipo di giri turistici che avviene dopo aver fatto il tour. Diversi utenti riportano la loro perplessità prima di intraprendere l'esperienza, ed il totale entusiasmo con cui si è conclusa la visita che li ha portati a ricredersi: "I had felt bad at first, feeling like it's a bit exploitative for the people living there. I didn't want those people to feel like they were in a zoo! However, with more information and insight, I learned that the money I pay for the tour goes into helping them, as well as extra money for the food, drinks, or handmade souvenir art they are selling in the neighborhood"; un'altra turista scrive: "A real eye-opener. I was nervous about visiting a favela but my friend convinced me it would be safe and I am SO glad we went".

La guida che mi ha accompagnata durante la visita, fin dall'inizio specifica come il tour vuole portare i partecipanti a *misturar-se* (mescolarsi) con gli abitanti, pertanto elemento indispensabile è il portare rispetto e il cercare di evitare comportamenti sconvenienti. Per questo all'inizio di ogni tour vengono date delle "istruzioni generali": non abusare della macchina fotografica, non sbirciare dentro le case dei *favelados*, non interrompere il passaggio, specialmente dei lavoratori, nei vicoli stretti, ignorare eventuali provocazioni e non dare l'elemosina per non professionalizzare la miseria. Freire Medeiros (2009) in *Gringo na Laje* sottolinea in maniera ironica l'esistenza di una contraddizione di fondo: coloro che fanno della povertà mercato, sono gli stessi a denunciare l'effetto della pratica dell'elemosina. Niente di più vero, ma preciserei anche che ci si dovrebbe indignare quando a farlo è una guida o un'agenzia che nella favela non vi risiede, non quando è un *favelado*.

Secondo Rejane è di fondamentale importanza far vedere due aspetti di Rocinha. In primis, l'allegria innata dei *moradores* che rimanda al classico luogo comune "povero ma felice": la spensieratezza e la vivacità che sprigiona la favela sono caratteristiche che ipnotizzano ed affascinano i turisti. In secondo luogo, ai visitanti vengono illustrate anche le parti più abbiette, descrivendo i disagi e le difficoltà cui si va incontro abitando in un *morro* carioca; non si può mostrare solo il lato migliore della comunità, altrimenti lo straniero pensa che Rocinha

non sia abbastanza povera, e ne rimane deluso. Questo tour effettivamente mostra la favela per intero, dal lato più sviluppato a quello più misero, ma la cosa davvero speciale, resta che a guidare i turisti siano giovani *moradores* cui è stata data l'opportunità di vivere di un lavoro che valorizza la propria comunità: essi hanno l'occasione di far conoscere cosa per loro significa vivere nella favela, eliminando ogni possibile filtro dato dai mass media, dal cinema o dalla semplice guida di città. Nessuno potrà far conoscere Rocinha meglio di un autoctono. Questo vale per le favelas, come per qualsiasi altra parte del mondo, perché solo chi veramente conosce il luogo, nel senso che ci ha vissuto, gioito e sofferto, potrà poi trasmettere delle emozioni, e, come già detto, avrà il potere, nonché l'onere, di far *misturar* visitatori e residenti creando un vicendevole apprezzamento, e di far sì che ogni stereotipo venga sostituito con la conoscenza della realtà.

III. 1.3 *Favela tour*

Il secondo esempio, quello che dovrebbe rappresentare il tour *sombrio*, è il Favela Tour di Marcelo Armstrong. Anche questa agenzia comincia a lavorare a Rocinha dai primi anni Novanta, tanto che la si può considerare, assieme ad Exotic Tour, la più popolare agenzia che organizza escursioni in favelas. Secondo Armstrong, quella a cui i turisti andranno in contro è, prima di tutto, un'esperienza educativa, in cui viene illustrata una prospettiva più profonda della società brasiliana, quindi un'esperienza che va oltre allo stereotipo di Rio de Janeiro quale città del sole, della spiaggia, della samba e del carnevale, ma che, come dice nel suo sito, “introduces you to another Rio, within Rio city”⁸¹. Come nell'esperienza precedente, anche qui è sottolineata l'importanza dell'obiettivo di trasformare la reputazione dei *morros* carioca, dissacrando i miti che si perpetuano su di essi. Attraverso la favela, secondo Armstrong, è possibile conoscere il Brasile nel suo complesso. Fin qui tutto è molto simile al tour che è stato analizzato nel paragrafo precedente: gli obiettivi delle due agenzie sono gli stessi, l'esperienza nel campo lavorativo è comparabile (entrambe hanno cominciato l'attività nel 1992), e le parole e le foto usate nei due portali web per pubblicizzare il proprio tour, si ripetono. Ma la differenza tra

⁸¹ <http://www.favelatour.com.br/ing/whatis.htm>

le due escursioni è notevole: cambia l'organizzazione, la modalità con cui viene presentata Rocinha e lo stesso modo di muoversi del turista al suo interno; vengono adottati due approcci completamente diversi.

Conoscevo l'esistenza di visite che portavano in giro i gruppi di turisti a bordo di una grande jeep (la stessa utilizzata nei safari africani), ma le ho sempre accuratamente posticipate, cosciente comunque del fatto che, prima o poi, avrei dovuto sperimentarne una per poter poi testimoniare l'esperienza. Ad ogni modo non ce n'è stato bisogno, visto che il *Favela tour*, per la grande maggioranza del tempo, si è svolto all'interno di un veicolo. Davvero ironico, poi, che nella pagina di presentazione del sito web dell'agenzia, vengano evidenziate, con tanto di illustrazione, due asserzioni che trovano una leggera dissonanza quando ci si trova davanti alla realtà: “not made on Jeeps” e “not made on motorbikes”. Certo, perché andare in giro in un minibus è decisamente un'altra cosa. Non voglio assolutamente dubitare delle buone intenzioni dell'agenzia, ma, oggettivamente, è una presa in giro, anzi potrei aggiungere che se il tour fosse stato fatto *on motorbikes*, sarebbe stato molto più autentico, giacché si sarebbe usufruito di un mezzo largamente utilizzato all'interno della comunità, al posto di un van con tanto di aria condizionata e musica di sottofondo. Senza dubbio il paragone con il precedente toglie non poco valore e credibilità a questo tour. Verranno quindi riportati qui i suoi punti di debolezza, che non sono esclusivi del Favela Tour di Armstrong, ma che si ritrovano in comune in molte altre agenzie e che, basicamente, si riassumono nel far sentire il turista come un gitante in visita ad un safari.

Tour *sombrio* non significa affatto che il tour sia male organizzato, ma che adotta una determinata impostazione che lo avvicina al *dark tourism*. In questo caso il tour in analisi vorrebbe essere un tour sociale, ma finisce per passare dall'altro lato della medaglia, prendendo parte del turismo nero. Questo perché l'organizzazione punta a creare un'atmosfera di (falso) pericolo e a vendere al turista la sensazione del rischio.

Cinque sono gli elementi di perplessità riscontrati durante questa visita, e che ricorrono in numerosi altri giri turistici. Innanzitutto, come già accennato, il mezzo di trasporto gioca un ruolo tutt'altro che secondario. Le Breton lo spiega con parole semplici ed incisive nel suo *Elogio alla marcia*:

Per chi cammina, la coscienza della propria vulnerabilità è un incentivo alla prudenza ed alla disponibilità verso gli altri, invece che la conquista e al disprezzo. Una cosa è certa: chi va a piedi raramente ha l'arroganza dell'automobilista o di chi usa il treno o l'aereo, perché sta sempre ad altezza d'uomo, e sente ad ogni passo la scabrosità del mondo e la necessità di rapportarsi amichevolmente alle persone che incontra sul cammino (2011, p.44).

È importante la modalità di spostamento del turista all'interno della favela, perché questo gli consente di vedere, toccare, odorare, sentire i rumori, è l'unico modo attraverso cui si può instaurare quel, seppur minimo, rapporto con l'altro. "L'atto di camminare sollecita la piena partecipazione di tutti i sensi" (Le Breton, 2011, p. 9). Questo contatto può consistere in un "bom dia", in una foto assieme a dei *moradores*, in un caffè preso in un *lanchonete*⁸² o anche, più semplicemente, in un sorriso scambiato per la *rua*. Qualunque mezzo di trasporto è impersonale e non fa altro che aumentare la distanza tra le categorie di visitante e visitato, ponendoli in due piani distinti e aumentando il distacco. Secondo elemento è la visibile vena economica che assume l'escursione durante tutto il tragitto. Le *paradas* (fermate) del minibus nel cuore della comunità di Rocinha sono state due. La prima è nel *mirador* più alto, in cui per pochi minuti il turista ha l'occasione di scattare foto al Cristo, alla laguna, alla foresta de Tijuca e alla Pedra de Gavea, nonché di comprare souvenir nella *feirinha*⁸³ (esortati dalla guida che ricorda che poi non se ne avrà più l'opportunità). La seconda *parada* è in una *laje* (terrazzo) di un privato che la affitta a diverse agenzie, le quali la utilizzano come *lookout point* da cui i turisti possono ammirare la vista, scattare foto e provare la sensazione di trovarsi in un'autentica casa di *morro* (che in realtà non è la tipica casa del *favelado* medio, essendo il proprietario considerato, dentro la sua comunità, un ricco: altra dimostrazione di

⁸² Tipico bar di sosta dove i brasiliani si fermano per uno spuntino, chiamato *lanche* per l'appunto.

⁸³ Letteralmente "piccola fiera", la *feirinha* è costituita da dieci bancarelle in cui i *moradores* che si sono dedicati all'artigianato vendono i loro prodotti. Tutti i commercianti della *feirinha* vivono esclusivamente di questo lavoro e tutti indistintamente prima di questa attività avevano un altro impiego. Da quindici anni, all'incirca, si sono dati ad una nuova attività che, come mi hanno tutti sottolineato, ha il grande vantaggio di permettere loro di non dover uscire da Rocinha per andare a lavorare. Tra i prodotti si trovano dalle pitture su tela riciclata, piccoli oggetti creati con carta di quotidiani, borse, t-shirt, saponette ed altri piccoli souvenir, il tutto fatto a mano e "Made in Rocinha".

quanto l'autenticità sia effettivamente "autentica"). Due fermate che hanno una evidente dimensione economica. Solo verso l'uscita dalla favela il gruppo viene fatto scendere dal veicolo per attraversare il mercato a piedi, in modo da dare perlomeno l'impressione di aver camminato un po' per le strade di Rocinha (non più di 200 metri).



Fig. 15. Point turistico nella *laje* di un abitante.

Come in precedenza è stata descritta la figura della guida autoctona, è inevitabile contestare quando a guidare un tour sia un esterno. Oltre alla fondamentale importanza che possiede il fatto di professionalizzare giovani *moradores*, è inaccettabile ed offensivo che ci siano delle agenzie esterne alla favela, che abbiano fatto la loro fortuna sulla "sfortuna" degli altri, e che soprattutto lucrano vendendo falsità. Quello dei tour nelle favelas è un argomento piuttosto delicato; parlare ad uno straniero che, o non ha idea alcuna di cosa una favela sia, o ce l'ha ben chiara ma totalmente sbagliata, è un compito che non si può assumere chiunque. Essendo che, come tutti i tour sponsorizzano, l'obiettivo è di far conoscere la vera favela al di fuori di preconcetti, le uniche persone credibili divengono gli abitanti. Il turista che sceglie un'escursione guidata lo fa perché non conosce il luogo e non ne conosce la storia, e la guida diviene la bocca della verità. Per questo allertare i turisti dicendo loro che il van farà appena due brevi fermate perché non è sicuro scendere a piedi dal *morro*, pur essendo una totale *mentira* (bugia), diviene verità assoluta per chi ascolta. Inoltre come sottolineava uno dei partecipanti del tour di Reis, "la sensazione è di sicurezza quando è un residente a portarti in giro a vedere i suoi spazi".

Quindi, un altro elemento di perplessità è l'evidenziazione degli stereotipi, invece che la loro cancellazione e l'accentuazione della differenza tra "noi" e "loro". La guida, molto ben preparata, per tutta la durata del percorso non ha fatto altro che esaltare dei luoghi comuni, tanto da risultare indigesta. Ogni poliziotto era motivo per richiamare l'attenzione sul fatto che ci si trovava in un ambiente pericoloso e che erano perciò necessari molti gendarmi; quando si passava a lato di case fatiscenti, la guida coglieva l'occasione per elencare gli svantaggi di vivere in una di quelle case; i fili elettrici attorcigliati (*o gato*) secondo l'accompagnatore avrebbero dovuto simboleggiare come *loro* fossero furbi e non pagassero in questo modo la tassa sull'elettricità e così tutte le altre, suggerendo, "ironicamente", che forse dovremmo farlo anche *noi*. E così è seguito il viaggio intero: *loro* sono abituati ad ascoltare la radio a tutto volume, *loro* gridano invece di parlare⁸⁴, *loro* non fanno passare i pedoni, le donne, *qui*, si vestono in maniera volgare, *loro* amano il funky (e aggiunge, "una musica molto volgare"); passando davanti ad un cumulo di rifiuti la guida ha esclamato: "What a smell! Well, they are used to"⁸⁵.

Infine, come quinto ed ultimo elemento di perplessità evidenzio anche la mancanza di relazione tra la guida turistica ed i viaggiatori. Nonostante spesso venga posta la domanda "do you have any question?", l'innaturalità e la teatralità che emana dal suo discorso, fanno sì che nessuno sia incoraggiato a fare domande. A differenza della prima visita, in cui turisti e guida camminano a lato, e tutto sembra molto più naturale e senza fretta, una chiacchierata, qui la guida parla in maniera incalzante dal sedile anteriore (dando spesso le spalle al gruppo), e lascia poco spazio per pensare, tante sono le informazioni, i numeri e le percentuali che vengono inculcate al turista.

L'escursione, nonostante la popolarità, risulta noiosa e sgradevole in molti punti, ma soprattutto, al di là di tanti propositi, perpetua quegli stereotipi che si proponeva di eliminare, poiché tenta di raccontare al turista ciò che vuole

⁸⁴ A tale proposito, David Le Breton nell'*antropologia dei sensi* scrive che "se l'altro non è apprezzato, la sua lingua è un rumore, una linea spezzata di suoni confusi privi di senso e di ragione. Offesa al mondo sonoro, vive nel rumore, nel frastuono. Le sue azioni ed i suoi gesti urtano le raffinate orecchie del razzista" (2006, p. 130).

⁸⁵ Rifacendoci sempre alle parole di Le Breton, nel capitolo dedicato all'odorato, l'antropologo francese aggiunge: "il razzismo ha spesso giustificato il suo odio o il senso di inferiorità biologica della sua vittima attraverso l'evocazione convenzionale di un odore fetido" (Le Breton, 2006, p. 312).

sentirsi dire, senza preoccuparsi di cambiare l'immagine della favela povera, violenta e diversa da *noi*.

Un ottimo modo per capire la differenza dello stato d'animo che lasciano i due tour, è quello di paragonare il primo tipo di turista al *flaneur* che, accompagnato da un amico, passeggia attraverso le parti più pittoresche della città, mentre il secondo come un turista-robot sovraccaricato di informazioni e trattato come una merce.

Sottoprodotto della circolazione di beni, il turismo, circolazione umana considerata come consumo, si riassume fondamentalmente nel piacere di andare a vedere ciò che è diventato banale (Debord, 1992, p. 112)⁸⁶.

Ne *La società dello spettacolo* (saggio del 1967), lo scrittore francese Guy Debord, pone in evidenza come il turismo altro non sia che un nuovo prodotto creato dal capitalismo, in cui i turisti si riducono a semplici consumatori che vanno a visitare cosa ha prodotto il sistema in cui sono inseriti: nel caso delle favelas è la povertà "ciò che è diventato banale", che in più viene spettacolarizzata dal sottoprodotto *turismo* e, dunque, doppiamente banalizzata e volgarizzata.

III. 2 MORRO DO VIDIGAL

Quella di Vidigal, è senza dubbio la favela più moderna e controversa a livello turistico. Anch'essa localizzata nella zona Sud, viene riconosciuta da molti come il *morro* da cui si possono ammirare i panorami più belli della città.

Il primo proprietario dell'area dove oggi sorge Vidigal, fu Miguel Nunes Vidigal, un generale portoghese che ebbe una grande influenza sulla politica di Rio de Janeiro durante la prima metà dell'Ottocento, e che ricevette in regalo dalla Prefettura della città questo colle, situato tra il bairro di Leblon e São Conrado. Il suo popolamento comincia attorno agli anni '40, e, come accadde a Rocinha il boom avvenne tra la fine degli anni '50 ed inizio '60 grazie alla

⁸⁶ "Sous-produit de la circulation des marchandises, la circulation humaine considérée comme une consommation, le tourisme, se ramène fondamentalement au loisir d'aller voir ce qui est devenu banal".

grande necessità di manodopera nel settore edilizio: serviva un ingente numero di operai per costruire la zona Sud della città, di conseguenza lavoratori e migranti si stabilirono nelle zone limitrofe ai cantieri, le quali non erano interesse degli impresari edili.

La storia della favela è piuttosto burrascosa: dalla lotta contro la rimozione di fine anni Settanta⁸⁷, allo stabilirsi del narcotraffico negli anni '80, alle guerre tra fazioni che ne sono conseguite, in particolare con la vicina Rocinha. Per quanto riguarda i servizi basilari, Vidigal è particolarmente avanzata rispetto alle altre comunità: tutte le abitazioni sono servite da acqua corrente e servizio elettrico. In buona parte le strade sono asfaltate, sebbene l'accesso in certe zone sia solo possibile mediante scalinate (sostituite comunque alle pericolose discese sdruciolevoli che vi erano in precedenza). Dal 18 gennaio 2012 il *morro* è stato pacificato, fatto che lo rende ancora più sicuro, in particolar modo agli occhi di stranieri e turisti.

Oggi Vidigal è la favela chic per eccellenza: possiede una propria spiaggia e visuali strepitose, è situata a ridosso della zona Sud ed è diventata nuovo *point* della notte carioca⁸⁸.

⁸⁷ Durante la fine del decennio del '70, in piena dittatura militare, il morro si trasformò in un baluardo di resistenza contro la distruzione delle abitazioni che il governo voleva mettere in atto per lasciare spazio alla costruzione di edifici di lusso. Celebre fu la partecipazione dell'architetto Niemeyer, il quale difese i *moradores* dalla rimozione apportando ingenti aiuti economici. Nel 1978 l'associazione degli abitanti riuscì a trovare appoggio politico dal governatore Chagas Freitas, tanto che venne emanato un decreto di esproprio dell'area ai proprietari.

⁸⁸ Un altro motivo che rende controversa la presenza delle UPP nelle favelas carioca è il fatto che hanno contribuito a trasformare in una moda le feste al loro interno, feste occidentalizzate ed economiche per i ricchi brasiliani e per i *gringos*, mentre per i *moradores* risultano sempre al di sopra delle proprie possibilità. Allo stesso tempo le truppe hanno vietato qualsiasi *baile funky* abusivo, poiché si presume costituiscono uno dei momenti e luoghi in cui lo scambio e compravendita di droga è più massiccio, ma il che significa anche privare gli abitanti di una parte importante della loro cultura.



Fig. 16. Vista dal *morro* do Vidigal.

Tutti gli abitanti sono coscienti della posizione strategica in cui vivono e conoscono le potenzialità economiche della propria abitazione, soprattutto se affacciata sul mare. Oggi l'intera comunità sta andando incontro al problema della speculazione immobiliare, una questione particolarmente sentita, visto che non sono pochi gli abitanti che si sono ritrovati costretti a lasciare le proprie case perché non più in grado di pagare l'affitto.

III. 2.1 *Gentrificazione*

Come già visto in precedenza, quello della gentrificazione è un processo tipico delle città postindustriali e consiste nella modificazione dell'estetica delle aree più depresse delle grandi città, mediante ristrutturazioni, smantellamenti e rinnovamenti, come anche nella sostituzione del tessuto sociale. La gentrificazione è caratterizzata da “forte permeabilità delle arene pubbliche locali agli interessi del capitale privato”⁸⁹, come si vedrà a breve, infatti, il privato occupa un ruolo attivo nell'avvio del processo. Nel caso di Vidigal, sono stati diversi i fattori che da parecchi anni hanno dato luogo ad una lenta ma comunque visibile gentrificazione. La zona è da sempre considerata una delle più belle e favorevoli di Rio de Janeiro, da un lato per la sua eccezionale visuale sull'oceano, dall'altro per la vicinanza alla zona Sud; inoltre, dal novembre del 2011, la presenza delle UPP ha contribuito ad aumentare la sensazione di sicurezza all'interno della comunità. Oltre a ciò, da sempre Vidigal possiede la

⁸⁹ Enciclopedia Treccani
([http://www.treccani.it/enciclopedia/gentrificazione_\(Lessico_del_XXI_Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/gentrificazione_(Lessico_del_XXI_Secolo)/)).

fama del *morro dos artistas*: la favela è residenza di cantanti, pittori ed attori, che hanno scelto di vivere in questo luogo per il suo charme e la sua vena *bohémienne*. Infine si ricorda che sono presenti tutti i servizi basics: acqua corrente, elettricità, sistema di trasporti che collega con il resto della città e un'attività commerciale molto dinamica. Tutti questi fattori hanno fatto sì che il terreno del morro sia diventato appetibile per diversi impresari esterni, carioca, brasiliani o stranieri che siano, innescando così il circolo della speculazione edilizia.

Da una parte sono stati costruiti, lungo la via principale, alti edifici anche di otto e nove piani, giustificati attraverso un progetto di miglioramento urbanistico e sociale avviato della Prefettura, ma che effettivamente risultano poco pratici e molto cari, oltre a rovinare il panorama e l'omogeneità del paesaggio. Probabilmente è l'esempio più evidente e rappresentativo della gentrificazione, giacché chi vi è andato ad abitare non sono i *favelados*, ma una sorte di classe media emergente. Come descrisse Glass nel 1964, poco a poco la *gentrification* mira a sostituire e modificare non solo l'urbanistica, ma anche quella che è la composizione sociale.

Dall'altra, come denuncia un articolo con "Antes perigoso, hoje impagável" ("Prima pericoloso, oggi impagabile", Hamman, 2014), emerge un'altra triste verità. Molti abitanti che non sono proprietari della propria dimora, non riuscendo più a pagare l'affitto dell'abitazione in cui vivono, non trovano altra scelta, se non quella di trasferirsi in altri *morros* della metropoli. I proprietari, per contro, affittano le proprie abitazioni a chi può permetterselo: ed ecco che Vidigal si riempie di abitanti delle città che ricercano un luogo più economico per abitare, di studenti stranieri che optano per un alloggio meno costoso ma sempre vicino alla zona Sud e di turisti che sperimentano la vita in favela. Nonostante Vidigal stia rincarando, per un carioca di città e per gli stranieri, rimane pur sempre economico rispetto a qualsiasi altro quartiere di Rio (che non sia favela). Molto interessante è l'iniziativa di una giovane abitante che ha realizzato un portale web, *Albergue da Comunidade*⁹⁰, in cui i *moradores* possono mettere a disposizione una o più stanze della propria casa, affittandole prevalentemente a studenti stranieri e turisti. Si tratta effettivamente di una

⁹⁰ <http://www.alberguedacomunidadej.com/site/o-projeto/>

esperienza di turismo sostenibile come sponsorizzato nel sito? Sì, perché attraverso questa modalità avviene davvero uno scambio culturale tra anfitrión e ospiti, molto più che mediante un tour, e, soprattutto, gli introiti derivanti dall'attività di accoglienza non si disperdono, ma rimangono dentro la comunità. Infine un altro fattore inevitabile all'interno di questo processo, e forse quello più preoccupante e fastidioso, è l'arrivo di imprenditori esterni. Essendo che Vidigal possiede la fama di favela di tendenza, residenza di artisti e personaggi famosi⁹¹, in molti sono arrivati da fuori con il fine di intraprendere la propria attività. Due sono le tipologie di attività instauratesi: locali e bar chic, tutti con vista sul mare e destinati ad un pubblico straniero o che vive nei quartieri ricchi, oppure hotel ed ostelli, a cui accede sempre una clientela straniera, abbiente e che non abita nella favela. Vidigal è diventata sede di feste private per non *moradores*: i locali o gli alberghi vengono affittati per la notte e ad accedervi sono esclusivamente gli invitati. Allo stesso tempo, oltre al fatto che i residenti non possono permettersi di entrare in questi locali perché eccessivamente cari e perché spesso sono interamente occupati da feste private, c'è da ricordare che con l'arrivo delle UPP è stato loro vietato di organizzare feste funky. Ad ogni modo, oltre alle evidenti conseguenze sociali e culturali, i benefici non rimangono nel territorio ma si disperdono al di fuori, generando incrementi che gli abitanti non percepiscono. Come era stato detto in uno dei dibattiti del ciclo *Fala Vidigal*⁹² “os moradores não conseguem tomar proveito”, ossia gli abitanti non traggono profitto alcuno da questo tipo di iniziative: non solo gli imprenditori, ma persino coloro che lavorano come camerieri, addetti alle reception e cuochi in questi nuovi locali, non sono *favelados*. Se già esisteva una sorta di discriminazione al di fuori del morro nei confronti di chi abita nelle favelas, adesso devono sopportarla anche a casa propria: questa è gentrificazione.

Ecco allora che la definizione di gentrificazione di Bostic e Martin (2003 p. 2427) trova reale riscontro:

⁹¹ Una curiosità: nell'aprile 2014, David Beckham compra una casa a Vidigal, in uno dei punti più alti e isolati del morro, per un milione di reais, all'incirca 333 mila euro.

⁹² Da comunità cosciente ed intraprendente quale Vidigal è, sono stati organizzati dei dibattiti pubblici tra i mesi di marzo e giugno 2014 (*Fala Vidigal – Ciclo de Debates*), i quali miravano a discutere proprio i problemi generati dalla gentrificazione, sia a livello economico e commerciale che a livello sociale e culturale.

Processo evolutivo di “quartierato” in cui famiglie benestanti, di solito giovani, si trasferiscono nelle aree indigenti, con la conseguenza che molto dei residenti originari dovranno spostarsi [...]. Per argomenti del genere è norma aggiungere anche una dimensione razziale alla gentrificazione, la quale segue uno schema ben definito⁹³.

Anche se la discriminante razziale nei discorsi di gentrificazione non sempre trova rispondenza, nel caso di un Paese multietnico come il Brasile diviene comprensibile, se non addirittura naturale, che si mescoli anche la questione della “razza”. Come sostiene Vandergrift (2006), è importante notare che il sistema di potere che esiste in questa società, permette al bianco della classe media e medio-alta di scegliere dove poter vivere e di essere padrone della propria mobilità, a differenza di tutti gli altri (i non bianchi), che rimangono bloccati dove sono, sempre e quando non vengono forzati ad andarsene. A Vidigal, il processo di espulsione viene proprio chiamato “remoção branca”. La questione dell’abbandono della propria casa è causata principalmente da fattori economici.

Il trasferimento avviene quando i residenti sono costretti a trasferirsi perché non riescono a permettersi di vivere nel quartiere gentrificato a causa di un aumento del costo di vita, della tassa di proprietà e, spesso, a causa del disgregamento della comunità sociale originaria del quartiere (Vandergrift, 2006, p. 5)⁹⁴.

A Vidigal gli abbandoni avvengono quando gli abitanti non riescono più a pagare la locazione, ma spesso anche quando i proprietari hanno deciso di vendere o affittare la propria casa ed andarsene. Da un dibattito è emerso che

⁹³ “Neighborhood evolutionary process in which affluent, usually young, households move into and upgrade distressed neighborhoods, with many of the neighborhood’s original residents being displaced [...]. It is common for discussions of gentrification also to add a racial dimension to gentrification that follows a well-defined pattern”.

⁹⁴ “Displacement is defined as when current residents are forced to move because they cannot afford to live in the gentrifying neighborhood because of an increase in the cost of living, increase in property tax and often because of the loss of the original social community of the neighborhood”.

alcuni tra quelli che hanno venduto la propria abitazione, se ne sono tornati nella regione d'origine (quasi sempre Nord-Est) ed hanno aperto una loro attività, quindi hanno approfittato dell'occasione per ritornare alle origini. Nonostante quella delle favelas sia una cultura a tutti gli effetti, ci sono comunque persone che, perfettamente integrate nella comunità, provano *saudade* per la loro terra, e non sono in pochi quelli che vivono con il sogno di tornarvi. Non si vive più a Vidigal per mancanza di altre opzioni, non è più l'ultima spiaggia dove finiscono i miserabili. Vivere a Vidigal per un *favelado* oggi è una scelta, poiché la tentazione di vendere la propria casa agli impresari edili disposti a pagare cifre altissime, od affittarla agli stranieri e uscire così dalla precarietà, è forte. Quello che però distingue gli abitanti delle favelas è che essi amano vivere nella loro comunità, amano i propri vicini, amano il senso di vicinanza che li unisce, ed amano la loro città. Per questo, a dispetto da quanto ci si potrebbe aspettare, (per il momento) il numero di *moradores* che lascia la propria dimora è relativamente basso rispetto alla domanda di chi vuole entrarvi.

Chi nella bellezza vive, fa spesso fatica a riconoscerla, soprattutto se non ha molti termini di paragone. Oggi non esistono più luoghi esotici, belli ed incontaminati, perché come ripetuto più volte, il turismo è arrivato dappertutto. Quello che però sarebbe giusto è che, in aree delicate e con una storia sofferta come appunto le favelas, venisse portato più rispetto e che non fossero trattate come una mera opportunità di arricchimento.

III. 2.2 *Mirante do Arvrão*

Tra i tanti esempi che si sarebbero potuti presentare, viene riportato qui quello di un locale di recente inaugurazione. Il Mirante do Arvrão, è un hotel-ostello di lusso ed ecosostenibile, nato dal progetto dell'architetto Hélio Pellegrino e di altri due soci. Pellegrino comprò il terreno ancora prima della pacificazione del 2011, infatti la presenza di turisti era percepibile già da tempo, tanto che esistevano già ostelli ed alberghi nella comunità, ma quello dell'architetto di Minas Gerais era fin dall'inizio un progetto diverso, ambizioso e discutibile: la costruzione di un hotel a cinque stelle, ma che finì aprendo le porte nel dicembre 2013 quale *albergue-botique*. A differenza degli altri alberghi ed ostelli della favela, che sono più di venti, il Mirante do Arvrão si distingue per il suo design,

la vista eccezionale (è ubicato nella zona dell'Alto Vidigal) ed il fatto di essere in gran parte ecosostenibile. La sostenibilità consiste principalmente in un sistema di riutilizzo delle acque nere e dell'acqua piovana, nell'uso dell'energia solare per riscaldare le docce e nei materiali stessi con cui lo stabile è stato costruito: tutto il materiale utilizzato è stato acquisito all'interno della comunità od altrimenti riciclato, inoltre, hanno partecipato alla sua realizzazione solamente residenti di Vidigal. Purtroppo la collaborazione tra favela ed albergo si ferma qui, infatti, sebbene come sottolinea la portavoce, il personale che vi lavora è tutto di Rio, ciò non significa affatto che sia della favela, anzi, solo una minima parte di *favelados* oggi lavora al Mirante, svolgendo tra l'altro gli impieghi più umili, di pulizia delle camere e di aiuto in cucina. Questa è una delle critiche oggi aperte e di cui si è parlato molto nelle conferenze in piazza. Nonostante la *associação dos moradores* abbia dato consenso all'inserimento dell'edificio nella comunità⁹⁵, gli abitanti oggi sono piuttosto indignati per una serie di problemi che il "nuovo arrivato" ha contribuito ad accentuare e che si vanno a sommare ad una lista già aperta: i moto-taxi danno preferenza ai turisti che salgono in cima al *morro* (i moto-taxisti chiedono loro cifre più alte), i prezzi delle abitazioni nell'Alto Vidigal sono saliti alle stelle⁹⁶, le feste disturbano gli abitanti che vi abitano vicino durante ogni week-end. Inoltre esiste un problema sociale che è quello del sentirsi spesso esclusi dal proprio quartiere, piuttosto che integrati coi nuovi arrivati.

Come giustamente lamentavano diverse persone che sono intervenute nei dibattiti, sarebbe più onesto e corretto da parte degli imprenditori continuare la collaborazione con la comunità. "Investire nella favela senza dare niente in cambio è mancanza di rispetto" dice una ragazza. Da che mondo è mondo, un imprenditore è sempre stato un imprenditore, ma un imprenditore che decide di investire in una favela ha delle responsabilità maggiori, che non finiscono con un semplice compromesso a termine. Quando si tratta di favela, il territorio non può

⁹⁵ Fin dall'inizio l'accordo tra *associação dos moradores* e i soci del Mirante do Arvrão, consisteva nel comperare tutto il materiale di costruzione dell'edificio dai commercianti locali e di farlo edificare esclusivamente da manodopera della favela. Inoltre era stato promesso che l'ostello si sarebbe munito di un sistema di trasporti proprio, questione che non è ancora stata risolta.

⁹⁶ Sono numerosi i cartelli sulle porte delle abitazioni recanti le scritte "vende-se" (vendesi) o "aluga-se" (affittasi). Una piccola dimora nell'Alto Vidigal può costare 400 mila reais, oltre 130 mila euro.

e non deve essere visto unicamente come un luogo da cui si può trarre profitto, ma ci deve essere uno scambio più durevole e che coinvolga maggiormente gli abitanti, poiché essi si sentono usurpati di ciò che appartiene loro, da parte di propri concittadini più ricchi. I vari locali in cui si organizzano feste per non *favelados*, ci tengono a sottolineare con un certo orgoglio che i *moradores* hanno uno sconto se vogliono entrare ai party. Tralasciando l'evidente schiaffo morale e l'offerta assolutamente poco elegante, la "proposta" non fa altro che aumentare il divario e a mantenere le distanze tra chi vi può entrare e chi non se lo può permettere.

Il Mirante do Arvrão è una "bolla" per quei ricchi, brasiliani o meno, che vogliono sentirsi dentro ad un luogo insicuro ma sicuro, che vogliono provare un'esperienza diversa e che vogliono credere di aver fatto del bene per aver condiviso, per poche ore, lo stesso spazio in cui vivono persone che guadagnano un decimo del proprio stipendio. Quando mi sono recata al Mirante per l'intervista, assieme a me è arrivata una coppia di Niterói⁹⁷ che festeggiava il primo anno di matrimonio. Come mi è stato riferito, fino ad adesso (da ricordare che l'albergo funziona da pochi mesi), i clienti sono quasi unicamente coppie che si fermano per una notte. Nessuna di queste coppie, una volta entrate nell'hotel, esce fino al momento del check-out. Il contatto con il *morro* è inesistente. Sebbene la reception rassicuri i suoi clienti sulla tranquillità di Vidigal, sono pochi quelli che si avventurano a scendere a piedi, addirittura "si può notare il volto terrorizzato di alcuni ospiti dopo aver percorso quei pochi metri che li separa dalla fermata del moto-taxi all'hotel". Pare paradossale la presenza di una tale struttura in una favela. Per tutti gli altri ostelli (ostelli tradizionali, non di lusso) il discorso è diverso, poiché circolano quasi esclusivamente backpackers che ricercano proprio l'esperienza della favela. Per il Mirante la situazione è molto più criticabile, visto che i clienti vengono unicamente per starsene isolati dal resto del mondo e per godersi una vista unica, evitando qualsiasi contatto al di fuori dell'edificio.

⁹⁷ Niterói si trova geograficamente di fronte a Rio de Janeiro, dalla parte opposta della baia. Unica città ad essere stata fondata da un indio, è stata in precedenza capitale federale dello Stato di Rio de Janeiro (mentre Rio era capitale del Paese). Oggi le due città sono collegate da un ponte e Niterói è diventata città-dormitorio della vicina Rio.

È dunque difficile pensare che per questo hotel-ostello di lusso avvenga mai una vera integrazione con la popolazione locale, salvo che non si trovino dei modi per coinvolgere gli abitanti, con iniziative, progetti e collaborazioni. Un *morador* molto intelligentemente, ma tristemente, ricorda che “todo o lugar que tem beleza atraí investimentos” (“ogni luogo che possiede bellezza, attrae investimenti”).

La questione oggi non è adattarsi al nuovo fenomeno ma reinventarsi, e sono molti quelli che l’hanno già fatto e che continuano a farlo, senza pensare troppo al proprio guadagno ma, piuttosto, al bene della propria comunità.

III. 2.3 *Altri progetti*

Grazie alla sua fama di favela chic, alla posizione favorevole che la rende facilmente raggiungibile e all’affabilità e alla disponibilità degli abitanti sempre pronti a collaborare e a partecipare a qualsiasi tipo di attività, Vidigal è terra fertile per la nascita di associazioni ed ONG, locali od esterne che siano, che vi implementano i propri progetti. Vengono qui riportati alcuni tra i programmi più rappresentativi attualmente presenti nella favela.

Uno dei progetti di cui negli ultimi mesi si è molto sentito parlare, è stato quello dell’artista contemporaneo Vik Muniz⁹⁸: egli ha acquistato una grande residenza nel cuore del *morro*, con l’intenzione di rinnovarla e trasformarla in una scuola d’arte per bambini *favelados*, e farla, così, diventare base della sua futura ONG *Escola do Vidigal*. I bambini che parteciperanno saranno di un’età compresa tra i quattro e gli otto anni, e la metodologia d’insegnamento che verrà applicata è il risultato che è stato raggiunto da una collaborazione dell’artista con un professore di Pedagogia dell’insegnamento del Massachusetts Institute of Technology. Secondo il metodo elaborato, è fondamentale che al bambino venga data la possibilità di investire su quelle che sono le capacità che dimostra essergli connaturate (su ispirazione della teoria di Piaget). L’obiettivo finale del progetto è di convertire i bambini in età di alfabetizzazione, da meri consumatori

⁹⁸ Vik Muniz nasce in una favela di São Paulo ed è oggi l’artista contemporaneo brasiliano più conosciuto e rinomato al mondo. I suoi pezzi più famosi sono revisioni di opere d’arte pop, realizzate con scarti e materiali riciclati, e sono ora esposti nei più importanti musei del globo (tra cui MoMa, Tate Gallery, Guggenheim di New York).

di arte e tecnologia, a produttori. Molto significativo, poi, che sia un ex *favelado* l'ideatore del progetto, una persona che sente e capisce le necessità di vivere in una favela, e che nonostante il successo e la fama ottenuti, non dimentichi le sue origini, ma anzi, cerchi di valorizzarle. Per ora si possono solo fare ipotesi e previsioni, essendo ancora un progetto in fase di strutturazione, ma che non possono altro che essere positive.

Dal luglio 2013 la francese Nadine Gonzalez e la brasiliana Andrea Fasanello, già fondatrici dell'associazione ModaFusion, danno avvio al programma *Casa Geração Vidigal*, il quale si occupa di formare giovani sarti e stilisti provenienti dalle diverse comunità carioca. *Casa Geração Vidigal* viene ufficializzato quale scuola di moda già nel novembre dello stesso anno: ogni semestre la scuola forma un gruppo di 16 alunni i quali seguono un corso trimestrale totalmente gratuito, e alla fine del quale devono presentare una collezione. Periodicamente sono organizzati bazar, workshop ed esposizioni, in cui vengono presentati i nuovi stilisti e venduti i prodotti da loro creati; recentemente è stato creato un portale online in cui è possibile acquistare i prodotti del recentissimo brand: il successo di questa scuola è stato talmente grande che già se ne sente parlare anche in numerose riviste europee. La favela, uno dei luoghi "non di moda" per eccellenza, diviene un cult in meno di un anno: questo dimostra come sia possibile investire nella favela senza invadere, ma creare, come dice Fasanello, un socio-business, ossia un negozio che reinveste in sé stesso.

A.M.A.R. (Associação de mulheres de ação e reação) è, invece, un'associazione di donne che vivono a Vidigal, ma che svolgono un'attività itinerante per diverse comunità, tenendo conferenze, simposi, workshop, che hanno il fine di aiutare, sensibilizzare, educare ed informare il pubblico femminile, accompagnate da psicologi, assistenti sociali, medici, avvocati e terapeuti vari. L'aiuto che offre questa associazione è piuttosto variegato, varia, infatti, dall'assistenza legale, a quella psicologica, a quella medica.

Sono numerosissime le ONG sia del posto che non, che lavorano con bambini, in particolare nei mesi estivi, dando loro lezioni di inglese (per questo compito vengono chiamati volontari stranieri), organizzando tornei di calcio, seguendoli nei compiti, dando assistenza psicologica ed aiuto in generale. Il fine è sempre quello di prepararli a non cadere in quelli che sono problemi ricorrenti per i giovani delle comunità (traffico, criminalità, abuso di droga) e di formarli anche

per una possibile vita al di fuori della favela, cosa assolutamente non facile per un *favelado*, date le palesi discriminazioni praticate nei loro confronti.

Infine, esistono numerosi altri progetti interessanti: un gruppo di capoeira per bambini e giovani della comunità, che nei week end si esibisce nelle spiagge di Ipanema e Copacabana per delle dimostrazioni pubbliche; un progetto di radio comunitaria (*Radio Estilo Livre*) che da 17 anni trasmette la musica di musicisti locali; una ONG che si occupa di insegnare il metodo del riciclaggio nella fabbricazione di vestiti, accessori, souvenir e piccoli oggetti (progetto *Recicla Vidas*); come già ricordato in precedenza, il programma *Albergue da comunidade* ideato da una giovanissima abitante, che dà la possibilità a chiunque voglia di mettere a disposizione alcune stanze della propria casa per arrotondare le entrate; una scuola di boxe che oltre alla pratica sportiva, collabora con la formazione culturale ed intellettuale dei bambini, tenendoli occupati nel loro tempo libero con attività ricreative. Cos'hanno in comune tutti questi progetti? Quello di non lasciare i giovani in balia di sé stessi, di farli divertire, farli stare uniti, insegnare loro uno sport o un'attività che possa loro servire nel futuro e, soprattutto, di mantenerli lontani dalla strada.

Tutto questo in una favela di poco più di 10.000 persone. Ciò a dimostrazione del fatto che Vidigal è una favela con una grande coscienza comunitaria, in cui tutti si impegnano nell'aiutarsi reciprocamente, è una favela che si reinventa, che se qualcosa non va bene, ne discute in piazza, e con un dinamismo ed una determinazione che la rende, a rigor di logica, una favela a tutti gli effetti, ma con qualcosa in più.

III. 3 FAVELA SANTA MARTA

Santa Marta (chiamata anche Dona Marta) è il modello della favela carioca pacificata. Essa si trova su una collina nel quartiere di Botafogo, nella zona centrale della città, e costituisce un esempio di comunità sicura ed ormai perfettamente integrata con la vita del *bairro* che la circonda.

Anticamente il terreno era occupato da un Collegio cattolico, per questo i primi abitanti nascono come ospiti del padre direttore, ed erano essenzialmente famiglie povere che arrivavano dallo stato del Paraibà a seguito della crisi del caffè del 1929, contrattate per l'ampiamiento della chiesa del collegio. Santa

Marta, per la sua posizione centrale è sempre stata uno dei *morros* a cui è stata rivolta più attenzione da parte del settore pubblico, specialmente nell'ambito dei programmi sociali e del miglioramento delle infrastrutture. L'esempio più evidente è stata la costruzione nel 2008 del *Plano inclinado*, ossia un "ascensore" che in dieci minuti percorre una salita di 340 metri, facilitando notevolmente la mobilità ai *favelados* che abitano nelle zone più elevate della collina. Furono inoltre costruiti diversi asili, campi da calcio, nuove vie di accesso ed un muro che delimita la comunità dal bairro. La favela conta oggi circa 6.000 abitanti in un'area di 54.000 m².

Come già detto in precedenza, Santa Marta è stata la prima ad essere occupata dalle truppe pacificatrici nel dicembre del 2008; attualmente, la UPP opera con un corpo di 123 poliziotti che sorvegliano la favela ventiquattro ore su ventiquattro. Dopo più di trent'anni di dominio da parte di Comando Vermelho, si può dire che il narcotraffico sia stato estirpato e la sicurezza sia notevolmente aumentata grazie alla presenza delle forze armate: dal 2008 non è stata registrata alcuna sparatoria, gli scippi sono diminuiti del 44%, il furto di energia elettrica, che prima ammontava al 77%, ora è pari all'1%. Oltre a ciò il 60% degli abitanti nota netti miglioramenti riguardo il tema della sicurezza ed il 90% accetta favorevolmente la presenza della polizia.

Essendo la favela di Santa Marta la prima ad essere stata pacificata, è anche una di quelle in cui il turista è visto come qualcosa di ordinario, è un elemento integrato e integrante del *morro*. Secondo un'indagine di Rio Top Tour⁹⁹, i turisti che oggi si recano a Santa Marta sono all'incirca 10.000 al mese. Come Vidigal e Rocinha, essa riceveva visite ancor prima dell'arrivo delle UPP, ma sicuramente la presenza delle truppe, come anche la costruzione del *Plano inclinado*, ha allargato il bacino di fruitori, i quali si sono sentiti più protetti, e liberi di muoversi con sicurezza. Oggi, entrare a Dona Marta è come entrare in qualunque altro quartiere di Rio, infatti, sono molti gli stranieri che si avventurano nella favela anche senza guida. La popolazione è ospitale e aiuta il turista, è come se l'intera comunità emanasse una sensazione di benvenuto. Inoltre la vivacità dell'aspetto esteriore della favela, ubicata in pieno centro città

⁹⁹ Programma di turismo in favelas lanciato nell'agosto del 2010 dal Ministero del turismo e dello sport, il quale prevede la formazioni di giovani residenti. Prima comunità ad essere coinvolta nel programma è stata Santa Marta.

e visibile dalle vie principali, è un elemento che rispecchia senza dubbio il buon umore e la buona disposizione degli abitanti, oltre che richiamare l'attenzione dei turisti.



Fig. 17. Il morro di Santa Marta vista dal basso (Agência Brasil).

Dunque, la popolarità di questa favela è dovuta a svariate ragioni tra cui:

- la posizione centrale, che permette di raggiungerla facilmente coi mezzi di trasporto e che la pone nel mezzo di molti percorsi turistici;
- la facile accessibilità alla parte alta grazie al *Plano inclinado*, il quale risparmia faticose ed afose salite al turista poco allenato, garantendo al suo arrivo una vista di tutto merito;
- l'estetica caratteristica e colorata, la quale, anche a grandi distanze, funge da calamita;
- le dimensioni ridotte¹⁰⁰, che consentono al visitante di orientarsi più facilmente senza perdersi, e di non affaticarsi troppo;
- la presenza delle UPP, che, come in ogni altra favela pacificata, svolgono un *plus* riguardo la questione della sicurezza;
- la cordialità degli abitanti, dovuta al fatto che Santa Marta è uno dei *morros* più integrati alla città, dunque sono abituati alla presenza del turista sia fuori come dentro la favela;
- la presenza di precisi punti turistici quali Praça Cantão e il Laje di Michael Jackson, meta imperdibile per chi entra a Dona Marta.

¹⁰⁰ Secondo dati dell'IBGE, nel 2010 la favela di Dona Marta contava 3.908 abitanti distribuiti in 1.176 domicili, ma dati non ufficiali calcolano più di 6.000 residenti.

Nel 1996, infatti, il cantante americano si recò nella favela dove il regista Spike Lee girò il video *They don't care about us*. Le autorità si opposero aspramente, poiché Rio era candidata per i Giochi Olimpici del 2004 e si temeva che il video mostrasse il lato negativo della città. Oggi, nella piazza principale dove è stata girata la maggior parte del video, si trova la coloratissima Praça Cantão, mentre in un altro dei luoghi ripresi dal 2010 sorge una statua dell'artista ed un'intera parete in mosaico (composta da Romero Britto) a lui dedicata.

Praça Cantão è il frutto del lavoro del duo artistico olandese Haas & Hahn (Jeroen Koolhaas and Dre Urhahn) che nel 2006 lanciò il programma Favela Painting, con il fine di rendere gli slum brasiliani più piacevoli e solari. La piccola piazza è stata ritrasformata: ben 34 le abitazioni coinvolte (e quindi dipinte) per 7.000 m² di pareti pitturate.



Fig. 18. *Praça Cantão* (Peeter Viisimaa/Getty Images).



Fig. 19. *Laje do Michael Jackson* (Nelson Porto).

III. 3.1 *Loja da Andreia*

A Santa Marta, grazie ai suoi numerosi punti di forza sopra elencati, sono presenti numerose agenzie che organizzano escursioni per conoscere la storia della comunità, che risultano davvero molte, soprattutto se si compara il loro numero con le piccole dimensioni della favela. Ma l'esempio che risuona è quello di una giovane imprenditrice, Andreia Miranda, la quale, da sola, è riuscita in un'impresa che nessuno mai si sarebbe aspettato. Nel 2002, giovanissima, Andreia comincia il suo percorso di imprenditrice comprando un piccolo chiosco nel *morro* (Boteco da Tiana), per cambiare nel 2007, quando montò un baracchino in cui vendeva spuntini nella piazza di entrata di Santa Marta: ella è sempre stata a contatto con stranieri e turisti, e notò come con gli anni questa curiosità di andare a conoscere la favela andasse crescendo. Fu una tra i primi ad intuire le potenzialità della sua comunità e cominciò, così, a pensare che quella fosse un'occasione che avrebbe dovuto in qualche modo sfruttare. Incomincia a percorrere il suo cammino iscrivendosi a un corso di sartoria, dove impara a cucire da sé vestiti, borse e piccoli accessori. Compra nel 2009 una macchina per stampare t-shirt e si registra, nello stesso anno, come microimprenditrice individuale, dando avvio all'attività di vendita degli articoli da lei prodotti, prima in basso, nella piazza d'entrata, poi riesce nel 2012 ad ottenere il permesso di aprire una *banca de souvenirs* in alto, a fianco della piccola piazza in cui si trovano il mosaico e la statua che commemorano Jackson: un luogo strategico ed un tempismo perfetto dato che il boom turistico a Santa Marta era appena incominciato. Nel banco vendeva gli articoli da lei prodotti, magliette, bikini, portafogli, borse, bandiere, collane, ... tutti oggetti che apprese a realizzare con il corso per diventare sarta. Inoltre, parte dei prodotti venduti erano di altri artigiani di Santa Marta.



Fig. 20. Andreia con il figlio Igor nel banco al lato del laje di Michael Jackson (Maria Elisa Franco/UOL).

Successivamente Andreia conquistò il diritto di aprirsi un conto corrente personale, comprò la macchina per il pagamento mediante carte di debito o credito, in modo da facilitare la clientela, e dopo una non piacevole odissea, tra documenti e certificati, riuscì, dopo due anni, ad ottenere la legalizzazione della propria attività. Per molti *favelados*, infatti, il fatto di non registrare l'*Imposto Predial e Territorial Urbano* (la tassa di proprietà), impedisce loro di aprire attività in proprio legali. Essendo così giovane ed avendo già una discreta esperienza nell'ambito commerciale, Andreia è dal 2012 presidente dell'*Associação Comercial da Santa Marta* e membro del comitato del *Coral*¹⁰¹. Grazie a quest'ultimo, è riuscita a trovare i fondi per farsi costruire una vera *loja*, ossia il suo banco di souvenir è stato sostituito da un negozio in muratura, sovvenzionato interamente dall'impresa *Coral*.

Oggi Andreia ha 33 anni, ed è l'unica ad essere riuscita ad approfittare in maniera così intelligente delle possibilità che la circolazione di turisti ha offerto alla favela, l'unica ad essere riuscita a fare tanta strada da sola. Come ricorda in tante interviste, il suo orgoglio maggiore è quello di aver terminato di pagare la casa (comprata coi profitti del suo lavoro) e di riuscire a mantenere i suoi figli e due nipoti. Il suo prossimo progetto è di aprire un albergo a Santa Marta.

Questo è un chiaro esempio di come il turismo possa essere sano e positivo all'interno di uno slum. Andreia è orgogliosa di vivere a Santa Marta, nella

¹⁰¹ Coral è una marca di vernici e pitture che lavora nel Brasile intero ed è rifornitore dei commercianti delle favelas. La stessa impresa ha lanciato nel 2010 un'iniziativa di pittura cooperativa (*mutirão de pintura*): giovani carioca e studenti stranieri partecipano ad una giornata in cui, assieme ad alcuni residenti che "dirigono" i lavori, dipingono le mura delle abitazioni; questo spiega in parte la vivacità della favela. Fino ad oggi sono state dipinte 103 case.

favela in cui è nata, e ora la sua ambizione più grande è che i suoi figli continuino a studiare, e che sentano il desiderio di rimanere a vivere nel *morro*. Pochi *moradores* cambierebbero la propria favela con altri posti, nemmeno l'invasione di turisti li disturba molto, anzi, fa crescere in loro il senso di appartenenza, sentimento che l'uomo occidentale non solo sta perdendo, ma che tende a svalORIZZARE.

Andreia Miranda non è solo un modello per i *moradores*, ma è un esempio di vita universale, una giovane donna che ha combattuto per migliorare le sue condizioni di vita all'interno del luogo in cui è cresciuta, che ha dovuto superare le difficoltà che il suo status di favelada le ha imposto, e che, soprattutto, non smette di fare progetti. Da sola ha imparato che nella vita bisogna progredire e che per farlo non è sempre necessario sfuggire dalla condizione limitante: lottare e perseverare nei propri obiettivi con pazienza ed intuito, premia.



Fig. 21. Andreia Miranda con il marito all'interno della suo negozio.

IV. INCONTRO ED IDENTITÀ

L'incontro presuppone un movimento. Dal latino "in", particella rafforzativa, e "contra", dirimpetto, di fronte, contro, significa letteralmente un "trovarsi di fronte a..."¹⁰². L'incontro può essere casuale oppure deliberato; nello scenario turistico esso si trova a metà strada, poiché è allo stesso tempo accidentale ed intenzionale. Ci si reca in un luogo perché lo si decide con anticipo, ma non si sa di preciso chi sarà oggetto del nostro incontro. È un'incognita ed una certezza. Il turismo è una pratica che permette l'incontro con altre culture che, di norma, si conoscono già attraverso i mezzi di comunicazione. Il momento in cui queste due culture entrano in contatto e, dunque, quando l'incontro si concretizza, è quando il turista è fisicamente presente nella meta da lui prescelta, e quando egli verificherà la corrispondenza tra realtà ed immaginario. L'oggetto del suo incontro, infatti, esiste già ancor prima del suo arrivo, ma solo in un mondo che non è reale, che è stato personalmente rielaborato da molteplici spunti che i media, internet, le riviste e testimonianze gli hanno fornito.

In un'era in cui gli incontri sono sempre più spesso virtuali, quelli che generano dal turismo mantengono ancora intatto il loro significato originario: il movimento di due persone, spesso coincidente con l'atto del camminare, converge al risultato fisico nel momento dell'incontro, un contatto che si può manifestare a livello tangibile o anche intellettuale. È fondamentale la natura itinerante di almeno uno dei due soggetti. Trattandosi di un incontro tra individui, tanto il turista, quanto i membri della comunità ospitante sono totalità che si ritrovano all'interno di un fenomeno relazionale. Il dubbio sorge nel momento in cui ci si interroga sull'autenticità di queste relazioni: da un lato c'è il locale che dovrebbe svolgere una funzione di accoglimento, dall'altro c'è il turista che viene accolto. È un incontro dove gli interessi personali ed economici prevalgono, è un incontro tra perfetti sconosciuti in cui ogni uno svolge un ruolo predeterminato.

Qualsiasi individuo in vacanza assume un comportamento diverso rispetto a quando si trova immerso nella sua routine, nel suo Paese, circondato da persone che conosce. Il turista come categoria, scrive Aime (2007), ha elaborato un proprio sistema di credenze, una mitologia molto complessa, dei propri modi di

¹⁰² <http://etimoiitaliano.blogspot.it/2014/01/etimologia-della-parola-incontro.html>

vestirsi, mangiare e viaggiare. La persona nella vita quotidiana è diversa dalla persona-turista. Lo stesso vale per gli autoctoni che ricevono i flussi turistici: un po' dovunque nel mondo, i nativi si travestono da autoctoni in maschera, se non addirittura da autoctoni miserabili per soddisfare un'immagine che è stata loro imposta (Michel, 2001). Come dice Baudrillard (1989), la persona¹⁰³ si ricopre delle molteplici identità che rivestono l'esuberanza della vita sociale, la diversità del mondo, il politeismo dei valori: è la società a definire l'identità di ciascuno, non ci sono identità fisse, ma processi di identificazione. Una persona potrà cambiare la sua maschera a seconda del contesto in cui è inserita; nella post-modernità, l'identità diventa quindi più flessibile, soggetta a cambiamenti, trasformazioni ed innovazioni. Essendo l'identità una costruzione sociale (Barretto, 2007), essa dipende in gran parte dal modo di rapportarsi con gli altri. Il soggetto post-moderno è colui che possiede varie identità che possono essere anche contraddittorie, ma in ogni caso tutte coesistenti. Il filosofo tedesco Carl Jung, argomentava che la personalità di un individuo è frammentata in più sezioni, diverse ma che interagiscono tra di loro. Egli definì *Persona* (facendo chiaro riferimento all'origine del termine) quella maschera che ogni individuo indossa per adattarsi alla vita sociale, che mette tutti i giorni e che, secondo Jung, non è reale. La società spesso costringe ad adottare certi ruoli e certi comportamenti che definiscono l'individuo in quel momento ed in quella circostanza, ma che non lo rappresentano, non gli corrispondono. Per questo *Persona* è un compromesso tra un soggetto e le richieste del mondo che lo circonda. Da una società che vive un processo di frammentazione, non possono che scaturire soggetti frammentati. Bauman (2005) la chiama "frammentazione dell'individuo contemporaneo". Ne *Il malessere della postmodernità*, sempre Bauman (1998) scrive che l'individuo postmoderno è colui che rifiuta di fissarsi, colui che non si aggrappa a nessun luogo. L'individuo, infatti, vivendo in un

¹⁰³ Molto interessante inserire in questo contesto il significato etimologico di persona. Dal latino *persona*, dall'etrusco *phersu* «maschera», a sua volta ricalcato sul greco *πρόσωπον* «faccia, volto». ([http://www.treccani.it/enciclopedia/persona_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/persona_(Enciclopedia-dell'Italiano)/)). Voce di probabile origine etrusca, che propriamente significava «maschera teatrale» e poi prese il valore di «individuo di sesso non specificato», «corpo», e fu usata come termine grammaticale e teologico ([http://www.treccani.it/enciclopedia/persona_\(Dizionario-di-filosofia\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/persona_(Dizionario-di-filosofia)/)). Essendo, dunque, sinonimo di maschera scenica, si può notare come, sin dall'antichità, "persona" fosse un concetto strettamente legato con il possesso di un'identità; un'identità mutevole e mai definita, ma ridefinita ogni volta dalla maschera indossata dall'attore, il quale ne rifletteva la personalità.

presente continuo, non deve guardare né davanti, né dietro a sé; quello che conta è la capacità di muoversi e non restare fermo. Adeguarsi al mondo moderno non coincide con il rimanere fermo, ma con l'abilità di muoversi rapidamente verso dove si svolge l'azione oggetto d'interesse, ed essere pronti ad assimilare esperienze.

Il perno della vita postmoderna non è far sì che l'identità si arresti, ma evitare che essa si fissi. [...] La figura del turista è l'epitome di questa elusione. [...] Essi [i turisti] rappresentano il fatto di non appartenere al luogo che stanno visitando: è loro il miracolo di trovarsi dentro o fuori dal luogo allo stesso tempo (Bauman, 1998, p. 114)¹⁰⁴.

Il turista medio salvaguarda la propria distanza con l'altro: se si avvicina, lo fa con precauzione e come se stesse all'interno di una "bolla" che lui stesso ha il potere di controllare. È lui a decidere quando è il caso di avvicinarsi, è lui che accetta che altri entrino nella sua bolla ed è lui che decide quando uscirne. Per il turista l'importante è muoversi ("Come il vagabondo, il turista è in movimento"¹⁰⁵) e, di conseguenza, fare esperienze ("Lo scopo è una nuova esperienza; il turista è un ricercatore cosciente e sistematico di esperienze"¹⁰⁶). Esperienze che non necessariamente devono concludersi con un incontro.

Secondo un altro grande filosofo tedesco, Georg Simmel¹⁰⁷, il rapporto tra i locali e lo straniero viene definito da quest'ultimo; è lo straniero (in tedesco *Fremden*) che determina la vicinanza o la lontananza con la comunità ospitante. Egli non si sente forzato ad agire come un membro del gruppo e può addirittura

¹⁰⁴ "O eixo da estratégia da vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se, mas evitar que se fixe. [...] A figura do turista é a epitome dessa evitação. [...] Eles realizam a façanha de não pertencer ao lugar que podem estar visitando: é deles o milagre de estar dentro o fora do lugar ao mesmo tempo."

¹⁰⁵ "Like the vagabond, the tourist is on the move" (Bauman in Hall, Gay (a cura di), 1996, p. 29).

¹⁰⁶ "The purpose is new experience; the tourist is a conscious and systematic seeker of experience" (Bauman in Hall, Gay (a cura di), 1996, p. 29).

¹⁰⁷ Georg Simmel (1858-1918) è stato un filosofo e sociologo tedesco che insegnò filosofia nelle Università di Berlino e Strasburgo. Rappresentante del neokantismo relativista, nel 1919 fondò assieme ad altri la Società tedesca di Sociologia. Attraverso il suo pensiero sociologico, Simmel ha sempre cercato di spiegare certi comportamenti sociali comuni a tutti gli uomini. Secondo il filosofo, "l'uomo è, in tutta la sua essenza e in tutte le sue manifestazioni, determinato dal fatto di vivere in azione reciproca con altri uomini" (Simmel, 1998, p. 6).

arrivare a sviluppare un sentimento di indifferenza. Ci sono due modi per misurare la vicinanza/lontananza tra i protagonisti di questa relazione: attraverso il parametro spaziale e quello sociologico. Lo straniero è una figura non appartenente al territorio in cui si trova a stare, ma che possiede libertà di spostamento, un alto grado di mobilità geografica e spirito di iniziativa, che lo avvicinano, anche se provvisoriamente, alla comunità, proprio perché lo mantengono al suo interno. Dall'altra parte, ossia considerando la dinamica sociale, la distanza aumenta a causa di diversità culturali e della mancanza di vincoli affettivi che non gli permettono di integrarsi con i locali. Anche Simmel, dunque, definisce lo straniero come un individuo instabile ed ambiguo:

Lo straniero è vicino a noi, in quanto noi sentiamo che tra lui e noi esistono caratteristiche comuni di origine nazionale, sociale, occupazionale ed in generale, che sono connaturate nell'uomo. È distante da noi, in quanto queste caratteristiche comuni si estendono oltre lui o noi, e ci uniscono solo perché esse mettono in relazione un gran numero di persone (Simmel in Wolff, 1950, p. 405)¹⁰⁸.

Il turista sarà visto dai locali con curiosità e sospetto allo stesso tempo, verrà trattato con cortesia o con sgarbo, il tutto, dipendendo dalla distanza che la “bolla di osmosi” (Bauman, 1998) dentro cui si muove, crea col suo intorno. Il turista in questa maniera incontra gli autoctoni “inciampando” con loro, come per effetto di una spinta esterna alla sua volontà. Ritorna sempre la dimensione della causalità dell'incontro non programmato, ma esiste comunque un controllo da parte di chi viaggia: l'attitudine di scegliere dove andare, con che parte del mondo interfacciarsi ed il potere di decidere quando rompere la “bolla”, rendono l'incontro pianificato.

Ancora, Bauman (2005) ricorda che ci sono persone che possono scegliere la propria identità ed altre a cui viene imposta dalla società per mezzo di ruoli e stereotipi. Ciò è esattamente quello che accade nel turismo contemporaneo, dove i locali, in particolar modo quando si tratta di Paesi in via di sviluppo, si trovano

¹⁰⁸ “The stranger is close to us, insofar as we feel between him and ourselves common features of a national, social, occupational, or generally human, nature. He is far from us, insofar as these common features extend beyond him or us, and connect us only because they connect a great many people”.

a dover assumere una determinata parte perché non hanno altra scelta o perché è la via più comoda per adeguarsi al nuovo mercato. Quello turistico, è un processo in cui ci sono molti esclusi: è abilità dell'individuo che visita la nuova comunità quella di entrare in contatto con gli autoctoni, e di tentare di capire i loro codici culturali.

Comunque sia, molti dei ricercatori che si sono occupati del fenomeno "turismo"¹⁰⁹, concordano sul fatto che le relazioni tra visitante e visitato siano temporanee e superficiali, "essenzialmente transitorie, asimmetriche e senza ripetizione" (Cohen, 1984, p. 379). Già nel 1979 De Kadt sosteneva che gli incontri tra le due categorie si potessero riassumere in tre situazioni tipiche:

- il momento in cui i turisti comprano beni e servizi;
- quando turisti e residenti condividono lo stesso spazio, ossia il semplice fatto dell'essere presente nella località prescelta;
- le occasioni in cui i turisti si rivolgono direttamente ai locali per chiedere informazioni.

Sono passati 35 anni, e le circostanze di incontro in linea generale sono rimaste sempre le stesse. L'interesse economico alla base dell'attività turistica, la libertà di movimento dei turisti ed il tempo limitato di cui usufruiscono, sono ostacoli che si intramettono nell'instaurazione di un rapporto tra visitante e visitato. È un incontro privo di partecipazione ed interesse reali, svuotato del significato profondo che con il tempo ha acquisito il termine. Si torna invece al significato originario, in cui *incontro* era semplicemente un "trovarsi di fronte a...", ad un imbattersi in qualcuno camminando, preferibilmente in modo casuale, senza che questo lasciasse alcun segno particolare.

IV. 1 INCONTRO E SPAZI TURISTICI

Molte critiche al turismo e ai turisti sono solite accusare le destinazioni turistiche di costituire dei *non luoghi*: è innegabile che siano sempre più numerose le località che da luoghi con un'identità propria quali erano, si stanno convertendo in *non luoghi* (dal Louvre, alle cascate del Niagara, ai Fori romani), come è indubbio che l'industria turistica sia talmente potente da crearne in

¹⁰⁹ Cohen, 1984; Turner & Ash, 1991; Meethan, 2003; Aime, 2005; Freire Medeiros, 2013.

continuazione di nuovi (villaggi turistici, grandi alberghi, complessi residenziali). Augè, d'altro canto, diceva che uno spazio per essere considerato un *non luogo*, non doveva poter essere definito né come identitario, né come relazionale, né come storico (1993, p. 73). Per questo è difficile incontrare uno spazio turistico che non contenga nessuna delle tre caratteristiche: il Louvre possiede un'identità, i villaggi turistici mettono a contatto persone ed i Fori romani sono storia.

Molte critiche al turismo e ai turisti dimenticano che sono le persone a dare significato agli spazi, e che ognuno di questi *non luoghi* può essere considerato anche come un *luogo di ibridazione* (Canclini, 2003)¹¹⁰ temporaneo, spazio dove emerge una nuova sub-cultura. L'argentino Néstor García Canclini, studiando le popolazioni dell'America Latina, si rende conto che la multiculturalità che vi predomina deve essere considerata come un ibrido, piuttosto che come un meticcio o una forma di sincretismo: la situazione interculturale sudamericana “ricopre diverse miscele interculturali, che non sono solamente razziali (alle quali normalmente ci si limita usando il termine ‘incroci’ o ‘meticci’), e permette di includere le forme moderne di ibridazione meglio che il sincretismo” (Canclini, 2006, p. 19)¹¹¹, il quale è più limitante. L'autore, per spiegare l'ibrido che viene a formarsi nell'America Latina, passa attraverso diverse manifestazioni culturali: pittura, architettura, musica, religione, ... Anche se in scala minore e con un ricambio culturale molto rapido, i *non luoghi* turistici si possono considerare come forme di ibridazione. La favela, in particolare, essendo che riunisce molte delle caratteristiche dell'ibrido, è un ottimo esempio di *lugar de hibridismo*. Il solo fatto di trovarsi in America Latina, quello che Canclini ha da sempre considerato come zona di ibridismo per eccellenza, la rende parte di questa categoria di spazi. Inoltre, grazie alle sue caratteristiche storiche, che hanno fatto sì che la favela nascesse e crescesse come *melting pot*, può essere considerata come un meta-ibrido, ossia un ibrido all'interno di un altro grande ibrido, il Brasile. Oggi, con la sua nuova funzione turistica, la favela acquisisce in maniera ancora più incisiva un'identità ibrida: la circolazione di

¹¹⁰ “Lugares de hibridismo”.

¹¹¹ “porque abrange diversas mesclas interculturais, não apenas raciais, às quais costuma limitar-se o termo ‘mestiçagem’, e porque permite incluir as formas modernas de hibridação, melhor do que ‘sincretismo’”.

stranieri che si rapportano con questo spazio, pur facendolo il più delle volte in maniera sbrigativa e superficiale, contribuisce ad accrescere il suo status di luogo multiculturale nel momento in cui essi sono presenti. Ecco, quindi, che le favelas turistiche possono essere considerate come luoghi di ibridismo temporaneo.

Anche la *contact zone* che Mary Louise Pratt introdusse nel 1991 è una nozione molto simile al concetto appena illustrato. Le zone di contatto non sono altro che spazi sociali dove culture diverse si incontrano, si scontrano e spesso “lottano” a causa delle relazioni di dominio e subordinazione che stanno alla radice. L’interazione che viene a crearsi tra gli individui, fa sì che i confini culturali vengano spezzati e che le persone che partecipano a questo scambio/scontro, acquisiscano una nuova prospettiva e nuovi mezzi per conoscere il proprio *heritage*: incontrarsi con altre culture, infatti, ci rende più coscienti delle nostre origini, della nostra storia e di tutto ciò che ci rappresenta. Pratt scrive che l’idea della zona di contatto è da intendersi in contrasto con le idee di comunità che sono alla base di molte delle discussioni riguardanti il linguaggio, la comunicazione e la cultura (Pratt, 1991, p. 37). Il caso che interessa questo lavoro, è certamente quello della cultura. Essa, per essere ben assorbita e per essere diffusa all’esterno, non deve essere vista come un insieme chiuso ed omogeneo, bensì aperto a influenze e trasformazioni. È sbagliato riconoscere solo la versione universalmente accettata della propria cultura. La favela può essere vista come zona di contatto, essendo che culture dispari si incontrano; ognuna informa l’altra e scopre qualcosa in più di sé stessa, una versione diversa che può essere sbagliata o che può, altrimenti, integrare la propria, può sfatare miti e può far emergere nuove conoscenze. Se si continua a vivere circondati da persone della propria cultura, senza avere contatti con esterni ed estranei, non ci si trova all’interno di una zona di contatto, e, soprattutto, arriverà un momento in cui ci si abituerà ad ascoltare solo cose “belle” riguardanti la nostra cultura, perdendo così il senso critico di sé e di quanto ci sta attorno. La zona di contatto è un modo per partecipare all’interdipendenza del mondo, per imparare più versioni di se medesimi, contribuendo ad acculturarci e ad acculturare gli altri. Infine, un’altra visione, che si avvicina a quelle appena descritte, viene data da Nelson Graburn, ed è quella che considera le località turistiche come degli *spazi transnazionali*.

[...] le destinazioni turistiche si trasformano in *spazi transnazionali*, attraendo mano d'opera migrante sia da dentro che da fuori del Paese, stranieri di nazioni varie ed un ampio spettro di popolazione fluttuante al di fuori dei turisti (Graburn, 2009, p. 19)¹¹².

Si può notare come anche qui rientri il concetto di ibrido. *Trans* è un “prefisso che indica attraversamento, mutamento, passaggio da un luogo a un altro o da una condizione a un'altra”¹¹³. Quelli turistici sono dunque luoghi attraversati da una moltitudine di persone, luoghi che si modificano in continuazione per il perenne circolare di culture diverse che apportano o tolgono qualcosa alla cultura locale, luoghi in cui passano i turisti per brevissimi periodi di tempo. Tutto questo crea uno spazio nuovo e totalmente moderno, che, seppur in maniera molto differenziata, caratterizza ogni spazio che possiede connotati turistici.

IV. 1.1 *Percezione del turismo nelle favelas*

Da un'indagine condotta da Freire Medeiros (2010), risultante da 175 interviste di abitanti di varie favelas carioca, risulta che l'83,5%, pur non essendo coinvolto nel business turistico, vede il diffondersi del turismo nelle favelas in maniera positiva, il 10,1% è indifferente, il 3,2% lo percepisce in maniera negativa, ed i pochi restanti sono sia a favore che contrari, nel senso che lo percepiscono come una proposta valida, ma operativamente mal realizzata ed organizzata. La grande maggioranza, dunque, appoggia il fenomeno turistico. C'è da considerare che le risposte classificate come favorevoli sono giustificate da varie ragioni, che, se approfondite, fanno dubitare della loro positività. Il più delle volte i responsi positivi sono spiegati da ragioni economiche: ricorda una delle intervistate che “una volta mia figlia stava seduta sulla porta di casa e passò un turista che le diede 50 reais. Loro aiutano così, vedono bambini e

¹¹² “[...] os destinos turísticos normalmente se transformam em "espaços transnacionais", atraindo mão de obra migrante de dentro e de fora do país, estrangeiros de várias nações e um amplo espectro de população flutuante além dos turistas”.

¹¹³ http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/T/trans-.shtml

danno loro soldi” (in Freire Medeiros, 2010)¹¹⁴. Ma ci sono anche quegli abitanti che si interessano alla reputazione della loro comunità, e che vedono il turismo come una sorta di demistificatore di stereotipi: “la maggior parte delle persone vede la favela in maniera sbagliata [...]. Penso che la presenza dei turisti sia importante [...] perché vengono, e da lì possono tornare a guardare la televisione e dire: ‘io l’ho visto e non è proprio così’. Per molto che si tratti di una favela, ci sono cose di qualità, cose che interessano [...]”¹¹⁵.

Agli intervistati, inoltre, è stato chiesto cosa mostrerebbero ai turisti se dovessero fare loro da guida nel *morro*. Nonostante siano coscienti che per molti visitatori le vere attrattive sono la violenza e la povertà, la maggioranza risponde che avrebbe divulgato proprio l’immagine contraria: il commercio animato, la vista, i progetti sociali, la foresta, l’artigianato. Solo una piccola parte ritiene importante includere anche le zone più indigenti del *morro*, in maniera da mostrare la favela nella sua interezza, sia il lato sviluppato, sia quello più misero.

Ad ogni modo, di norma l’attitudine dei *moradores* nei confronti del turismo e dei turisti è positiva. Di tutt’altra opinione, invece, sono i brasiliani “non-favelados”. Il quotidiano *O estado de São Paulo*, nel 2007 realizzò una ricerca tra i suoi lettori per capire se pensassero che il turismo negli slum brasiliani andasse o meno incentivato. Appena il 21,13% rispose in maniera positiva. In generale, i brasiliani non sono favorevoli nei confronti di questo tipo di turismo, aggettivandolo come indecente, insano, rischioso, irrispettoso e inumano. Il termine favela costituisce ancora per molti l’antonimo di città, è qualcosa che sta al di fuori e che non fa parte dell’asfalto. Va ricordato che oggi, all’incirca il 28% dei brasiliani vive in aree riconosciute come favelas¹¹⁶.

¹¹⁴ “Uma vez minha filha estava na porta da casa da minha sogra e passou um turista que deu a ela 50 reais. Eles ajudam assim, veem as crianças e dão dinheiro a elas”.

¹¹⁵ “As pessoas todas veem a favela de uma forma que não cabe [...]. Acho a presença deles importante [...] Porque eles veem, daí pode passar na televisão e eles falarem: ‘eu vi e não é bem assim.’ Por mais que seja uma favela, tem coisas de qualidade, tem coisas que interessam [...]”.

¹¹⁶ IBGE, 2010

IV. 1.2 *Pro e contro dello slum tourism*

Se si vogliono esaminare quali sono i pro e i contro del turismo nelle favelas e negli slum in generale, si giunge inevitabilmente a conclusioni che sono in linea di massima, valide per qualsiasi altra tipologia di turismo.

Innanzitutto, una buona argomentazione a favore dello slum tourism è il rafforzamento dell'identità propria di una comunità. Come detto poco fa, il fatto di ricevere turisti, e, quindi, nuove opinioni e nuovi punti di vista sulla propria identità, fa indubbiamente aumentare l'orgoglio comunitario (ed identitario) di appartenenza ad un luogo. Secondo Reis, i turisti aumentano l'autostima dei *favelados*: per i locali, l'essere visitati significa possedere qualcosa di speciale ed unico. L'essere fotografati (anche se non per tutti) viene percepito non come un gesto di egoismo personale da parte del visitante o come azione disturbante, ma piuttosto rappresenta l'interessamento dello straniero nei confronti degli abitanti, ed essere immortalati in una foto, spesso, è quasi un privilegio.

Altro punto già discusso in precedenza e che costituisce un pro, è lo scambio che scaturisce dall'incontro. Questo scambio, qualora avvenga, porta a conseguenze positive quali il confronto con nuove popolazioni e la valorizzazione della propria eredità culturale. Graburn (2009) chiama questo processo *reforço cultural*: il contatto tra stranieri porta ad allargare le conoscenze personali, a sentirsi più integrati con il resto del mondo, a rompere vicendevolmente preconcetti che ognuno aveva nei confronti dell'altro e, in generale, ad acculturarsi. Questo discorso è valido sia per gli autoctoni, sia per i turisti. Barretto (2006) sostiene che uno scambio effettivo e veritiero sia irrealizzabile, ma piuttosto ci potrà essere un'*aproximação*, in cui il turista cercherà l'integrazione attraverso le piccole cose che ha in comune coi locali, apparentemente banali, ma che sono le uniche che gli possono far sperimentare un minimo senso di appartenenza. È indubbio, però, che lo scambio culturale sia uno scambio asimmetrico e che protenda in netto vantaggio del turista: in tutto il processo turistico, infatti, i residenti ne sono esclusi (a meno che non siano agenti economici che partecipano attivamente), ma possono parteciparvi indirettamente e solo se essi si rendono disponibili a recepire le "informazioni". È il turista il vero protagonista dello scambio, colui che più apprende, ma il coinvolgimento diretto dei residenti il più delle volte è inesistente; sono loro che

devono mostrarsi interessati ai nuovi arrivati qualora vogliano partecipare allo scambio.

Molti tour vantano di presentare la favela autentica, quella reale e che i media non mostrano, ma, come visto, non tutti rispettano la parola data. Quelli che invece riescono a mantenere quanto promesso, creano un impatto di grande rilievo, perché sfatano numerosi miti che aleggiavano sopra il termine “favela”, abbattano preconcetti e demoliscono stereotipi. In questo modo si mostra una favela autentica, privandola dei contenuti che i turisti si aspettano di ascoltare, ma apportando ad essa benefici che nel lungo termine possono cambiare la visione non solo dei turisti, ma anche di gran parte della popolazione brasiliana.

Un punto che nella teoria dovrebbe essere a favore del turismo nelle favelas, riguarda il vantaggio economico. Quella del turismo è la terza industria globale per introiti, dopo l'industria energetica ed automobilistica, e numerosi teorici riconoscono in essa un possibile contributo alla risoluzione del dramma della povertà. La realtà dimostra purtroppo che in molti casi i proventi del turismo siano mal distribuiti e che spesso si disperdano al di fuori delle comunità che ne sono interessate. Sono pochi i *moradores* che si sono ingegnati ed hanno trasformato le loro abilità, capacità e conoscenze in modalità di rendita, svolgendo attività unicamente rivolte ai turisti (piccoli artigiani, agenzie di turismo, guide freelance, piccoli alberghi e b&b); altri, invece, hanno sfruttato le possibilità provenienti da impulsi esterni ed hanno partecipato ad attività e a progetti come quello di Reis, riuscendo, così, a fare del turismo la loro fonte di rendita principale. Affinché il turismo negli slum sia equo e responsabile, i proventi dovrebbero essere interamente guadagnati dagli autoctoni. Agenzie esterne, alberghi i cui proprietari vivono in città, investimenti stranieri, assunzione di impiegati che non vivono nello slum, sono tutte modalità evidenti di sfruttamento e di discriminazione, e sono testimonianza di quanto poco sia praticato un turismo sano, responsabile e comunitario.

Sono solo una piccola minoranza, i *favelados* che beneficiano degli effetti economici del turismo, quelli che hanno saputo ingegnarsi, che sono stati recettivi nel momento in cui tale fenomeno si è presentato, o che perlomeno hanno saputo sfruttare le opportunità che varie ONG ed associazioni hanno proposto, offrendo appositi progetti di formazione. Dunque, il commercio turistico negli slum è un mercato esclusivo: moltissimi gli esclusi e pochi quelli

che ne godono dal punto di vista finanziario. In questo modo i guadagni non vengono reinvestiti all'interno della comunità, e gli unici vantaggi che i residenti possono ricevere derivano dalle sporadiche occasioni in cui i turisti elemosinano soldi per compassione. Questo porta i locali a vedere il turista come "portatore di denaro" sia da parte di chi vive del turismo, sia da parte di quelli che sperano di ricevere soldi in regalo. Il turista viene ricevuto non in quanto figura portatrice di una cultura nuova e di valori diversi; la curiosità di trovarsi di fronte ad una persona nuova e "strana", una persona con aspetto, lineamenti e comportamenti diversi, il più delle volte si spegne, sopraffatta dall'interesse economico. Come ogni tipo di attività legata al turismo, anche questa, anzi, soprattutto questa, che si svolge all'interno di contesti di indigenza talvolta estrema, porta con sé un richiamo economico sfacciato. Il più delle volte, chi è coinvolto in questo processo, non si cura nemmeno di occultare il suo interesse prettamente finanziario, mostrandosi distante e sgarbato nei confronti degli "ospiti" che gli portano denaro.

Un altro impatto negativo causato dal turismo nelle favelas, emerge quando al turista vengono riproposte informazioni e visioni che lui già si era immaginato in precedenza. Ci sono agenzie che giocano proprio su questo effetto. Essendo la posta in gioco unicamente i soldi, quando le agenzie sono esterne, esse adottano un *modus operandi* caratterizzato dalla reiterazione degli stereotipi sulle favelas, ossia propongono al turista le immagini e i discorsi che si aspetta di vedere ed ascoltare. Le conseguenze sono ovvie: il turista non arriverà mai ad incorporarsi in quella realtà autentica che tanto bramava di conoscere e farà ritorno al suo Paese con la conferma dell'idea sbagliata che già possedeva..

Non meno rischioso, è che questa pratica fortemente sbilanciata porti ad adottare un sistema che è molto simile a quello del colonialismo. Già si è parlato di *nuovo colonialismo* per il turismo nei bassifondi, poiché in qualsiasi parte del mondo esso si svolga, sussiste sempre la ripetizione della stessa scena tipica: dalle favelas brasiliane, agli slum dell'India, alle baraccopoli sudafricane, il turista occidentale, bianco e ricco si mette a confronto con gli autoctoni di colore e poveri. In passato lo schema era lo stesso: bianco prepotente e superiore che sopraffà il nero povero ed inferiore. Oggi, seppur in maniera innocente e spesso incosciente, si stanno riproducendo le stesse situazioni, che non hanno gli stessi effetti a livello concreto, ma che feriscono ed umiliano in maniera analoga.

Infine, la teatralità e il gioco di ruoli che assume ogni attore durante lo spettacolo turistico è un'altra caratteristica altrettanto discutibile. Da un lato c'è il locale che mette in scena la sua parte di indigeno, e si traveste da ciò che il turista vuole vedere. Molte popolazioni africane, ad esempio, vestono i costumi tradizionali che normalmente indosserebbero poche volte l'anno, ma con l'avvento del turismo anche nelle tribù africane i costumi tradizionali sono diventati inautenticamente quotidiani. Come racconta Aime (2005), accade che i turisti si stupiscano e rimangano delusi nel momento in cui vedono che i locali bevono Coca-cola e indossano scarpe Nike. In maniera più lieve nelle favelas, accade quando la guida mostra ai visitanti tutti quegli elementi che i turisti credono tipici dei locali: dal colore della pelle, al modo di vestirsi, al modo di parlare, al comportamento in pubblico, ... In questo caso, l'indigeno più che un attore è una comparsa, è un attore senza sapere di esserlo, e che viene osservato secondo le descrizioni fatte dal mentore dell'escursione. Dall'altro lato, i turisti, entrando in questo spettacolo, un "teatro da vida real" (Ouriques, 2005, p. 60), si sentono e si comportano come se fossero davvero all'interno di un mondo reale, e non di una dimensione che è stata creata appositamente per loro e raccontata per loro. In alcuni villaggi africani, alla fine di ogni pseudo-autentica celebrazione tradizionale, viene inscenata anche una pseudo-autentica conversazione tra turisti ed indigeni, in cui guide e traduttori si impegnano a mantenere una certa originalità; originalità che si ripete uguale con il gruppo di turisti successivo. Nelle favelas i turisti sono convinti di vivere una scena quotidiana, con dei personaggi particolari, che il più delle volte vengono solo osservati per le caratteristiche descritte dalla guida. John Urry (1990) definì tutto ciò "mock of authenticity", derisione dell'autenticità, una presa in giro della propria cultura da parte di se stessi e da parte degli altri. Per MacCannel (1992) si tratta di "etnicità costruita", un'etnicità creata appositamente per il turismo, in cui tutto ciò che è esotico, o perlomeno sembra esotico agli occhi degli stranieri, viene estremizzato e caricato di significato. Si parla anche di "etnicità ricostruita", poiché il turismo promuove la ristrutturazione, la preservazione e la ricreazione di attributi etnici. Gli elementi etnici possono andare dall'artigianato alla musica, dalle danze alle feste popolari e vengono, grazie al turismo,

mantenuti e preservati, se non addirittura inventati, come nelle favelas¹¹⁷. Oltre al ruolo dell'osservatore che si stupisce e si meraviglia, il turista a volte cerca un avvicinamento coi locali, scambiando saluti, cenni, sorrisi; egli desidera un'integrazione, specialmente quando si tratta di un turista "consapevole" e la questione sociale gli è di particolare interesse.

La distanza tra anfitrioni ed ospiti e la natura economica che corrompe le relazioni, sono un fardello troppo pesante per essere dimenticate in poche ore di convivenza. Si cerca in tutti i modi di nascondere la verità, ossia che un vero incontro e un vero scambio, sono impossibili. Nonostante gli sforzi dei turisti che, spinti dalla curiosità, vogliono conoscere in maniera innocente e sincera nuove culture, ciò risulta, alla fine del processo, un'utopia. Il viaggio conduce alla reciproca conferma di cliché, dice Jost Krippendorf (1989), e il risultato è che si sfocia in un'incomprensione mutua e nel peggiore dei casi nel disprezzo, invece che nel rispetto.

IV. 1.3 *Turista, un male necessario*

Il turista è visto dagli autoctoni come una persona oziosa e che, oltretutto, viaggia (Nash, 1981). Involontariamente, porta con sé valori del nuovo colonialismo. Turner ed Ash (1975) chiamano i turisti "i barbari della nostra età dell'oro", Mitford scrive che

Il Barbaro di ieri è il Turista di oggi, che ancora preda le antiche e ricche città dove la nostra civiltà è cominciata (1959, p. 3)¹¹⁸.

Secondo Minca (1996), il turismo legittima, in ogni angolo del mondo, l'invasione delle armate turistiche.

¹¹⁷ Come già accennato in precedenza, nelle favelas molti piccoli artigiani e commercianti sfruttano l'immagine internazionale della favela come luogo in cui il riciclaggio fa parte della vita quotidiana. È vero che i *favelados* riusano e riciclano molti oggetti, ma l'artigianato che si basa sull'idea del riciclaggio non è mai esistito in precedenza, è solo dopo l'arrivo dei turisti che alcuni abitanti hanno deciso di sviluppare questa iniziativa, traendo oggi profitti consistenti ed allargando il loro mercato anche al di fuori della comunità.

¹¹⁸ "The Barbarian of yesterday is the Tourist of today and he still preys on the rich old cities where our civilization began".

L'associazione turismo-invasione è un'immagine ricorrente in ambito degli studi sull'argomento turistico. Anche nei contesti più miseri, il turista sfrutta, volgarizza la povertà, si dimostra arrogante ed egoista. Ma allora perché gli autoctoni, coloro che ricevono il turista, continuano ad accoglierlo, a creare nuove idee e strategie per far espandere il settore? Perché subire la sua presenza e la sua prepotenza anche negli ambienti meno consoni ad ospitarlo? Perché gli abitanti dei luoghi turistici non sono interessati esattamente nel riceverlo, ma nel suo denaro. I turisti diventano una specie di “male necessario”. Male, perché la loro presenza è scomoda; necessario, perché i loro soldi servono (Barretto, 2007). Dall'altro lato i turisti vedono nel locale un semplice strumento per raggiungere i propri fini: il nativo danza per il turista, vende souvenir che fungono da prova, a lui si chiedono informazioni, lui fa da guida turistica, lui offre il pernottamento.

Il grande paradosso del turismo è che questa attività mette in contatto persone che non si vedono come persone, ma come portatori di una funzione ben precisa e determinata. Richard Rorthy lo spiega in questo modo (2007, p. 42):

[...] quella persona strana, che si può presumere mi pensi strano in ugual maniera, sarà occupata a formare una teoria sul mio comportamento, come io faccio con lei¹¹⁹.

I turisti guardano “l'altro” come un'incognita esotica o come un oggetto il cui uso è limitato ad un contesto preciso, ma in ogni caso come un qualcosa privo di identità, spersonalizzato. Allo stesso modo i locali vedono il turista come un essere generico e non si relazionano a lui come se fosse un “turista-persona” ma come un “turista-cosa”. Valene Smith è stata tra le prime ad allontanarsi dal classico sguardo del “turista-predatore” e della “popolazione-vittima” adottando la visione contraria, ossia preoccupandosi di come egli venga spesso maltrattato dalla popolazione locale che lo considera come un mero portatore di soldi. A lui, infatti, si vendono souvenirs, si prestano servizi, si chiede l'elemosina e si ruba. Si può parlare di *cosificazione* del turista (Barretto, 2007, p. 41)¹²⁰. Anche se non si riferiva al turista bensì allo straniero, Simmel scrive nel 1950, nell'articolo

¹¹⁹ “[...] essa pessoa estranha, que podemos presumir que me ache igualmente estranho, estará simultaneamente ocupada em formar uma teoria sobre o meu comportamento”.

¹²⁰ “ ‘Coisificação’ do turista.

intitolato proprio *The stranger* (in Wolff, 1950), che “gli stranieri non sono visti realmente come individui”. Infatti il forestiero si tiene ad una prudente distanza sia fisica che comportamentale.

Doxey nel 1976 ha teorizzato un modello evolutivo, il “Doxey irritation index”, che rappresenta il cambiamento di attitudine della popolazione locale nei confronti dei turisti. La prima fase è quella dell’euforia, in cui non c’è ancora un’attività turistica consolidata, per cui i visitatori sono i benvenuti; quando il numero di turisti incrementa, si passa all’apatia, fase in cui essi sono considerati come una presenza scontata, che non suscita più alcuna curiosità, dunque il rapporto tra le due categorie si fa più formale; segue il fastidio e l’irritazione nei loro confronti, che si raggiunge quando la presenza di turisti arriva a saturazione, i prezzi aumentano, vengono costruite sempre più infrastrutture ed il comportamento maleducato dei turisti disturba i residenti; infine l’antagonismo, in cui i locali si dimostrano ostili e intolleranti alla presenza di stranieri e visitatori. Un ottimo esempio del raggiungimento del quarto stadio lo si può osservare quotidianamente nei cittadini veneziani.

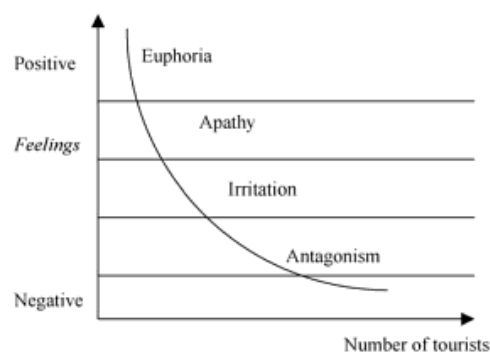


Fig. 22. Doxey irritation index
(<http://tl2121yukho.blog.co.uk/2013/05/02/host-community-15818713/>).

Gran parte dei turisti pratica incursioni nella vita della società che visitano (MacCannel, 1976). Persone percepite come abbienti si incontrano con persone che possiedono un tenore di vita a loro molto inferiore, e l’impotenza di questi ultimi nel riuscire a ricavare alcun beneficio si traduce in comportamenti di indifferenza ed astio, fino a sfociare nella violenza.

Un testo greco che parla del turismo a Creta dice:

i turisti sono i nemici più pericolosi che esistono, perché loro non sono indispensabili. Per diverse ragioni, non possiamo riservargli la stessa sorte dei nemici di un tempo, che semplicemente ammazzavamo, ma possiamo rimanere in silenzio (in Ouriques, 2005, p. 21)¹²¹.

Dopo aver letto questo frammento mi è tornata alla mente una scena che ho personalmente vissuto a Rocinha. Una delle fermate fatte dal veicolo su cui il mio gruppo viaggiava consisteva nell'entrare nel terrazzo di un residente, che appositamente si faceva pagare dell'agenzia per metterlo a disposizione dei turisti durante i tour. Lui era un meccanico, e per arrivare a vedere la visuale, si doveva passare attraverso la sua officina, dove stava lavorando. La sosta è durata quindici minuti, minuti nei quali nessun turista si è degnato di salutare l'anfitrione e viceversa. Lui era lì, stava verniciando dei pezzi a un passo da australiani, norvegesi ed inglesi, che fotografavano la bella vista, guardavano l'oceano ed ascoltavano le parole della guida; solo una bambina (anche lei membro del tour), troppo piccola per arrivare a guardare al di là del terrazzo, era incuriosita dal trafficare senza sosta del meccanico. Ma lui non parlava, nonostante delle persone, o meglio, dei forestieri, fossero dentro a casa sua. Era percepibile una freddezza ed una tristezza che metteva a disagio.



Fig. 23. *Morador* al lavoro sulla terrazza e turisti in contemplazione del panorama.

¹²¹ “Os turistas são os inimigos mais perigosos que existem, porque eles nos são indispensáveis. Por diversas razões, não podemos lhes reservar a mesma sorte dos inimigos de antigamente, que simplesmente matávamos, mas podemos nos calar”.

La differenza di stati d'animo e di ruolo che autoctoni e turisti possiedono accentua l'impossibilità di un avvicinamento. Le incursioni dei turisti, come nel caso delle favelas, avvengono nella vita quotidiana delle persone, non in un villaggio turistico dove tutti vivono la stessa situazione di vacanzieri. I turisti sono un intralcio che però lascia soldi, per questo, come dice il testo greco, non viene riservata loro la stessa sorte che anticamente toccava ai nemici. I turisti sono una fonte di rendita ed è per questo che sono accettati. Questo vale in modo particolare per il *poverty tourism*, ma ad ogni modo, lo stabilirsi di relazioni di dipendenza economica tra turisti e nativi, è una caratteristica del turismo indipendentemente da dove esso sia praticato, non è un'esclusività del turismo nelle favelas o nei Paesi in via di sviluppo.

IV. 1.4 *La sindrome da zoo*

L'accademico svizzero Jost Krippendorf è stato il teorico che ha introdotto il concetto di "zoo syndrome" nei discorsi riguardanti il turismo nei Paesi in via di sviluppo:

quello che avrebbe dovuto essere un incontro diventa una sindrome da zoo, in cui entrambi i lati si guardano a bocca aperta. I nativi diventano un'esibizione da fotografare. Inoltre, c'è la barriera del linguaggio. E, dal momento che i turisti sono sotto pressione a causa della fretta [...], non hanno nemmeno il tempo di trattenersi od osservare con tranquillità. È vero, ci sono nativi anche negli hotel ed in spiaggia, ma sono tutti una sorta di servitori [...] (Krippendorf, 1999, p. 60)¹²².

Gli abitanti locali sono venduti come esseri esotici, pittoreschi, come elementi che compongono un grande zoo umano. L'incontro soccombe alla "zoo syndrome", in cui l'autoctono diventa spettacolo e tema di fotografia. Un'estremizzazione di questa pratica avviene proprio nelle favelas, dove alcune

¹²² "What should have been a meeting becomes a 'zoo syndrome', in which both sides gape at each other. The native becomes an exhibit to be photographed. There is also the language barrier. And since the tourists are always pressed for time [...] there is no opportunity for lingering or quiet observation. Agreed, there are natives in the hotel and on the beach, but they are all some kind of servants [...]"

agenzie fanno viaggiare i turisti attraverso le strade della comunità a bordo di una jeep, nei cosiddetti *Jeep tour*. Il paragone con i safari africani è immediato: allo stesso modo in cui in Kenya i turisti fotografano giraffe, elefanti e baobab nel mezzo della savana, a Rocinha scattano foto a persone, come se appunto la favela fosse un grande zoo composto da poveri. Tutto ciò rafforza l'attitudine alla superiorità ed il forte squilibrio che preesiste tra le categorie "visitante" e "visitato". La posizione del visitato è di subordinazione sociale, a causa della forma autoritaria ed invasiva con cui il business turistico irrompe all'interno delle località. Le relazioni sono disuguali e fortemente asimmetriche, anche se a volte lo squilibrio che ne risulta non è nemmeno percepito dai residenti, che hanno problemi ben più ingenti da risolvere delle loro relazioni con gli stranieri di passaggio (Machado in Freire Medeiros, 2010). Accade che gli abitanti accettino questa condizione di animali in gabbia da fotografare, perché non ne riconoscono il carattere degradante. Una favelada, difendendo i turisti stranieri, riferisce: "Le persone di qui [riferendosi ai brasiliani] non danno il minimo per Rocinha, ma almeno viene gente da tutto il mondo per vedere come è Rocinha"¹²³.

Si tende a dimenticare spesso, come è stato accennato nel paragrafo precedente, che i viaggiatori e i locali si trovano in situazioni opposte. La libertà ed il piacere dei primi corrispondono alla fatica ed al lavoro degli altri. L'ambiente di vacanza si scontra con quello lavorativo, la necessità del riposo viene messa a diretto confronto con le necessità di sopravvivenza. Se il turista considera la sua esperienza irripetibile ed unica, per il nativo è semplicemente la reiterazione della routine personale. Il turista sta vivendo in un "non-ordinary time and place" mentre per il nativo altro non è che "ordinary life and home" (MacCannell, 1976). Questo processo, assolutamente normale e a cui siamo ormai tutti abituati nel momento in cui viviamo le nostre vacanze, risalta in maniera sgradevole quando gli occidentali viaggiano verso i Paesi più poveri. Per i nativi, i turisti sono ricchi, non hanno bisogno di lavorare, e la loro vita è un'eterna successione di ferie. Quando questo divario viene assimilato dall'indigeno e quando egli riconosce le debolezze che emergono in chi si trova

¹²³ "O pessoal daqui não dá a mínima para a Rocinha, mas vem gente do mundo todo ver como a Rocinha é".

in un ambiente straniero, allora si servirà del gap per sfruttare il turista, oppure, dall'altro lato, svilupperà sentimenti di disprezzo.

Risulta un inganno descrivere gli anfitrioni come esseri universalmente amichevoli quando in realtà esistono abbondanti correnti di risentimento che affiorano in ogni momento [...]. È un'autentica immoralità diffondere l'idea che, per il solo fatto di essere turista, qualcuno possa cancellare secoli di sfiducia ed isolamento (Turner & Ash, 1975, p. 375-376)¹²⁴.

Il turista non sarà mai trattato in qualità di ospite. Quest'ultima categoria riveste connotati di amicizia e di un coinvolgimento personale. L'ospite conosce il luogo, i suoi abitanti, rimane per più tempo, ritorna, ed è benvenuto, poiché dimostra il suo spontaneo interesse ed affetto per la località turistica.

Con una frase carica di significato, Krippendorf scrive che in circostanze del genere è inevitabile che il cuore non partecipi e che qualsiasi tipo di incontro diventi impossibile. Il turista è un passeggero che in realtà non vede niente e non fa altro che cercare conferma della sua opinione già formata. Disse un politico francese appassionato per l'Africa, che "il turista non visita un Paese, ma il fantasma di quel Paese"¹²⁵ (Bugnicourt in Doquet, 1999, p. 250).

IV. 2 IMMAGINE E SGUARDO

Quella contemporanea, o postmoderna se si preferisce, è l'epoca della vittoria dell'immagine. La nostra società si basa sulla produzione, riproduzione e diffusione di immagini. Il senso della vista è quello più immediato, superficiale e sollecitato, "siamo immersi nella profusione senza limiti del vedere", scrive Le Breton (2007, p.43). Secondo Debord (2002), negli ultimi secoli, ed in particolare negli ultimi decenni, siamo andati incontro alla sostituzione del tatto con la vista. Lo spettacolo, compiacimento della vista, tende a mostrare un mondo che non si può più toccare. "Lanciamo uno sguardo" su ciò che ci

¹²⁴ "é uma fraude descrever os anfitriões como seres universalmente amistosos quando na verdade existem abundantes correntes de ressentimento que afloram a todo momento [...].É uma autentica imoralidade difundir a ideia de que, por se turista, alguém pode apagar séculos de desconfiança e isolamento".

¹²⁵ "Le touriste ne visite pas un pays, mais le fantôme de ce pays".

circonda (Urry, 1990), il quale muta a seconda del periodo storico, dell'estrazione sociale, dell'educazione. Lo sguardo, rispetto alla vista è un concetto meno superficiale, meno "economico", richiede uno sforzo ed una complicità maggiori.

Lo sguardo è sospensione su un evento, che include la durata e la volontà di capire. Esplorando i particolari, lo sguardo si oppone al visivo per un'attenzione più sostenuta, più protratta per una breve penetrazione (Le Breton, 2007, p. 47).

Inoltre, esso non è univoco, lo sguardo è personale, e va a costruire sempre un contatto, esso tocca l'altro ed è portatore di tattilità. Sostituisce la tattilità perduta dalla vista. Ecco perché John Urry parla di "tourist gaze" (sguardo del turista) e non di "tourist sight". Il turista non si limita a vedere: la vista proietta l'uomo nel mondo¹²⁶, ma è il senso della superficie soltanto, mostra mere immagini. Platone, ricorda Le Breton, condanna l'immagine in quanto falsa e tale da mancare l'essenza del reale. Il turista non percorre migliaia di chilometri per vedere, ma per guardare, usa gli occhi attraverso lo sguardo, una dimensione molto più elaborata, che necessita di un coinvolgimento ed una partecipazione maggiori. Una persona *vista* non prova le stesse sensazioni di una persona *guardata*, poiché lo sguardo non è privo di incidenza fisica: sarà capitato a tutti di "sentirsi addosso" lo sguardo di una persona.

Lo sguardo, dunque, è più acuto, fornisce una prospettiva tridimensionale alle cose e a tutto ciò che è reale; esso, inoltre, critica l'oggetto in questione, non è mai neutrale. In materia turistica ogni sguardo è carico di immagini precostituite, poiché gli occhi si fermeranno laddove si incontrano quei tratti che si pensa contraddistinguano un soggetto. Il turista poserà il suo sguardo sulle diversità e sulle peculiarità che il visitato possiede, che altro non possono che essere

¹²⁶ Al riguardo, per spiegare quanto la vista sia la base per la costruzione della concezione del mondo di ogni essere umano, Le Breton riporta l'esempio di alcuni cechi dalla nascita che in età adulta acquistano il senso della vista. Essi "non sopportano il costo psicologico di un apprendimento che sconvolge il loro precedente rapporto con il mondo". Spesso, muoiono pochi anni dopo aver riacquisito la vista in uno stato di "profonda depressione".

Con questo estratto si vuole dimostrare come gli occhi modellino il nostro rapporto con il mondo più di ogni altro senso; pur soffermandosi sulla superficie delle cose, è il senso che nessuno mai vorrebbe perdere, è il senso che ci fa sentire vivi e che ci fa sentire *nel* mondo.

estetiche (il modo di vestirsi, di truccarsi, il colore della pelle, i tratti del volto) o, al limite, comportamentali (il modo di camminare, di mangiare, di ridere), filtrandolo attraverso immagini e modelli che gli sono stati raccontati. Tali sguardi sono costruiti per mezzo della differenza (Urry, 1990). L'azione conseguente consiste nel creare un giudizio che può variare a seconda del parametro zero, che siamo noi: l'autoctono si vestirà *meglio* o *peggio* di noi, gusterà sapori *migliori* o *peggiori* dei nostri, sarà *più* felice o *meno* felice di noi. Seppur sempre approssimativa, la conoscenza che deriva da uno sguardo è più approfondita di quella che scaturisce dal semplice vedere.

Ugualmente il nativo, quando arriva il turista, si crea un'opinione ed un'idea delle sue origini che risulta dal semplice osservare l'estetica della persona o la maniera di comportarsi. È fatto comune che le persone che vivono del turismo (come guide turistiche, albergatori e commercianti di souvenir) riconoscano la provenienza del turista dopo avergli dato un'occhiata veloce, anche senza scambiare alcuna parola. Prima di vedere, occorre imparare i segni, come si fa per una lingua (Le Breton, 2007); i nostri occhi realizzano un continuo lavoro di senso, che ci fa capire il mondo.

IV. 2.1 *Fotografia e sue interpretazioni*

Detto ciò, si passa ad analizzare il ruolo della fotografia, potente strumento che negli ultimi decenni si sviluppa e si diffonde di pari passo al fenomeno turistico, e che oggi costituisce assieme al turismo un binomio inscindibile. Il turismo rappresenta i canoni postmoderni per due principali motivi (Minca, 1996): in primis, esso si rapporta con il lontano, il mondo si fa più piccolo e globalizzato poiché ogni luogo è raggiungibile; secondo, attribuisce un'enorme importanza all'aspetto visuale, contribuendo alla già incalcolabile riproduzione di immagini. La cultura postmoderna in cui viviamo nutre le nostre esperienze di superficialità, di effimero e di spettacolarità. Questo concetto, trasferito in ambito turistico, si traduce in una sovrapposizione infinita di fotografie. La fotografia, che in origine nasce e cresce al di fuori del viaggio, oggi lo alimenta (Galassi, 1987).

Il ruolo della fotografia è mutato enormemente dalla sua nascita ad oggi. Attorno al 1840, essa emerge come un modo per conseguire una esatta rappresentazione

della natura per scopi scientifici, essa era considerata “the pencil of nature”. Rapidamente si diffonde in numerosissimi altri campi: nasce la fotografia ritratto, quella militare, artistica, di moda, turistica,... Oggi, la fotografia è diventata un fenomeno di massa in cui chiunque è in grado di scattare fotografie decenti. Oggi, fotografare non è più “mettere la testa, l’occhio ed il cuore nello stesso punto”¹²⁷, come invece era per Cartier-Bresson (2003, p. 11). Purtroppo, trattandosi di un gesto così semplice ed immediato, che non richiede sforzo alcuno, questa azione tende a perdere la sua essenza, e viene il più delle volte sminuita ed abusata. Ogni foto muta a seconda dell’ambito in cui è stata scattata e da chi ha compiuto l’azione. Nel contesto in esame, per esempio, verrà trattata la fotografia non professionista di turisti in vacanza che scattano foto principalmente per sé stessi e per mostrarle agli altri.

Nel celebre testo di Susan Sontag *On photography*, una meravigliosa riflessione sulla fotografia, la scrittrice descrive l’atto di fotografare come un atto di appropriazione della cosa fotografata; di riflesso, mettere assieme fotografie è come collezionare il mondo. Dunque, scattare foto è una grande dimostrazione di potere, del proprio, personale potere nei confronti del mondo. Personale, perché la fotografia è un’interpretazione del mondo, è la visione del mondo del singolo, come lo è un dipinto. Non ci saranno mai fotografie uguali scattate da persone diverse, come non ci potranno mai essere dipinti uguali realizzate da mani umane.

L’alleanza con il turismo è oggi indiscutibile.

Sembra innaturale viaggiare per piacere senza portare con sé una macchina fotografica. Le fotografie offriranno una prova indiscutibile che il viaggio è stato fatto, che il programma è stato compiuto e che ci si è divertiti. (Sontag, 1979, p. 176)¹²⁸.

Ecco che viene svelata l’importanza di questo binomio. In un mondo in cui superficialità e apparenza non vengono biasimate, le fotografie diventano un simbolo importante del viaggio di ognuno, perché forniscono una testimonianza. Quando si dubita di qualcosa, la fotografia funge da evidenza inconfutabile per

¹²⁷ “Fotografiar, es poner la cabeza, el ojo y el corazón en el mismo punto de mira”.

¹²⁸ “It seems unnatural to travel for pleasure without taking a camera along. Photographs will offer indisputable evidence that the trip was made, that the program was carried out, that fun was had”.

smentire dubbi o confermare certezze, poiché “certifica” le esperienze fatte. “Vedere per credere” si dice, l’uomo è da sempre un essere che non può fare a meno della sua capacità visiva¹²⁹ per provare la verità.

Un’altra funzione della fotografia, più personale, è quella del *souvenir*. Guardando all’etimologia di questo termine ormai eccessivamente e comunemente utilizzato, e per questo banalizzato, si scopre che il suo significato è, invece, molto profondo. Deriva dall’equivalente francese *souvenir*, sovvenire, ricordare, che a sua volta proviene dal latino *subvenire*, termine dalle molteplici e possibili traduzioni: sopravvivere, sopraggiungere, venire in mente, accorrere in aiuto, recare rimedio, combattere un male. Tutti termini che si possono romanticamente accostare, in tempi più moderni, al termine *souvenir*. La fotografia sopravvive al viaggio di ritorno, sopraggiunge nelle nostre case, ci fa venir in mente le esperienze vissute durante il viaggio, accorre in aiuto quando pensiamo di dimenticarcele, reca rimedio perché ci consola, combatte la nostalgia. Il *souvenir* si può regalare o tenere per se stessi, divenendo, nel secondo caso, un feticcio¹³⁰ per chi lo possiede, facendogli riaffiorare ricordi e frammenti dei luoghi che ha visitato. Le foto-*souvenir*, sono quelle che meglio aiutano a ricordare le emozioni per la loro immediata dimensione visuale.

La sola capacità di “prolungare”, anche per un breve lasso di tempo, la “magia sospensiva” del viaggio li rende [i *souvenir*], a mio avviso, quanto meno utili; a volte insostituibili [...] (Iannone, Rossi, Salani, 2005, p. 108).

Quando si tratta di ricordare, la fotografia è più incisiva (Sontag, 2006).

Le foto svolgono un altro importante ruolo: esse aiutano le persone ad impossessarsi dello spazio in cui si sentono insicure (Sontag, 1979). Ciò accade frequentemente nel turismo, in cui ci si trova in luoghi sconosciuti e di cui non si

¹²⁹ San Tommaso fu il primo ad ammettere questa debolezza e sfiducia dell’uomo nei confronti del mondo: “Se non vedo... e non metto la mia mano, non crederò”.

¹³⁰ Il termine feticcio venne messo in voga dai navigatori lusitani del XVII secolo col nome di *fetiço*, derivante a sua volta dal latino *factitium*, manufatto. La parola designava quegli oggetti di culto fabbricati dalle popolazioni africane occidentali che i portoghesi incontravano nei loro viaggi. La credenza voleva che nei feticci, spesso carcasse di animali, risiedessero forze soprannaturali. Paragonati al significato odierno, entrambe le versioni vedono nel feticcio un oggetto che possiede un significato aggiunto.

ha confidenza. Scattare foto è un modo per conoscere il luogo; rubarne e conservarne un pezzo, portarlo via con sé, fa sentire “padroni” di quelle parti di cui ci siamo appropriati.

Il viaggiatore tende a costruire la sua memoria intorno alle foto che scatta (Aime, 2005, p. 94).

Se a distanza di anni si ritorna in un luogo che avevamo visitato di sfuggita, ma di cui si conservano le foto che di tanto in tanto vengono riguardate per rinfrescare la memoria, al nostro ritorno ci sembrerà di conoscerlo e di ricordarci tutto. Perché le foto ci aiutano a ricostruire la geografia dei posti in cui siamo stati, ci orientano in mezzo a vie strette ed intricate, che senza quegli scatti fatti in passato, avremmo oggi totalmente scordato. Il solo fatto di pensare all’oggetto fotografico in senso ampio significa appropriarsene; la fotografia sottomette la realtà allo sguardo meccanico della macchina (Koury, 2004). In particolar modo quando si tratta di individui, ad essere oggetto di interesse fotografico, essi perdono la loro personalità per essere trasformati in una sorta di monumenti (Aime, 2005). L’individuo da soggetto diventa oggetto spersonalizzato.

Infine, scattare una foto può mettere a proprio agio, combatte l’ansia, infatti, oltre ad essere un rito sociale, è una difesa simbolica che i turisti usano nei confronti dei non-turisti, poiché la persona, mediante il gesto di portare la macchina fotografica e di scattare, da semplice sconosciuto acquisisce un’identità. Ed è importante durante i viaggi non essere nessuno, perché l’essere lontani da casa, l’essere da soli, annulla l’identità della persona che era prima, e la costringe ad assumerne un’altra: incontriamo chi viaggia come turista¹³¹, come viaggiatore senza fretta, come ricercatore, come ospite, chi viaggia per lavoro, ...

¹³¹ È interessante notare come negli anni si cerchi di evitare di etichettarsi come semplici turisti. Il turismo di massa ha degradato l’immagine di chi viaggia, e dunque si cerca di aggettivare la propria attività quale responsabile, etica, sostenibile, sportiva, alternativa, ... o sostituendola con altri termini quindi viaggiatore, *mochilero*, giramondo, ... “They are tourist, I am not” recita il titolo di un capitolo di *The tourist image. Myths and myth making in tourism* in cui si parla dell’uso della parola turista come etichetta derisoria.

Nel 1979, durante un importante evento fotografico tenutosi a Milano¹³², venne diffuso un bollettino da Foto/gram¹³³, il *Discorso al bambino che vuole diventare fotografo*, il cui inizio recita così:

Non fotografare gli straccioni, i senza lavoro, gli affamati. Non fotografare le prostitute, i mendicanti sui gradini delle chiese, i pensionati sulle panchine solitarie che aspettano la morte come un treno nella notte. Non fotografare i negri umiliati, i giovani vittime della droga, gli alcolizzati che dormono i loro orribili sogni. La società gli ha già preso tutto, non prendergli anche la fotografia.

E il discorso prosegue come elenco, enumerando tutti quei soggetti che non dovrebbero essere fotografati: assassini, storpi, vittime di violenze, matti, morti,... La questione della violenza, del terrore, e della morte come notizia e informazione sotto forma di documentazione fotografica è sempre stato un argomento controverso. Oggi la questione si complica ulteriormente rispetto al 1979, perché non è più il fotografo professionista di cui si parla, come Robert Capa che fotografa crude scene di guerra o Diane Arbus che ritrae emarginati. Chiunque può potenzialmente farlo, e non lo fa per fini informativi e divulgativi, ma lo fa per se stesso. Se ne ha l'occasione fotografa scene malinconiche di vecchi tristi, situazioni patetiche di persone in difficoltà, scatta foto agli indigenti e ai disagiati. Fotografa il dolore. Susan Sontag in *Davanti al dolore degli altri* parla proprio del dolore fotografico e di come la fotografia sia subentrata al contatto fisico con chi soffre. Non ci avviciniamo più per aiutare, preferiamo scattare una foto e documentare che c'è gente nel mondo che soffre. Fotografare diviene, così, una partecipazione passiva: si partecipa emotivamente al dolore degli altri, perché, in quanto individui sensibili, è normale che esso ci coinvolga, ma non si fa nulla che oltrepassi il gesto dello scatto.

Durante i tour nelle favelas, è norma da parte della guida, avvisare i turisti di non fotografare l'interno delle abitazioni o dei negozi, e di avere riguardo nel riprendere persone al lavoro o per strada. Si avverte di fare attenzione e di rispettare l'altro, dato che è lo stesso che pretenderemmo noi a casa nostra.

¹³² Salone Internazionale Cine Foto Ottica e Audiovisivi.

¹³³ Fototeca Storica Nazionale Ando Gilardi.

Esiste un'aggressione implicita in ogni uso della fotocamera (Sontag, 1979). Essendo la fotografia un elemento estremamente personale, ogni viaggiatore-fotografo non farà altro che fotografare il mondo secondo il suo punto di vista: le fotografie varieranno a seconda del filtro culturale che sta dietro l'obiettivo. A Palloma Menezes (2007), dopo aver analizzato 50 fotolog che mostravano più di 700 foto scatti di favelas, risulta che i turisti scattano foto di stradine e fossi, di cavi intricati, di una vista stupenda rivolta all'oceano, di piante ed animali "esotici", come galline e cani, ma più di qualsiasi altra cosa, sono le abitazioni e gli abitanti (preferibilmente bambini e neri) ad essere oggetto di interesse fotografico. Quelle scattate sono tutte immagini che esotizzano la favela e che mostrano quello che per l'occidentale è più significativo e caratteristico, quello che in modo più incisivo rappresenta la "irreducible otherness" (Osborne, 2000). Più è diverso, più è "altro da noi" e più l'oggetto sarà interessante.



Fig. 24. Turisti fotografando una delle visuali di Rocinha.

Le fotografie, in sostanza, disegnano, modellano, danno forma alla nostra esperienza, la riassumono, la raccontano, la testimoniano. Viaggiare non è altro che una strategia di accumulazione di fotografie (Urry, 2000), viaggiare è un'accumulazione di esperienze raccontate attraverso immagini.

Quando Zurbrogg, nel giugno del 1993, chiede a Baudrillard in un'intervista, che cosa sia la fotografia, egli risponde:

[...] è molto più di un piacere oggettivo, è piuttosto un processo di realizzazione personale. Quando scatto fotografie, lo faccio

camminando, passando per diverse città, senza dubbio come molti altri fotografi. Consiste in una sorta di “viaggio” e di “espressione”, e a questo riguardo, un modo di scappare da se stessi, di essere da qualche altra parte, una forma di esotismo se vogliamo. È per questa ragione che non sono un fotografo. Non è l’immagine che io produco (anche se è bella) ciò che mi interessa primariamente, ma, piuttosto, è questo tipo di attività, questo tipo di escursione esoterica (1997, p. 33-34)¹³⁴.

IV. 2.2 Il fenomeno “Favela chic”

Come si è già visto, in alcune favelas, quelle più moderne e che reagiscono in maniera positiva al turismo, sono riuscite a creare attorno a se stesse una sorta di aura che le ritrae come sottoculture urbane di tendenza. Rocinha, che un tempo era una delle comunità più pericolose di Rio, è oggi il *morro* multiculturale per eccellenza, il più grande, è una città nella città, con un’identità propria e che conserva ancora la reputazione di “favela maledetta”. Vidigal è la “favela chic”: luogo di incontro di moltissimi carioca che vivono in ogni angolo della città, essa ospita locali esclusivi in cui si riunisce la “Rio bene”. Inoltre è un terreno fertile per progetti di ogni tipo, molti dei quali legati alla moda e al riciclaggio. Santa Marta è la favela-tipo, quella che si trova nel centro città, colorata, intricata; è stata scelta da Spike Lee per girare un video di Michael Jackson, circostanza cui deve gran parte della sua fama.

Il *favela branding* è un fenomeno che si sta diffondendo sia a livello locale, con oggetti e manufatti Made in Favela, come anche in ambito internazionale. Quanto al primo caso, che si è già incontrato in precedenza, esso vede la partecipazione di artigiani autonomi, associazioni locali ed ONG che producono e vendono il risultato del proprio lavoro e dei propri progetti dentro la favela stessa o nelle spiagge e le fiere della zona Sud, tutti prodotti destinati a turisti e stranieri. L’immagine più venduta è quella della favela come luogo di

¹³⁴ “[...] it’s much more of an objective pleasure, rather than a process of self-realization. When I take photographs, I do so while walking, while crossing cities, doubtless, like many other photographers. It’s a kind of ‘travelling’ or ‘acting-out’, and in this respect, a way of escaping oneself, of being elsewhere, a form of exoticism too, perhaps. It’s for this reason that I’m not really a photographer. It’s not really the image that I produce, even if it’s a beautiful photograph, that interest me primarily, rather, it’s this kind of activity, this kind of exoteric excursion”.

riciclaggio, pratica molto apprezzata dal pubblico occidentale abituato allo spreco. Ecco, dunque, che tutto quanto riguardi il riutilizzo di oggetti vecchi, rifiuti e quant'altro, risveglia la curiosità e l'ammirazione di chi non è abituato a farlo. Il riciclo diventa arte, artigianato, moda, architettura. Considero questa modalità estremamente simbolica per luoghi come le favelas: riciclare altro non è che trasformare qualcosa in qualcos'altro. Allo stesso modo in cui si applica questo concetto a cose fisiche e concrete, lo si può fare a livello ideologico. Favela era crimine, violenza, traffico, e, di riflesso, l'idea del riciclare può simbolicamente mutare anche quell'immagine.

Al di fuori di Rio de Janeiro e del Brasile favela diventa un prefisso che solo vagamente ricorda le comunità carioca. A Parigi esiste il ristorante *Favela chic*, a Tokyo c'è il *Favela*, a New York si trova *Miss Favela*, a Sidney *Favela* un'altra volta, tutti locali che servono cucina brasiliana talvolta mescolandola con quella locale e, cosa più importante, in un ambiente raffinato ma spartano allo stesso tempo. L'idea di favela è stata tradotta e modificata per i più esigenti occidentali ed è riassunta proprio dal nome del ristorante francese, favela sì, ma che non manca di essere elegante e di moda.

Ecco che i prodotti esotici diventano un *trademark*. Lo stesso è accaduto ad *Havaianas*: il celebre marchio di flip flop che è alla base dell'abbigliamento di ogni *favelado* e che rappresenta il Brasile in tutto il mondo, viene venduto nelle capitali europee a prezzi che farebbero impallidire qualsiasi brasiliano. Due designers italiani hanno creato nel 2003 la *Italy's favela chair*, una sedia formata da dei pezzi di legno che, come recita la descrizione sono "simili a quelli con cui vengono costruite le baracche delle favelas in Brasile"¹³⁵. Sedia che costa 3.000 euro.

Sono pochi i consumatori di questo commercio del *poor chic*, così lo chiama Freire Medeiros, che si curano di approfondire che cosa ci sia all'origine di quanto viene proposto. Un'altra volta emerge la derisione dell'autenticità (Urry, 1990), che si fa ancora più accentuata quando accade all'estero, lontano da chi, l'autenticità, può proteggerla e difenderla. La povertà diventa allora "stilosa" e *favela* un prefisso tropicale usato per speziare i posti ed i prodotti occidentali

¹³⁵ <http://www.owo.biz/products/favela-chair-edra>

(Phillips, 2003)¹³⁶.

C'è anche chi delle favelas ne fa un'arte. Lo spagnolo Dionisio Gonzáles nella sua serie *Favelas*, ricostruisce questi spazi a computer creando delle composizioni fotografiche molto realistiche che risultano dall'aggiunta di elementi di architettura contemporanea. La scelta delle favelas, e non di altre bidonville sparse per il mondo, non è stata casuale: esse possiedono un'estetica specifica che nel loro disordine e nella loro precarietà strutturale, è recepita come piacevole ed estremamente esotica. Il lavoro, esposto alla biennale di Venezia ed oggi posseduto dalla Galerie Richard di New York, allude all'architettura contemporanea ed alle conseguenze della gentrificazione, le quali non offrono alcuna certezza. Fotografia e arte, dunque, come denuncia di un fenomeno globale.



Fig. 25. Dalla serie *Favelas*
(<http://imageobjecttext.com/2012/03/04/reimaginings/>).

¹³⁶ <http://brazzil.com/2003/html/articles/dec03/p105dec03.htm>

CONCLUSIONI

Più volte mi sono chiesta se questa tesi sarebbe stata possibile anche senza recarsi fisicamente nei luoghi oggetto di studio. Ossia, avrei potuto redigere una tesi che parla della favelas e del turismo che le interessa anche rimanendo in Italia? Sarebbe stato sicuramente possibile, infatti la letteratura ed il materiale al riguardo sono vasti ed il mondo in cui oggi viviamo ci agevola nell'approfondire qualunque argomento si desideri, anche senza doversi muovere. Ma questa ha acquisito interesse proprio per il fatto che è frutto di una visione diretta e personale dell'argomento trattato. Sentire la bellezza della città in cui ho avuto il privilegio di abitare per tre mesi, e vivere la dinamicità delle favelas, hanno senza dubbio contribuito a far sì che mi appropriassi di questo tema, per cui nutro e ho nutrito molta passione ed affetto. Quello che spero, è che ciò sia percepito durante la lettura di questo lavoro.

Ecco perché ho insistito nel presentare la città di Rio de Janeiro, nel raccontare la tormentata storia delle favelas carioca e dei problemi da cui sono investite, partendo dalla presenza massiccia del narcotraffico al loro interno fino alla grossolana soluzione dell'istallazione di Unità di polizia pacificatrice, trattando poi il ruolo di mass media e cinema nella creazione di stereotipi e false immagini, come anche il sentimento razzista che si alimenta all'interno del Paese stesso.

Seguendo un taglio sociologico, si è visto che l'autenticità tanto agognata dal turista altro non è che un'illusione, ed anzi, questa ricerca dell'autentico contribuisce, in particolar modo nei Paesi in via di sviluppo, alla metamorfosi del turismo in una vera e propria invasione contemporanea. La curiosità voyeuristica e l'ansia di differenziarsi dai turisti di massa, sono le motivazioni che guidano quei turisti che bramano questo tipo di esperienze controverse, cui si è tentato di applicare una tipizzazione.

La sezione riguardante i casi di studio di tre *comunidades* selezionate per l'influenza che godono all'interno del settore turistico, è quella che testimonia la personale presenza sul campo. Si è scelto, in primo luogo, Rocinha, la "New York delle favelas" (Aquino, 2007), da cui è emersa la differenza tra tour sociali, i quali si preoccupano di demistificare gli stereotipi che aleggiano sugli slum, e quelli miranti a proporre il lato oscuro, reiterando così tutta una serie di

preconcetti; segue Vidigal, favela che sta affrontando un massiccio processo di gentrificazione; infine è stata trattata Santa Marta, modello della favela pacificata carioca. Ognuno degli esempi riportati rappresenta il non semplice percorso che gli abitanti devono seguire affinché all'interno dei *morros* si possa sviluppare un turismo sano e responsabile.

Il lavoro si conclude con un'ampia riflessione sul termine "incontro". L'incontro, nonostante la sua implicita natura itinerante, non trova coincidenza con il fenomeno turistico: straniero e locale mantengono sempre una distanza di sicurezza. Il turista è un male necessario e l'avvicinamento diviene di conseguenza impossibile. Solo la fotografia, che altro non è che un atto di appropriazione ed il prolungamento del nostro sguardo, permette al turista di "portare a casa" quei legami e quelle impressioni che in loco non sono stati realizzabili.

Come è stato discusso, il turismo è un fenomeno di cui è impossibile nascondere le dinamiche economiche, soprattutto quando esso si svolge nelle zone depresse dei Paesi in via di sviluppo. I soggetti di questo processo, turista e residente, svolgono due funzioni opposte: l'uno si trova in vacanza, dunque fuori dalla sua quotidianità, mentre l'altro è immerso nella sua routine lavorativa. Già nella teoria non sussistono gli elementi per creare un incontro, ossia la volontà, la predisposizione e l'interesse di entrambi gli individui. Sono due mondi che si scontrano più che incontrarsi, dove da una parte si trova il desiderio (genuino o meno) dell'occidentale di conoscere nuovi stili di vita, di vedere l'autenticità, di scoprire culture diverse, e dall'altra sussiste il puro interesse economico del residente.

Inoltre, quando il turismo trova luogo nei bassifondi delle grandi città delle ex colonie, è automatico rinvenire in questo fenomeno delle tracce di colonialismo: il turismo, altro non è che un'invasione pacifica ma che mette soggezione ai visitati e crea un ulteriore ostacolo all'incontro tra le due parti, che, non senza difficoltà, può sfociare nell'ostilità quando non viene ben gestito. La vera utilità del turismo negli slum, ed in particolare nelle favelas, coincide nella dissacrazione dei preconcetti di cui il turista è carico. Ecco allora che la guida turistica gioca un ruolo essenziale: essa può scegliere di far conoscere la favela per ciò che veramente è, oppure può puntare al solo vantaggio economico e raccontare al turista ciò che vuole sentirsi dire, e ricadere, così, nei luoghi

comuni della favela violenta e sporca, del *favelado* povero e maleducato, innescando nel visitante un sentimento di superiorità mista a compassione. Il tutto coincide a un grande circolo vizioso, che però può essere interrotto: si tratta di scegliere quale sia il valore portante delle proprie azioni, il lucro oppure l'utilità sociale.

L'incontro, dunque, nella maggior parte dei casi rimane una possibilità teorica, e l'autenticità tanto ricercata viene sostituita da "scene tipiche" che vengono riproposte al turista: dal venditore di souvenir riciclati, alla guida attenta ad indicare i luoghi comuni che il turista si aspetta di incontrare, dalla bossanova che accompagna il turista durante gli spostamenti nel van, alle meravigliose viste panoramiche che sono state monopolizzate da stranieri armati di fotocamera.

In tutto ciò, però, non bisogna dimenticare che esistono degli esempi, seppur esigui, che incoraggiano turismo "buono", di piccoli imprenditori locali che sono riusciti a sfruttare a loro vantaggio l'ondata turistica, ONG che supportano la formazione di guide turistiche *favelados*, residenti che sentono il bisogno di trarre vantaggio dal fenomeno turistico e allo stesso tempo di difendere la propria comunità, e tutta la società civile che si adopera nel sostenere progetti che vanno a favore sia dei residenti che del turismo. Non si può tralasciare che si tratta di aree delicate, problematiche e soprattutto molto eterogenee fra loro, dunque ciò di cui abbisognano sono studi e progetti su misura che dovrebbero sì, essere appoggiati da soggetti esterni, ma che andrebbero soprattutto promossi e gestiti dai residenti stessi, che dovrebbero anche essere gli unici beneficiari dei proventi ricavati dalle attività turistiche (ricettività, vendita di articoli, organizzazione di tour guidati, ...).

Proprio perché si tratta di una tesi che abbraccia diversi temi volti a spiegare il turismo nelle favelas, non può ritenersi esaustiva in ogni argomento affrontato. Una riflessione particolarmente interessante che merita un ulteriore approfondimento sarebbe da effettuare sulla tematica del narcotraffico, la quale influisce profondamente sul comportamento degli abitanti di Rio de Janeiro, e, di conseguenza, incide anche sulle modalità in cui si sviluppa il turismo nella città intera. Ugualmente, andrebbe trattato più a fondo, da una parte, il ruolo dei mass media, i quali filtrano le notizie e modificano (in negativo) l'immaginario di chi non conosce questi micro-mondi, e, dall'altra, quello del cinema, potente mezzo di comunicazione che tende a costruire un'immagine *cool* e distorta della favela.

Ad ogni modo, la maniera migliore per conoscere una favela resta quello di recarvisi, meglio se a piedi. Scegliendo una buona guida, o anche da soli ove possibile, ma muniti delle informazioni corrette, è possibile entrare in contatto con un mondo che non può lasciare indifferenti. Le sorprese che si incontreranno durante il cammino saranno sia positive che negative, ma saranno vere, autentiche. “Camminare significa aprirsi al mondo” (Le Breton, 2011, p. 9): è l’attività che dovrebbe costituire la base di ogni viaggio, essa stimola i sensi dell’essere umano, è attività antropologica per eccellenza che ci consente finalmente di scovare l’autentico, quel desiderio che tormenta ogni turista durante i suoi viaggi.

Ricorrendo sempre al concetto del cammino, ma questa volta quale esperienza personale, ritengo quelli passati in Brasile tra i mesi più significativi che fanno parte del mio percorso formativo, come anche quelli successivi che hanno dato vita a questa lunga riflessione. Risulta monotono e noioso ricordare quanto il viaggio, che altro non è che il sottofondo su cui è stata costruita questa tesi nonché tema portante di essa, sia un’esperienza educativa fondamentale e spesso molto più intensa dei libri stessi, ma colgo l’occasione per ripeterlo perché provo un particolare affetto per questo lavoro che non sarebbe stato lo stesso senza l’entusiasmo ed il coinvolgimento che quelle persone e quei luoghi mi hanno infuso. Devo molto a questa tesi e a questo viaggio.

Anche se andrebbero ridimensionate su misura, sulla mia misura, per concludere, riporto le parole che David Le Breton (2007, p. 459) utilizza nella conclusione de *Il sapore del mondo*, poiché sono quelle che meglio rispecchiano il mio stato d’animo attuale.

È un piacere voltarsi indietro e osservare il cammino percorso, tuttavia non si può evitare la malinconia quando, alla fine, si è costretti a voltare pagina per consegnare il manoscritto all’editore e il libro ai lettori. Rimane la gioia di avere per lungo tempo camminato, letto, interrogato, incontrato, viaggiato [...].

BIBLIOGRAFIA

Agustoni A., *Sociologia dei luoghi ed esperienza urbana*, Milano, FrancoAngeli, 2000

Aime, M., *L'incontro mancato. Turisti, nativi, immagini*, Torino, Bollati Boringhieri, 2005

Aime M., "Antropologia del turismo" in *La ricerca folklorica*, n.56, 2007, pp. 3-7

Alvito M. org., *Um século de favelas*, Rio de Janeiro, FGV, 2004

Aquino R., "A nova cara da Rocinha" in *ÉPOCA*, agosto 2007
<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG78564-6014,00-A+NOVA+CARA+DA+ROCINHA.html>

Aristotele, *Poetica*, trad. Valgimigli M., Roma, Laterza, 1966

Augé M., *Non luoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Milano, Eleuthera, 1993

Augusto, M., *Meu velho Rio*, Rio de Janeiro, Prefeitura do distrito federal, 1958

Badiou A., *The century*, Oxford, Polity Press, 2007

Barretto M., *Turismo, cultura e sociedade*, São Paulo Edusc, 2006

Barretto M., *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*, Campinas, Papirus, 2007

Baudrillard J., "Videosfera e soggetto frattale", in *Videoculture di fine secolo*, 1989, pp. 29-39

Bauman Z., *Modernidade e Holocausto*, Rio de Janeiro, Zahar, 1998

Bauman Z., *O mal estar da pós-modernidade*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998

Bauman Z., *Identidade*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005

Bentes I., "Sertoos e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome", in *ALCEU*, v.8, n.15, 2007, pp. 242-255

Boschi R.R. Goldschmidt R.I., *Populações faveladas do estado da Guanabara*, Sociedade Brasileira de instrução, Instituto universitário de pesquisa do Rio de Janeiro, Edições Dados, 1970

Bostic R.W., Martin, R.W. “Black Home-owners as a Gentrifying Force? Neighborhood Dynamics in the Context of Minority Home-ownership”, in *Journal of urban studies*, v.40, n.12, 2003, pp. 2427-2449

Brown D., *The tourist image. Myths and myth making in tourism*, Chichester and New York, Wiley, 1996

Burgos M.B. et al., “O efeito UPP na percepção dos moradores da favela” in *Desigualdade & Diversidade - Revista de Ciências Sociais da PUC*, n.11, 2011, pp. 49-98

Burns P.M., *Turismo e antropologia: uma introdução*, São Paulo, Chronos, 2002

Canclini N.G., *Culturas híbridas*, São Paulo, Edusp, 2003

Canclini N.G., *Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2006

Cartier-Bresson H., *Fotografar del natural*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003

Castro A., *Turismo na favela: exploração, progresso ou tico-tico no fubá?* In Portal Homen, 2012, <http://www.portalhomen.com.br/artigos/turismo-favela>

Cohen E., “The sociology of tourism: approaches, issues and findings” in *Annual review of sociology*, v.10, 1984, pp. 373-392

Cohen E., “Authenticity and commoditization in tourism” in *Annals of tourism research*, v.15, 1988, pp. 371-386

Crick M., “Representations of international tourism in the social Science: sun, sex, sights, savings, and servility”, in *Annual Review of Anthropology*, v.18, 1989, pp. 307-344

Crang P., “Performing the tourist product”, in Rojek C. Urry J., *Touring Cultures*, London, Routledge, 1997, pp. 137-154

Dann G.M.S., *The dark side of tourism*, CIRET-International center for research and studies in tourism, v.14, 1998

Davis M., *Planeta Favela*, São Paulo, Boitempo, 2006

- De Kadt E., *Tourism, Passport to development?*, World Bank publication, 1979
- Debord G., *La Société du spectacle*, Paris, Editions Gallimard, 1992
- Delgado de Carvalho C.M., *Historia da cidade do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Biblioteca Carioca, 1990
- Doquet A., *Les masques dogon: ethnologie savante et ethnologie autochtone*, Paris, Karthala, 1999
- Dormandy T., *El peor del los males. La lucha contra el dolor a lo largo de la historia*, Madrid, Machado Libros, 2010
- Dos Passos J., *Sulle vie del Brasile*, Roma, Donzelli editore, 2012
- Fernandes U., *A favela da Rocinha: uma centralidade turística na cidade do Rio de Janeiro. Um novo olhar*, XI Encontro Internacional Humboldt, Ubatuba 26-30 outubro 2009
<http://elistas.egrupos.net/lista/encuentrohumboldt/archivo/indice/2677/msg/2755/>
- Figueira V. Dias R., *A responsabilidade social no turismo*, Lisboa, Escolar Editora, 2011
- Foley M. Lennon J.J., “JFK and Dark Tourism: Heart of Darkness” in *Journal of International Heritage Studies*, 1996, pp. 198-211
- Freire Medeiros B., *A construção da favela carioca como destino turístico*, Rio de Janeiro, CPDOC, 2006
- Freire Medeiros B., *Gringo na Laje. Produção, circulação e consumo da favela turística*, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2009
- Freire Medeiros B. Menezes P., “Fotografando a pobreza turística”, in *Antropológicas*, v.20, 2009, pp. 173-198
- Freire Medeiros B., “Entre tapas e beijos: a favela turística na perspectiva de seus moradores”, in *Sociedade e Estado*, v.25 n.1, 2010, pp. 33-51
- Freire Medeiros B., *Touring poverty*, Oxon, Routledge, 2013
- Galassi P., *Henri Cartier-Bresson. The Early Work*, New York, MOMA, 1987

Goirand C., “ “Philanthropes” en concurrence dans les favelas de Rio” in *Critique internationale*, v.4, n.1, 1999, pp. 155-167

Graburn N. et al., *Turismo e antropologia. Novas abordagens*, Campinas, Papirus, 2009

Hall S. Gay P., *Questions of cultural identity*, London, Sage publications, 1996

Hamman G., "*Gentrificação*" chega ao Vidigal e pressiona preços dos imóveis, in DW, aprile 2014

<http://www.dw.de/gentrificação-chega-ao-vidigal-e-pressiona-preços-dos-imóveis/a-17562164>

Honnet A., *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*, São Paulo, Ed. 34, 2003

Iannone R. Rossi E. Salani M., *Viaggio nel viaggio: appunti per una sociologia del viaggio*, Roma, Maltemi, 2005

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, *Censo demográfico 2010: aglomerados subnormais*, Rio de Janeiro, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2010

Jackiewicz E.L. Bosco F.J., “Placing Latin America: Contemporary Themes in Human Geography”, in *Apcg Yearbook*, v.70, 2008, pp. 161-164

Kellner D., *A cultura da mídia*, São Paulo, EDUSC, 2001

Koury M., “Fotografia e interdito”, in *Revista brasileira de ciências sociais*, v.19 n.54, 2004, pp. 129-141

Koven S., *Slumming: Sexual and Social Politics in Victorian London*, Oxford, Princeton university press, 2004

Krippendorf J., *Holiday markers*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 1999

Krippendorf J., *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1989

Le Breton D., *Il sapore del mondo. Un'antropologia dei sensi*, Milano, Raffaello Cortina, 2007

Le Breton D., *Il mondo a piedi*, Milano, Feltrinelli, 2011

- Leitão T., Rocinha tem escolaridade media de 5,1 anos, in Agencia Brasil, 2011
<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2011-11-13/rocinha-tem-escolaridade-media-de-51-anos>
- Lessa C., *O Rio de todos os Brasis*, Rio de Janeiro, Record, 2000
- Lucaites J.L. Condit C.S. Caudill S., *Contemporary rhetorical theory: a reader*, New York, The Guilford press, 1999
- MacCannel D., *Empty meeting Grounds: the tourist papers*, London, Routledge, 1992
- MacCannell D., “Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings, in *American Journal of Sociology*, v.79, n.3, 1973, pp. 589-603
- MacCannel D., *The Tourist: a new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books, 1976
- Machado da Silva L.A., “Sociabilidade violenta: por uma interpretação da criminalidade contemporânea no Brasil urbano” in *Sociedade e Estado*, v.19, n. 1, 2004, pp. 53-84
- Maoz D., “The mutual gaze”, in *Annuals of tourism research*, v.33, n.1, 2006, pp. 221-239
- Mattos Pimenta, J.A., *Para a remodelação do Rio de Janeiro. Discursos pronunciados no Rotary Club do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Rotary Club, 1926
- Medeiros L., “Comércio em favela se reinventa após UPPs”, in *Mundo do Marketing*, 2014,
<http://www.brasil247.com/pt/247/favela247/131381/Comercio-em-favelas-se-reinventa-apos-UPPs.htm>
- Meethan K., “Mobile cultures? Hybridity, tourism and cultural change”, in *Current issues in tourism*, v.1 n.1, 2003, pp. 11-28
- Menezes C., *Ministro vê "caráter lírico" na miséria*, in Folha de São Paulo, 7/11/1999, <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc07019913.htm>
- Michel F., *Altrove, il settimo senso. Antropologia del viaggio*, Milano, MC, 2001
- Minca C., *Spazi effimeri*, Padova, CEDAM, 1996

Mitford N., "The Tourist", in *Encounter*, v.13, 1959, pp. 3-7

Motta M., *Rio, cidade-capital: descobrindo o Brasil*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editores, 2004

Nash D., "Tourism as an anthropological subject", in *Current anthropology*, v.22 n.5, 1981, pp. 461-481

Needel J., *Belle Époque Tropical*, São Paulo, Editora Schwarcz, 1993

Osborne P., *Travelling light. Photography, travel and visual culture*, Manchester, Manchester University Press, 2000

Ouriques H.R., *A produção do turismo: fetichismo e dependência*, Campinas, Editora Alínea, 2005

Panza P., *Il business del male. Perché ci attrae tanto l'esibizione del macabro*, in *Il Corriere della Sera*, 2011
http://archiviostorico.corriere.it/2011/aprile/10/business_del_Male_Perche_attrae_co_9_110410022.shtml

Papotti D. Aime M., *L'altro e l'atrove*, Torino, Giulio Einaudi, 2012

Pereira D., *Favela e a mídia*, 17/12/12,
<http://favelapotente.wordpress.com/2012/12/>

Perlman J., *Four Decades of Living on the Edge in Rio De Janeiro*, New York, Oxford University Press, 2010

Phillips T., "Brazil: How *Favelas* Went Chic", in *Brazzil Magazine*, 2003
(<http://brazzil.com/2003/html/articles/dec03/p105dec03.htm>)

Pratt M.L., "Arts of the contact zone", in *Modern language association*, 1991, pp. 33-40
(http://writing.colostate.edu/files/classes/6500/file_ec147617-ade5-3d9c-c89ff0384aeca15b.pdf)

Redfern, P. A., "What Makes Gentrification 'Gentrification'?" in *Journal of urban studies*, v.40, n.12, 2003, pp. 2351-2366

Reis Velloso et al., *Favela como oportunidade. Plano de desenvolvimento de favelas para sua inclusão social e econômica*, Rio de Janeiro, INAE, 2012

Rorthy R., *Contingência, ironia e solidariedade*, São Paulo, Martins, 2007

Rossi E., “Rocinha, un cambiamento difficile”, in *Il Corriere della Sera*, 2013, http://www.corriere.it/esteri/speciali/2013/brasile-rocinha/rocinha_brasile_spec.creatavist.com/story/6388.shtml

Sanmartini G., *Cidade do Rio de Janeiro: curiosidades na historia de sua fundação*, Rio de Janeiro, Giulio Sanmartini, 1998

Santana N.M. C. org., *Turismo entre diálogos: interpretações sobre gestão, política, cultura e sociedade*, Rio de Janeiro, E-Papers, 2012

Savelli A., *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Milano, FrancoAngeli, 2004

Seaton, A. “Thanatourism and its discontents: an appraisal of a decade’s work with some future issues and directions”, in Jamal, T. and Robinson, M. *The Sage Handbook of Tourism Studies*, pp. 521–542, 2010

Simmel G., *Sociologia*, Torino, Einaudi, 1998

Simmel G. et al., *Vicinanza e lontananza. Modelli e figure dello straniero come categoria sociologica*, Milano, Franco Angeli, 1986

Smith V. ed., *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania, 1989

Soares Gonçalves R., *Favelas do Rio de Janeiro: historia e direito*, Rio de Janeiro, Pallas, Ed. PUC, 2013

Sontag, *On photography*, Londra, Penguin, 1979

Sontag S., *Davanti al dolore degli altri*, Milano, Mondadori, 2006

Stone P., “Dark tourism: an old concept in a new world” in *Tourism Magazine by the Tourism Society (UK)*, 2005, http://works.bepress.com/philip_stone/26

Todorov T., *La conquista dell’America. Il problema dell’altro*, Torino, Einaudi, 1984

Torres C.C., *Representações do negro em Cidade de Deus: uma análise descritiva de quatro personagens do filme*, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008

Turner L. Ash J., *The Golden hordes*, London, Constable, 1975

- UN-HABITAT, *The challenge of slums*, London, Earthscan Publications, 2003
- Urry J., *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*, Studio Nobel, São Paulo, 1990
- Valladares L., “A gênese da favela carioca. A produção anterior às ciências sociais”, in *Revista brasileira de ciências sociais*, v.5, n.44, 2000, pp. 5-34
- Valladares L., *A invenção da favela. Do mito de origem à favela.com*, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2005
- Ven der Berghe P.L Keyes C.F., “Introduction: tourism and re-created ethnicity”, *Annals of tourism research*, v.3, n.11, 1984, pp. 343-352
- Vandergrift J., “Gentrification and displacement”, in *Urban Altruism*, Calvin College, 2006
- Verma, G. D., *Slumming India: a chronicle of slums and their saviours*, New Delhi-New York, Penguin Books, 2003
- Waiselfisz J.J., *Mapa da violência 2013: mortes matadas por arma de fogo*, CEBELA, 2013
- Wohl S.A., *The Eternal Slum: Housing and Social Policy in Victorian London, Piscataway*, Transaction Pub, 2002
- Wolff K., *The sociology of George Simmel*, New York, Ulan Press, 1950
- Zurbrugg N., *Jean Baudrillard, art and artefact*, Leicester, Sage publication, 1997