

Turismo e consumo das cidades: apontamentos sobre o biopoder

Alex Reinecke de Alverga

Psicólogo. Mestre e doutorando em Psicologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista de doutorado pelo CNPq.

End.: R. Joaquim Correia, 2095, Lagoa Nova. Natal, RN. CEP: 59064-410.

E-mail: alex.alverga@gmail.com

Magda Dimenstein

Psicóloga. Doutora em Saúde Mental pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora do Departamento de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

End.: UFRN, CCHLA, Dept. de Psicologia, Campus Universitário, Lagoa Nova. Natal, RN. CEP 59078-970.

E-mail: magda@ufrnet.br

Resumo

Partindo do entendimento de que o biopoder tornou-se uma das principais vias que o capital recorre para se propagar, Michel Foucault lançará esta discussão pensando o biopoder como uma tecnologia de dupla face que por um lado age a partir da disciplina de regulação dos corpos, através principalmente das instituições de confinamento para gerar um indivíduo dócil e útil (anatomo-política) e concomitantemente incide sobre a coletividade humana, gerindo a vida da população, ordenando as cidades, através do controle

das taxas de natalidade, mortalidade, morbidade, longevidade, portanto, incidindo de maneira massificante sobre o corpo-espécie (biopolítica das populações). Inspirados na analítica foucaultiana a respeito do biopoder lançamos o seguinte questionamento que irá conduzir o objetivo do presente artigo: como esta tecnologia de dupla face interfere na prática contemporânea do turismo, ou mais precisamente, como o turismo se transforma em um agenciamento do biopoder? Para responder esta indagação propomos inicialmente problematizar como a atividade turística tem se transformado em um importante vetor de (re)invenção das cidades. A cidade do Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, será o foco de nossa reflexão, pois apesar de se tratar de um caso situado, apresenta contornos de uma problemática nacional, quiçá mundial. Em seguida, discutiremos as modificações no tratamento teórico conferido ao tema do consumo na sociedade capitalista, ressaltando a compreensão de uma forma específica de consumo, a do turismo de massa, além do processo de produção de subjetividade envolvido. Discutiremos ainda os investimentos do biopoder a partir da disciplinarização do olhar que anima a experiência turística e o ordenamento que transforma a cidade enquanto localidade destinada para tal experiência. Por fim, lançaremos mão de questões relativas aos embates acionados frente a turistificação da cidade do Natal, ressaltando algumas capturas e resistências deste processo em curso.

Palavras-chave: biopoder, consumo, cidades, turismo, disciplina.

Abstract

Based on the understanding of biopower as one of the main forms of capitalism propagation, Michel Foucault will promote this discussion of biopower as a double-edged technology. On one side it regulates the bodies by means of confinement institutions to produce a docile and useful individual (political-anatomy) and concomitantly projects upon the human collective, promoting life in populations, arranging cities through the control of the indices of natality, mortality, morbidity, and longevity, thereby affecting, in a massifying way, the body species (biopolitics of the populations). Inspired by the foucaultian analysis of biopower, we propose the following question that directs the objective of this article: How does

this double-edge technology interfere in the contemporary tourism practice? More precisely, how does tourism transforms itself in an agency of biopower? The city of Natal, capital of the State of Rio Grande do Norte will be the focus of our reflection, because even though it is situated case, it presents elements of a national, and maybe global, problem. Then, we argue that tourism has transformed itself in an important intermediary for the (re)invention of cities. We then discuss the modifications of the theoretical application to the consumption theme in a capitalist society, highlighting the understanding of mass tourism as one specific form of consumption and subjectivity production process involved. We also discuss the investments of biopower, based on the disciplinarization of the look that guides tourist experience. Finally, we ask questions related to conflicts resulting from tourism activities in the city of Natal, pointing out some resolution and resistance aspects in this process.

Keywords: biopower, consumption, cities, tourism, discipline.

Introdução

A noção de biopoder é apresentada pela primeira vez na obra de Michel Foucault na sua conferência pronunciada no Rio de Janeiro em 1974 e intitulada “O nascimento da medicina social”, ressaltando que o desenvolvimento do sistema capitalista não teria promovido, como se acreditava, uma privatização da medicina, mas, contrariamente, produziu-se uma socialização do corpo. Trata-se, pois, do entendimento de que para a sociedade capitalista prosperar, o biopoder seria um elemento fundamental através do decorrente investimento do poder sobre o corpo, o biológico, o somático. Deste modo, conclui Foucault, que o corpo é uma realidade biopolítica por excelência e a medicina uma estratégia biopolítica (Pelbart, 2003).

Apenas dois anos mais tarde a expressão biopoder é retomada por Michel Foucault em uma perspectiva alargada, exposta em dois momentos, primeiramente na obra **História da sexualidade: a vontade de saber** (Foucault, 1976/2006) e naquele mesmo ano nas aulas ministradas no **Collège de France** e publicadas com o título de **Em defesa da sociedade** (Foucault, 2005). Neste contexto, o biopoder pôde ser definido como uma tecnologia de

dupla face que opera a partir da disciplina de regulação dos corpos, acionada, sobretudo, pelas instituições de confinamento visando à produção de um indivíduo dócil e útil. Por outro lado, atua por meio de estratégias biopolíticas que incidem sobre a coletividade humana, gerindo a vida da população, ordenando as cidades, através do controle das taxas de natalidade, mortalidade, morbidade, longevidade, etc. Seria, portanto, não apenas um investimento do poder para disciplinar o corpo individual (anátomo-política), mas concomitantemente, atuando em outra escala, tendo outra superfície de suporte e auxiliado por instrumentos diferentes: a biopolítica incidindo de maneira massificante sobre o corpo-espécie (Foucault, 2005, 2006, 2007).

Inspirados na analítica foucaultiana a respeito do biopoder lançamos o seguinte questionamento que irá conduzir o objetivo geral do presente artigo: como esta tecnologia de dupla face interfere na prática contemporânea do turismo ou, mais precisamente, como o turismo se converte em um agenciamento do biopoder?

Para responder esta indagação propomos, inicialmente, discutir como a atividade turística tem se transformado em um importante vetor de (re)invenção das cidades. Traremos para reflexão o exemplo da cidade do Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, pois, apesar de ser uma realidade situada, apresenta contornos de uma problemática nacional, quiçá mundial. Esta problematização é fruto da investigação de doutorado em andamento intitulada: “Arranjos urbanos e subjetivos contemporâneos na invenção de territórios turísticos”, cujos aspectos da empiria foram produzidos a partir de observações participantes em determinadas áreas de interesse turístico na cidade, acompanhamento do debate público acerca de questões diretamente ligadas ao turismo ou seus efeitos (em jornais, manifestações públicas, debates acadêmicos ou audiências públicas de organismos de gestão pública), análises documentais.

Em seguida, discutiremos as modificações no tratamento teórico conferido ao tema do consumo na sociedade capitalista, ressaltando a compreensão de uma forma específica de consumo, a do turismo de massa, além do processo de produção de subjetividade envolvido. Discutiremos ainda os investimentos do biopoder a partir da disciplinarização do olhar que anima a experi-

ência turística e o ordenamento que transforma a cidade enquanto localidade destinada para tal experiência. Por fim, lançaremos mão de questões relativas aos embates acionados frente à turistificação da cidade do Natal, ressaltando algumas capturas e resistências deste processo em curso.

Turismo e a (re)invenção das cidades

O crescimento da atividade turística, em escala planetária, mais especificamente em cidades litorâneas, pode ser tomado como um importante analisador da (re)invenção das cidades e o consumo destes espaços. Neste sentido, a partir da década de 1980, a dinâmica urbana da cidade do Natal, capital do Rio Grande do Norte vem mudando drasticamente. Em seu horizonte social o crepúsculo de um processo de urbanização fabril periférica, que foi precocemente abortado, começa a visualizar com mais intensidade os raios de uma forma específica de urbanização, a urbanização acionada pela indústria do turismo, ou em outros termos, o nascimento da “Cidade do Sol”, maneira pela qual a cidade passa a ser divulgada. Apesar dos condicionantes locais, esta situação é bastante expressiva para uma realidade mais ampla, sendo possível observar, em diversas outras localidades do mundo, o processo de urbanização turística das cidades ou de turistificação dos espaços.

Cabe ressaltar que, no entendimento de Cruz (2000), é necessária a distinção conceitual entre “urbanização turística” e “urbanização para o turismo”, pois no primeiro caso a simbiose entre a urbanização e o turismo ocorre de maneira mais intensa, uma vez que em espaços antes não urbanizados, é criada de uma só vez toda a infra-estrutura necessária para o fazer turístico. Assim, muito embora a urbanização turística seja também uma urbanização para o turismo, o segundo processo se define como uma política urbana de intervenções espaciais em locais potencialmente turísticos, obras em infra-estrutura e de acesso. Utilizaremos a designação de turistificação para o processo que combina a urbanização turística e a urbanização para o turismo, como pode ser visualizado atualmente em Natal. Ou seja, estamos nos referindo ao processo em que a cidade vai se constituindo como território que se realiza para e através do turismo.

Destacamos que a indústria do turismo, especificamente um dos principais propulsores deste processo de turistificação, compreende uma vasta rede de produção e consumo de bens e serviços que apresenta uma grande interferência, não apenas em termos específicos para o setor, mas para a atividade econômica em geral de uma dada localidade. Evidenciando o atual lugar de destaque, amplitude e impacto intersetorial, os produtos turísticos podem ser identificados a partir de diversos serviços, tais como: alimentação, aluguel de automóveis, agências de viagens, de alojamento, transporte rodoviário, aquaviário, aéreo, transportes auxiliares (táxi, ônibus urbano), serviços desportivos e de lazer, serviços culturais, promoção de feiras e eventos, dentre outros.

Em termos mundiais, estima-se que a atividade turística gera, diretamente, cerca de 204 milhões de empregos, o que equivale de 6 a 8% da força de trabalho no mundo segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT). Em termos nacionais, os dados mais recentes, do ano de 2003, indicam que as empresas pertencentes às atividades características do turismo geraram um rendimento de R\$ 31.116 milhões de reais, o que equivale a 2,23% do valor adicionado à economia brasileira, ou seja, ao Produto Interno Bruto (PIB) (IBGE, 2006). Quando comparada à relação entre os salários e outras remunerações das atividades características do turismo com o conjunto das demais atividades da economia brasileira, temos que estas atividades são responsáveis por 49,17% do total dos rendimentos (IBGE, 2006). A força do turismo, enquanto um vetor de sustentação da economia mundial e nacional, é flagrante.

Em termos regionais e locais, a escassez de dados e estudos sistematizados torna-se uma dificuldade inicial no estabelecimento de uma análise mais detalhada, contudo, não impede de percebermos a força vital que o turismo assume no Rio Grande do Norte, pois o estado ocupa o sexto lugar nacional em números absolutos de turistas com entrada no ano de 2006, estando atrás apenas dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná e Bahia. Se levarmos em consideração ainda a proximidade dos estados da Região Sul com outros países da América do Sul, cujo acesso é prioritariamente via terrestre, o Rio Grande do Norte ocupará o quarto lugar em números absolutos de receptor de turistas via aérea, perdendo apenas para São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia.

Natal recebeu, no ano de 2005, uma média de 2 milhões de turistas e apresenta, de lá para o ano de 2007, um fluxo ascendente de 25% ao ano de novos turistas nacionais e um crescimento de 100% no turismo internacional. Do total anual de turistas que visitam a capital do Rio Grande do Norte, 30% são estrangeiros. De acordo com os últimos dados de 2006, temos que dos 116.375 turistas que afluíram via aérea ao Rio Grande do Norte, 113.465 são europeus, dentre os quais, 9.944, provenientes da Espanha; 11.652 da Holanda; 25.885 da Itália e 32.594 de Portugal (IBGE, 2006). Para tanto, Natal conta atualmente com 18 vôos internacionais fretados, provenientes de: Portugal, Espanha, Holanda, Alemanha, Itália, Inglaterra, Suécia, Noruega, Dinamarca e Finlândia. Natal possui ainda uma capacidade hoteleira instalada da ordem de 50 mil leitos e em franco processo de expansão.

Nesta direção, percebemos que o Rio Grande do Norte vem tendo forte divulgação em feiras nacionais e internacionais do setor do turismo, onde são aclamadas as maravilhas que Natal oferece e os diversos lugares paradisíacos que possui. Uma das últimas delas foi realizada no mês de setembro do ano de 2007 na sede da Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP). Boa parte do sucesso deste evento, que demonstrou que investir no Rio Grande do Norte é um grande negócio, é creditado ao setor mobiliário e turístico, que juntos negociaram um cronograma de investimentos de R\$ 5,7 bilhões de reais para os próximos quatro anos, o que tornará o RN o estado brasileiro com maiores investimentos estrangeiros.

Merece destaque, ainda, o proeminente lugar ocupado pelo turismo no atual Governo Federal. Como proposta de articulação das diversas esferas envolvidas com administração e execução do turismo, foram criados o Ministério do Turismo, juntamente com o Plano Nacional de Turismo (2003-2007). Fruto de um processo de ampla participação de representantes de vários setores e regiões do país, este documento pode ser tomado para corroborar as expectativas depositadas no turismo enquanto propulsor de desenvolvimento socioeconômico do país, pois, além de promover a geração de novos empregos e postos de trabalho e, conseqüentemente, proporcionar uma melhor distribuição de renda, melhoria na qualidade de vida das comunidades, pode também interferir na diminuição da violência urbana e fortalecimento da segurança da

população. Ou seja, a presença da atividade turística vem sendo compreendida como uma atividade que resultará em um “salvacionismo” econômico, negligenciando-se o fato de que o tipo de desenvolvimento que o turismo tem produzido em nada se diferencia do sistema capitalista de maneira mais geral, é concentrador de renda, excludente e tende a perpetuar as desigualdades socioespaciais (Cruz, 2000).

Deste modo, acreditamos que a atividade turística pode estar mais próxima de muitos problemas contemporâneos da vida nas cidades do que de uma alardeada (e talvez ilusória) solução. Assumir este posicionamento não implica tomar partido de uma perspectiva, por assim dizer, normativa, em que os pesquisadores se empenham para responder se a cultura “local” e o meio ambiente “nativo” foram ou não devastados pelo desenvolvimento do turismo, como nos informa Lopes Júnior (2000) ao criticar as análises que se fecham em uma oposição simplista entre os aspectos positivos e negativos do turismo. Trata-se, pois, de evidenciar que a investigação da atividade turística pode ser tomada como um importante vetor de problematização das transformações das cidades contemporâneas e das relações sociais que nelas se processam.

Ademais, queremos destacar a formidável capacidade que a atividade turística, talvez mais do que qualquer outra atividade econômico-social, possui de migrar, envolver, alastrar-se e conquistar novos setores através do que identificamos como seu apelo “naturalizante”. O exemplo de Natal é bastante esclarecedor. O fato de possuir clima tropical com uma média anual de 300 dias de sol por ano lhe conferiu o apelido dado pelo notório historiador potiguar Luís da Câmara Cascudo de “noiva do sol”, além de outros títulos conferidos como o de “ar mais puro das Américas” atribuído pela *National Aeronautics and Space Administration* (NASA-EUA) em 1994 e de “capital mais segura do Brasil para se morar”, segundo pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada do Governo Federal em 2005.

Dessa maneira, a construção de Natal, a “Cidade do Sol”, com seu clima ensolarado, praias, dunas e lagoas, enquadra-se perfeitamente na invenção de um lugar que promete a seus visitantes uma paradoxal combinação de aventura e segurança. Portanto,

a vocação da “Cidade do Sol” para o turismo não diz respeito apenas um processo natural; trata-se de uma invenção, pois o espaço, o território, a paisagem são efeitos de significação, do discurso, de uma produção, de um complexo processo social em que diversos atores e interesses se articulam, concorrem, rivalizam para invenção do lugar. A naturalização de uma invenção é certamente uma problemática e perigosa maneira de encobrir jogos de interesse sociais e, em se tratando de uma invenção praticamente onipresente e tão geradora de divisas, temos nas mãos um problema que se multiplica indefinidamente, a saber, a transformação das cidades em espaços fundamentalmente orientados para o consumo.

Consumo, turismo de massa e a produção de subjetividade

Falar em consumo, especificamente no consumismo contemporâneo, implica, no nosso entendimento, remontar alguns aspectos de uma extensa trajetória conceitual que possui um de seus marcos possíveis as teorizações de Karl Marx, passando pelos desdobramentos, continuidades e rupturas com as noções marxistas da Escola de Frankfurt, especialmente com Adorno e Horkheimer, assim como outros pensadores influenciados pelo marxismo, mas com grandes referências à semiologia, como Bourdieu. Dentre as muitas outras possíveis investidas teóricas neste tema do consumo, acreditamos que nossa proposição seja suficiente para abordar uma trajetória conceitual que vai gradativamente avançando em um duplo sentido: o de não desconsiderar a materialidade da mercadoria enquanto produto de relações sociais, nem paralelamente desconsiderar as dimensões mais impalpáveis, como a cultura e os modos de vida, ou ainda os atravessamentos do biopoder que discutiremos na próxima seção. Trataremos, portanto, de uma trajetória que buscará remontar a transformação do consumo no sistema capitalista, além de um tipo de consumo particular, o turismo de massa, para a partir de então refletirmos sobre perspectivas que se abrem para novos elementos em jogo na contemporaneidade.

Ao discutir a sua afamada noção de fetichismo da mercadoria, Karl Marx (1984), em sua obra de maior vigor teórico, **O Capital**, irá lançar condições importantes para se entender o consumo mo-

derno na sociedade capitalista, levando em conta que o pensador alemão estava interessado em conceber a estrutura e gênese do sistema capitalista, como aponta Rosdolsky (2001). Assim, sairá da pena do próprio Marx, na segunda metade do século XIX, a noção que, em torno da mercadoria, seria possível compreender a célula básica da produção e reprodução do sistema capitalista. Para ele este produto do trabalho social, tornado coisa aparentemente trivial, possuía dimensões perceptíveis e imperceptíveis que mereciam análise de suas sutilezas. Assim:

A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades inerentes aos produtos do trabalho. (...) Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a força fantasmagórica de uma relação entre coisas (p.81).

Para Marx o fetichismo da produção da mercadoria no sistema capitalista era revelador da cisão estabelecida entre “coisa útil” e “valor¹”, como uma das precondições para que o sistema capitalista não reconhecesse mais limites para a sua expansão, como nos informa Mészáros (2002), pois se trata de um momento social em que foi estabelecido a “complexa subordinação das necessidades humanas à reprodução do valor-de-troca” (p. 606). Em outras palavras, o descolamento total do reino da necessidade e suas determinações restritivas à expansão interminável do Capital.

Destarte, face ao exposto, possuímos elementos suficientes para perceber que, desde o início do sistema capitalista, embora não estejamos desprezando algumas necessidades mais próximas à sobrevivência orgânica (como água, comida, descanso etc.), torna-se inoperante pensar sobre necessidades humanas que sejam “genuínas” ou naturais, sendo todas, inclusive as de sobrevivência, criadas ou transformadas em sua forma, conteúdo, quantidade e qualidade. Ou seja, possuímos a inescapável necessidade física de ingerir líquidos, nos alimentar e dormir, mas o hábito de beber refrigerantes, comer hambúrguer e dormir oito horas por dia, por exemplo, são inflexões destas necessidades fundamentais, criadas por contingências negociadas culturalmente e não imperativos de uma natureza humana. Contudo, a esta

naturalização atribuída às relações sociais, Marx chamou de fetichismo da mercadoria.

Nada obstante, interessante observar como diversas análises focalizadas no surgimento da moderna prática do turismo, dentre elas apontamos aqui a realizada por Dias (2003), situam o fato da Revolução Industrial ser contemporânea de outra revolução, a do turismo e o decorrente nascimento do turismo de massa. Assim, em um mesmo momento histórico em que Karl Marx elaborava uma crítica ao sistema capitalista, o inglês Thomas Cook organizava os primeiros grupos de excursões, traçando um longínquo esboço do que se tornaria o turismo de massa (Boyer, 2003).

Muito embora diversas viagens com fins religiosos, terapêuticos, culturais, esportivos ou econômicos já fossem práticas correntes desde a Grécia e a Roma antiga, um conjunto diferenciado de fenômenos sociais passou a interferir na prática social do deslocamento voluntário da população para locais em que não se tinha o objetivo de fixar residência. Assim, com origem progressiva no processo de industrialização, uma prática quase restrita a segmentos mais endinheirados da população passa a ser prática cada vez mais comum para a população em geral, sobretudo para os estudantes, tendo no turismo um investimento para a formação e, para os trabalhadores como forma de lazer e descanso (Dias, 2003).

Deste modo, as viagens turísticas são realizadas em função de necessidades as mais diversas, contudo, todas elas criadas e motivadas por curiosidade, entretenimento, férias, sair da rotina cotidiana, prazer, dentre outros aspectos correlacionados. Os principais elementos para as diversas definições da atividade turística levam em consideração o tempo de permanência, a natureza não lucrativa da visita e, de uma maneira pouco explorada pelos estudos da área, a procura por prazer em que se empenham os turistas (Barreto, 2000). Mas por que as pessoas deixam, durante breves períodos, os seus lugares habituais de trabalho e moradia? O que sustenta este prazer aparentemente dispensável?

Para Urry (2001), a experiência turística, ou em seus termos, o olhar do turista, é construído em um necessário relacionamento com o seu oposto, as formas não-turísticas de experiência ou de olhar. Desta perspectiva, a atividade turística implica na inversão

ou suspensão das obrigações cotidianas e, portanto, dedicar uma investigação à experiência turística não deixa, por contraste, de ser uma maneira de pesquisar a vida cotidiana, aquilo que se embate com elementos como o lar e o trabalho remunerado.

O turismo, pois, se caracteriza como uma maneira de consumo distinta, já que aciona aspectos mais distantes ainda do que se concebe comumente como necessidade humana “genuína” (aquelas próximas à sobrevivência orgânica), além de tratar-se, especificamente, não de uma mercadoria como outra qualquer, mas de uma indústria formada basicamente pela prestação de serviços, como explicitado anteriormente. Desta maneira, entendemos que, para se estudar tanto os produtos e serviços, quanto o consumo na indústria turística, não se pode tratar exclusivamente em termos de determinantes e impactos econômicos, ou apenas a esfera da produção de mercadorias, é necessário examinar uma gama de mudanças culturais que transformam as expectativas sociais em relação àquilo que se pretende visitar-consumir. A economia do turismo não pode ser compreendida separadamente da análise das alterações socioculturais (Urry, 2001).

Assim, com grande interesse em investigar as transformações do capitalismo no âmbito sociocultural, aparece um diversificado conjunto de autores influenciados pelo marxismo, conhecidos como a Escola de Frankfurt. Para Featherstone (1995), o processo de expansão da produção capitalista – incrementado, sobretudo, pela administração científica de rígido controle dos movimentos e do tempo de execução das tarefas produtivas; a via taylorista, associada à organização produtiva fordista, que concebia a disposição fabril em torno da esteira de produção que ditava o ritmo, bem como a remuneração pela jornada diária de trabalho² – requisitava a educação de novos mercados consumidores através da mídia e da publicidade. Deste modo, é possível reconhecer a influência de Lukács e sua noção de reificação nos escritos de Horkheimer e Adorno ao argumentarem que a mesma lógica da produção da mercadoria e da racionalidade instrumental, investigada pela economia clássica, podia ser apreendida na esfera do consumo, elemento que atua como reforço e manutenção do sistema capitalista. Estes frankfurtianos viveram e teorizaram o período inicial do fordismo-taylorismo e suas profundas transformações socioculturais do Pós-Guerra.

Em um conhecido texto, **A Indústria Cultural, o iluminismo como mistificação das massas**, Horkheimer e Adorno (2000) anunciam a famigerada noção da indústria cultural. Esta noção aponta para o entendimento dos pensadores alemães sobre o funcionamento da indústria cultural, entendida enquanto uma unidade forjada na busca de reunir elementos inconciliáveis da cultura, a arte e o entretenimento que, através da evolução dos meios de reprodutibilidade técnica, tendem à depravação daquela e à forçada espiritualização desta (Horkheimer e Adorno, 2000). Assim, através da reprodução massiva no cinema, no rádio e na televisão, a indústria cultural seria responsável por um convite a modos de vida idealizados, em uma espécie de reificação dos estilos da sociedade capitalista. Compreendia-se que, a partir da inexorável relação produzida entre negócio e divertimento, o divertir-se implicava em estar de acordo com o estabelecido e hegemônico, ou seja, uma apologia à sociedade, visto que para os frankfurtianos a coesão da indústria cultural atestava a unidade de expansão e estabelecimento do sistema capitalista tardio.

Dito de outra maneira, a indústria cultural opera pela não diferenciação entre “arte séria” (concebida como uma arte singular e mais elaborada) e “arte leve” (encarada como uma produção massificada), produzindo uma cultura de massificação da “arte erudita”, agora produzida para um público anônimo, mas efetivamente mistificadora de uma liberdade, uma vez que efetivamente não se operou uma dissolução das diferenças sociais de classe. Esta ilusão democrática do consumo era, para os referidos autores, um efetivo empobrecimento da arte e mistificação da dominação das massas.

A indústria cultural seria, nesta perspectiva, uma técnica aprimorada para reduzir a tensão entre a imagem idealizada e a vida cotidiana de seus (tele)espectadores, pois se propunha a adquirir poder sobre o tempo liberado do trabalho e o prazer ou felicidade dos homens, transportando para a esfera da mecanização uma representação idealizada da vida cotidiana, retirando da atividade ordinária qualquer exigência de uma atividade intelectual, pois a sua consumação se realiza através da catarse. Nas palavras dos próprios autores:

A indústria cultural, por fim, absolutiza a imitação. Reduzida a puro estilo, trai o seu segredo: a obediência à hierarquia social. A barbárie estética realiza hoje a ameaça que pesa sobre as criações espirituais desde o dia em que foram colecionadas e neutralizadas como cultura. Falar de cultura foi sempre contra a cultura. O denominador “cultura” já contém, virtualmente, a tomada de pose, o enquadramento, a classificação que a cultura assume no reino da administração. Só a “administração” industrializada, radical e conseqüente é plenamente adequada a esse conceito de cultura. Subordinando, do mesmo modo, todos os ramos da produção espiritual, com o único fito de arrolhar os sentidos dos homens desde a saída da fábrica à noite até sua chegada, na manhã seguinte, diante do relógio de ponto (...) (Horkheimer e Adorno, 2000, p. 179).

Apesar do tom crítico apresentado pelos frankfurtianos, é importante chamar atenção para o caráter discutível de determinadas dicotomias que compõem esta perspectiva, como: a distinção entre individualidade autêntica e pseudo-individualidade; necessidades verdadeiras e necessidades falsas; arte séria e arte leve, como nos informa Mancebo, Oliveira, Fonseca e Silva (2002). Contudo, esta perspectiva apresenta elementos importantes para o reconhecimento da existência, em curso, de uma lógica de consumo e de uma indústria responsável por propagá-la.

Na esteira deste debate a respeito da produção do consumo e da lógica posta em movimento no capitalismo tardio, como explicitada por alguns teóricos da Escola de Frankfurt, retomamos a trajetória do surgimento do turismo de massa através de alguns elementos mais facilmente identificados como condições materiais para o surgimento desta prática. Dentre elas, destacamos: a criação de leis de férias remuneradas em diversos países, tendo como um marco a francesa Lei de 10 de junho de 1936; a criação de diversas associações para o chamado, à época, turismo social, como as Casas Familiares de Férias, ou clubes populares; a criação de publicações específicas para divulgar férias a preços populares; a fabricação de automóveis populares como o Volkswagen

(Fusca), Renault 4cv; bem como a criação de organismos como a Organização Mundial do Turismo (OMT) em 1974, dentre outras realizações em um período histórico de expansão do capitalismo (ou, como preferiam os frankfurtianos, o capitalismo tardio) e popularização do turismo (Boyer, 2003).

Assim sendo, concebemos que o turista habitual está acionado pela popularização do turismo, pode ser considerado um praticante da semiótica, pois suas operações simbólicas, devaneios e expectativas em torno da experiência turística de um determinado lugar constituem, além de parte decisiva da atividade turística em específico, um dos aspectos fundamentais do consumismo moderno e desenvolvimento do capitalismo de uma maneira geral. Torna-se difícil conceber a natureza do turismo contemporâneo sem ver como tais atividades são literalmente construídas em nossa imaginação pela propaganda e pela mídia, bem como pela competição entre diferentes grupos sociais. No entanto, esta característica não é exclusiva do turista, pois os moradores locais, em suas trajetórias cotidianas, apresentam-se como consumidores de territórios, pois se torna muito tênue a diferenciação das atividades turísticas das atividades de lazer dos moradores de uma determinada localidade (Urry, 2001). A partir disso, compreendemos que a figura do turista é bastante esclarecedora para a nossa condição contemporânea, não apenas na efetiva prática do turismo, mas em nossa própria vida na cidade.

Contudo, estes condicionantes da produção para o consumo por si só não operam uma adesão imediata de grandes contingentes populacionais. Para uma transformação dos hábitos que requisita a prática do turismo de massa, seria necessário uma grande articulação para intervir na produção destas novas formas de relações sociais, em outras palavras, alterações nos estilos de vida e na cultura de consumo. Para Featherstone (1995), falar em cultura de consumo implica reconhecer, não apenas a importância do mundo das mercadorias, como enfatizava Marx, mas alude empreender uma análise do uso de bens materiais como “comunicadores”, o que significa inscrever a mercadoria no campo do simbólico, ou, como discute Pierre Bourdieu, conceber o consumo também como uma ação simbólica. Assim, Bourdieu (1998) irá acentuar, em sua análise, os aspectos que conferem ao consumo o

caráter de ação social que opera a diferenciação e distinção entre as classes sociais: “De fato, nada mais falso do que acreditar que as ações simbólicas (ou o aspecto simbólico das ações) nada significam além delas mesmas: na verdade, elas exprimem sempre a posição social segundo uma lógica que é a mesma da estrutura social, a lógica da distinção” (p. 17).

Podemos afirmar que Bourdieu contribui para o entendimento do processo social de distinção como a produção, acumulação e consumo de um capital cultural ou simbólico, que teria, não apenas a função de estabelecer um marcador de classes sociais, mas também contribuir com a reprodução da ordem social vigente e a sua perpetuação, ou, em outras palavras, um instrumento de dominação (Mancebo, Oliveira, Fonseca e Silva, 2002). Assim, a noção de *habitus*, proposta por Bourdieu, permitiria o conhecimento de características inerentes à condição econômico-social, uma espécie de unidade sistemática composta por um conjunto de propriedades e práticas em que se observa a ocupação de espaços nas posições sociais ao passo que expressam gostos de classe e estilos de vida (Ortiz, 2003).

Em que pese à efetiva contribuição de Bourdieu para a problematização das dimensões simbólicas do consumo e sua articulação com estilos de vida, visualizamos uma excessiva hierarquização que se impõe ao longo de sua obra, através da constante remissão a operadores teóricos, como a noção de classe social. Deste modo, acreditamos que a problemática do consumo de territórios turísticos, que certamente envolve um consumo simbólico, apresenta elementos que escapam a uma hierarquização preestabelecida e fixa, como será discutido mais adiante, a partir da noção de biopoder, entendido como uma instância de atravessamento em sua relação com a cidade e a prática turística.

Assim sendo, como referido anteriormente, estamos argumentando, a partir de uma perspectiva de que o consumismo contemporâneo, especificamente envolvendo a atividade turística, implica a busca ou realização de um prazer imaginário negociado culturalmente. Acreditamos que conceber esta dimensão imaginária ou simbólica não implica imputar uma dose de não veracidade, ilusão ou alienação para o turismo de massa ou à vida cotidiana atual,

pois o imaginário e a fantasia não são o oposto do real, mas uma de suas expressões. Portanto, buscamos enfatizar os seus aspectos de invenção compartilhada, de uma esfera que, embora impalpável, é atuante e eficaz em operar grandes transformações sociais.

Ressaltamos que esta dimensão, em certo sentido impalpável, se aproxima da noção trazida por Guattari (2006), ao pensar o que chamou as “Cidades Subjetivas”. Assim, ao referir-se à subjetividade que é acionada em nossa relação com a cidade, expõe:

Quer tenhamos consciência ou não, o espaço construído nos interpela de diferentes pontos de vista: estilístico, histórico, funcional, afetivo... Os edifícios e construções de todos os tipos são máquinas enunciativas. Elas produzem uma subjetivação parcial que se aglomera com outros agenciamentos de subjetivação (Guattari, 2006, p. 158).

Desse modo, Félix Guattari ressalta deste movimento de produção de subjetividades e de lugares o que o historiador e sociólogo Lewis Mumford conceituou como “megamáquinas”. Contudo, adverte Guattari sobre o imperativo de ampliar a noção de funcionamento das “megamáquinas” para além do aspecto técnico, de maneira a englobar as dimensões econômicas, ecológicas, abstratas, desejantes. Isto implica imaginar que as dimensões maquinicas não envolvem apenas uma ordem material, mas universos incorporais, territórios existenciais ou a própria produção de subjetividade, pois: “A máquina é sempre sinônimo de um foco constitutivo de território existencial baseado em uma constelação de universos de referência incorporais” (Guattari, 2006, p. 66).

Em um sentido próximo, é fecundo sublinhar a análise de Deleuze (2006), quando nos alerta que o capitalismo contemporâneo realiza um deslocamento do exercício das forças sociais anteriormente circunscritas à produção de mercadorias, agora ampliado e com muito mais ênfase na “produção de subjetividade”. Ao nos referirmos à “produção de subjetividade”, pressupomos rejeitar qualquer definição de uma subjetividade pré-social, uma vez que, nesta condição, encontra-se em permanente processo de fabricação compartilhada. Deste modo, a noção de subjetividade não teria uma delimitação em termos de origem, mas a delimitação de um processo, ou seja, a subjetividade, não é dada *a priori*.

Esta perspectiva também não desconsidera os efeitos discerníveis nos níveis mais moleculares, numa espécie de negação da singularidade, das pessoas em particular, uma vez que a subjetivação se faz por dobra do social, em um processo cujas forças do poder, do saber, da verdade, enfim do social, vergam a matéria da interioridade. Todavia, não cabendo uma definição dicotômica entre indivíduo e sociedade, mas ressaltando que a individualidade é um dos movimentos do social (não o seu avesso), por conseguinte o seu movimento de singularização (Deleuze, 2005).

Muito embora estes efeitos de singularização estejam sempre presentes, ocasionando desvios, re-apropriações e transformações, ao adotar como foco a fabricação da subjetividade enquanto um processo social incessante, característico das feições capitalistas contemporâneas, Guattari (1990) irá destacar aspectos de uma subjetividade capitalística. O acréscimo do sufixo “ístico”, para o capital, tem um sentido teórico de abarcar realidades indistintas, desde os antigos blocos socialistas, capitalistas ou do chamado terceiro mundo, posto não existirem diferenças significativas no tocante ao processo de produção de subjetividade, uma vez que a feição capitalística não se restringe a um modo de produção econômico, classe social, mas a uma instância de atravessamento que revela a universalização de uma lógica de produzir e gerir a vida. Em outras palavras, significa conceber que esta produção recebe grande influência de um condicionante que se caracteriza por incidir nos esquemas de ação, nos gestos, nos sentimentos, nos afetos, dentre outros aspectos.

Assim, Guattari (1990) nos define o que aqui consideraremos por subjetividade capitalística, ao tratar da emergência do capitalismo pós-industrial, preferindo a designação de Capitalismo Mundial Integrado (CMI), argumentando que o CMI

Tende, cada vez mais, a descentrar seus focos de poder das estruturas de produção de bens e de serviços para estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a mídia, a publicidade, as sondagens etc. (p.31).

Como efeito, a ordem capitalística incide na nossa percepção, em nossa memorização e produz os modos das relações humanas até inconscientemente, ou seja, os modos como se trabalha, se come, se ama, se fala, se vive e se produzem as cidades. Mas o que a produção de subjetividade tem a ver com a invenção e o consumo dos lugares?

Concebemos, portanto, que a invenção dos lugares se relaciona intimamente com o CMI, tendo, na fabricação de subjetividade, um de seus principais vetores de sustentação e reprodução. Assim, as cidades e, fundamentalmente aquelas que buscam se tornar destino para experiências turísticas, dependem consideravelmente das camadas de significação que são depositadas de tal forma que a produção de um determinado lugar pode ser indicada como um dos aspectos da produção de subjetividade. Neste sentido, focalizando a produção da subjetividade, Guattari (2006) valoriza os aspectos que possam caracterizá-la como um processo heterogêneo, composto por infindáveis vetores, que, no entanto, sob a égide de uma subjetividade capitalística, a rigidez identitária e a sua massificação, são os efeitos mais discerníveis. Nas palavras do autor:

O Capital esmaga, sob sua bota, todos os outros modos de valorização, o Significante faz calar as virtualidades infinitas das línguas menores e das expressões parciais. O Ser é como aprisionamento que nos torna cegos e insensíveis à riqueza e à multivalência dos Universos de valor que, entretanto, proliferam sob nossos olhos (p.42)

Assim, como a subjetividade encontra-se na iminência de ocupar um papel preponderante para a sustentação do Capital, a invenção do espaço diz respeito ao mesmo processo de utilização das forças inventivas da subjetividade para extrair níveis mais satisfatórios de lucro, ou seja, disponibilizar mais uma mercadoria para o consumo, cidade-subjetividade viram mercadorias.

Igualmente, parece importante apontar o modo como o turismo e lazer contribuem para o desenvolvimento das cidades, por revelar um momento em que a cidade deixa de ser (para resgatar um vocabulário marxista) valor-de-uso para se transmutar em um

valor-de-troca. Em um sentido próximo, Baptista (2004) se refere à construção de “territórios lúdicos”, como aqueles que são edificados para se tornarem espaços de entretenimento e consumo programado, ou seja, uma das características das sociedades contemporâneas é o amplo desenvolvimento não mais de territórios produtivos para os modos de vida que ali mutuamente se fabricam, mas territórios para o consumo, portanto, lúdicos. Com base nestas colocações perguntamos: que outros elementos estariam em jogo na transformação contemporânea das cidades para o consumo turístico? Responderemos esta pergunta nas trilhas da analítica foucaultiana a respeito do biopoder.

A disciplinarização do olhar turístico

Recentemente, ao entrarmos em contato com a literatura específica do campo do turismo, a leitura de um livro despertou interesse pelo assunto até então incomum, pela citação que se anunciava em seu início. Trata-se do livro do sociólogo inglês John Urry (2001): “O olhar do turista – lazer e viagens nas sociedades contemporâneas”. Encontrávamo-nos em contato com escritos basicamente voltados para a gestão e o planejamento de serviços, modalidades de turismo, impactos do turismo, dentre outros aspectos demasiado técnicos para o nosso interesse de pesquisa em processo de definição. Ademais, para psicólogos de formação, mais familiarizados a trilhar os caminhos da investigação em saúde mental e da Reforma Psiquiátrica, não é tão evidente encontrar uma aproximação com o campo do turismo, embora ambicionada por diversos motivos que descreveremos a seguir.

Esta busca foi motivada pela vivência de distintos aspectos do cotidiano de quem mora em uma cidade que vem assumindo para si o título de cidade turística: Natal, a “Cidade do Sol”. Estes aspectos foram reforçados e ampliados pelas nossas incursões iniciais da pesquisa de doutorado anteriormente referida, que tem buscado problematizar as transformações ocorridas na cidade a partir de sua turistificação. Assim, vem chamando nossa atenção, além da crescente e massiva presença de turistas na cidade, especialmente de estrangeiros, a quantidade de novos estabelecimentos de hospedaria; o preço dos serviços e de alimentação comparado ao de outras localidades; a falta de espaços públicos

para convivência e lazer; a voracidade da verticalização da cidade; o rápido crescimento dos congestionamentos de trânsito devido ao excesso de veículos particulares; o valor dos imóveis seja para compra, seja para aluguel, sendo que grande parte dos anúncios imobiliários se encontra unicamente em língua inglesa, demonstrando a quem se destina. Em outras palavras, nosso interesse pelo turismo é motivado pela sensação de viver numa cidade que segue mudando rapidamente a sua paisagem social, restringindo o seu uso para parcela crescente de seus moradores e se destinando cada vez mais para os turistas, ou para aqueles moradores mais abastados.

Refletindo sobre estes pontos anunciados, poderíamos afirmar que as dimensões da alteridade e da exclusão social se colocaram mais uma vez como inquietações motrizes, tendo-se em vista que investigações anteriores³ sobre o tema da loucura na contemporaneidade eram animadas pela noção de que a mesma se trata de uma experiência de alteridade radical em franco processo de captura e exclusão. Agora, encontrávamo-nos às voltas com a dimensão da alteridade, que é acionada no contato com o estrangeiro, o turista e a paisagem social que é ativada neste encontro.

Não obstante, retomando o livro em questão, ao buscar argumentar por que o turismo é importante hoje, Urry inicia com uma citação de Michel Foucault em o “Nascimento da Clínica”, que versa sobre como o desenvolvimento da clínica incide na transformação do olhar do médico respaldado pela ciência. A curiosa citação de Foucault, tratando do universo da medicina em um livro sobre turismo, é algo até certo ponto improvável, de tal maneira que o próprio Urry tenta justificar a insólita epígrafe falando da analogia entre a construção do olhar do clínico e o olhar do turista. Entretanto, toda a discussão do livro se desenvolve sem qualquer referência ao marco inaugural ou a um sentido próximo, com exceção da última página. John Urry encerra seu trabalho com as seguintes palavras: “Retornando a Foucault, as sociedades contemporâneas se desenvolvem menos na base da vigilância e da normatização dos indivíduos e mais na base da democratização do olhar do turista e da espetacularização dos lugares” (Urry, 2001, p. 208).

Que motivos podem ter levado o sociólogo a iniciar e finalizar o seu trabalho com uma emblemática citação que é retomada

nas suas últimas palavras apenas? A tentativa de responder esta questão, inicialmente, nos pareceu demasiado arbitrária, pois poderia ser suficiente interpretar que este não era o objetivo do autor. Contudo, nos intrigava a maneira como um livro não escrito se insinuava naquela obra diante de nossa leitura. Este hiato livresco, ou uma espécie de livro porvir convidou-nos para uma incursão analítica a partir do entendimento de que a experiência turística depende primordialmente da atitude de lançar um olhar sobre diferentes lugares, culturas, paisagens e este olhar é tão socialmente organizado como o olhar do clínico.

Contudo, acreditamos não se tratar apenas do olhar, como se referia John Urry em seu uso de Foucault, pois retomando de maneira mais detalhada esta discussão presente no “Nascimento da Clínica” (Foucault, 2001) em concordância com o que expõe Machado (2006), não se pode separar o olhar do dizer. A clínica se desenvolve pelo olhar, mas este olhar é ele mesmo, linguagem. Assim, o “Nascimento da Clínica” irá investigar dois elementos intrínsecos, o olhar e a linguagem e, embora exista um privilégio daquele sobre este, trata-se de um olhar paradoxal:

Um olhar que escuta e um olhar que fala: a experiência clínica representa um momento de equilíbrio entre a palavra e o espetáculo. Equilíbrio precário, pois se baseia em um postulado: todo visível é enunciável e é inteiramente visível porque é inteiramente enunciável (Foucault, 1972, p. 116 apud Machado, 2006, p. 95).

A partir do referido acima, lançamos mais um questionamento: a que disciplinarização estará submetido o olhar do turista? Responderemos esta questão tendo como referência inicial a discussão colocada por Foucault (2004) em **Vigiar e Punir**, a partir da noção que a disciplina é uma forma de controle do tempo (investe em gerir a existência), possui na vigilância um dos seus principais instrumentos de controle e, ao mesmo tempo, é um tipo de organização do espaço (produz espacializações).

Neste sentido, iremos nos ater mais detalhadamente ao último ponto da disciplinarização, a produção de espacializações, pois nos ajuda a problematizar os modos como o turismo vem

se constituindo como uma ferramenta importante no ordenamento da cidade, como tem sido divulgado e implementado local e mundialmente, como vem sendo exercido sob um caráter capitalístico-privatista, organizado no sentido de evitar o convívio com a diferença, com a diversidade ou a multiplicidade. Fabrica-se, portanto, a cidade e um turismo que está cada vez mais voltado para reforçar determinados padrões, modos de vida, de circulação no espaço público, de relação com a diversidade, enfim, práticas orientadas para se atrelar a um padrão internacional de consumo.

Alguns destes aspectos foram por nós observados tomando como referência as principais vias de circulação entre áreas de interesse turístico na cidade. Não por acaso são as mais belas avenidas de Natal, apresentam-se como um espaço de aceleração, adornadas por canteiros floridos onde a pobreza e a miséria tenham dificuldade de se instalar, (não que seja necessário, mas como era de costume), são algumas das estratégias para não macular a promessa do cartão-postal. Os esforços no sentido da produção de um belo cenário para o exercício do prazer, sob um clima de aventura e segurança, geram a tentativa de soterramento de diversos estratos da cidade, afastam para as fronteiras mais distantes os embates, despotencializam os confrontos, escondem os focos problemáticos, encobrem os espaços de luta. Um estrato plástico desenhado como estratégia de consumo da cidade tenta sufocar a vida daqueles que “sujam” a cidade e esta camada corresponde ao território de experiência da “Cidade do Sol”. A capacidade de controlar o espaço da cidade implica na possibilidade de produzi-lo, vergá-lo, torná-lo civilizado a sua maneira, extirpando todo e qualquer elemento de desordem.

Entendemos que a experiência turística em Natal vem assumindo feições que dão conta de que a cidade possa ser vivida na sua magnitude projetada, o que representa o não encontro com a alteridade, com a diferença, ou qualquer aspecto que possa causar mal-estar ao seu visitante. Zygmunt Bauman (2001) fornece alguns argumentos úteis a este respeito ao resgatar uma acepção de Richard Sennett para pensar as cidades contemporâneas, definindo que uma cidade é: “um assentamento humano em que estranhos têm a chance de se encontrar” (p.111). Refletindo sobre esta definição, Bauman irá desenvolver o seguinte raciocínio: em contraste

com o encontro com parentes, amigos ou conhecidos, o encontro entre estranhos, referido por Sennett, mais parece um desencontro, visto que é na condição de estranhos que se realiza algo sem passado e muito provavelmente sem futuro, ou seja, uma “oportunidade única a ser consumida enquanto dure o ato” (p.111).

Nesse sentido, o turismo está sendo compreendido como uma estratégia “biopolítica”, tornando-se um ordenador da cidade, da ocupação do espaço público, ou seja, um vetor importante na produção de novos modos de vida e de circulação na cidade, seus usos e consumo. Ou seja, um vetor de gestão técnico-administrativa do encontro (na maior parte das vezes desencontro) entre as pessoas.

Portanto, a disciplinarização do olhar do turista (cujos efeitos não se restringem ao turista, mas aos moradores locais e à cidade de uma maneira geral) produz um indivíduo alheio à diferença, que consome as trajetórias turistificadas, o simulacro, a promessa do cartão postal, preso a um plano pré-definido, que tende a fazer da prática turística uma ação biopolítica, através do consumo de diferenças, não uma diferença com sua potência e aspereza, mas uma diferença pasteurizada, amortecida e manufaturada pelo Capital como mais uma mercadoria intercambiável por qualquer outra.

Já para MacCannell (1994), um dos precursores em investigar a relação entre a antropologia e o turismo, a atividade turística pode ser considerada como o paradigma da nossa modernização. Pois, as trocas entre os turistas e os moradores locais (embora em seus termos sejam os ex-primitivos ou os performativos primitivos) acionam uma cumplicidade mútua, freqüentemente apreendida como uma espécie de pseudo-conflito que tende por obscurecer uma relação mais profunda. Assim, as performances co-produzidas por estes atores sociais, mediadas por códigos de autenticidade encenada, encarnam um dos mais emblemáticos ideais econômicos do capitalismo: o da possibilidade de lucro sem exploração. Posto de outra maneira, este verdadeiro “herói da alteridade” (MacCannell, 1994, p.102) que é turista, tende a buscar resolver a tensão inerente ao encontro com a alteridade do autóctone por intermédio do seu senso comercial e de seu dinheiro. De tal modo, a indústria do turismo pode ser considerada uma in-

dústria da alteridade que ambiciona realizar o sonho de que todos podem ser beneficiados e ficarem ricos juntos.

Este exercício contribui e reforça o exercício de uma lógica privatista, atribuindo ao consumo o papel de redução das tensões sociais, pois frequentemente os locais em que os turistas estão tirando fotos é o mesmo em que milhares estão na miséria e, em grande parte esta miséria passa despercebida, pois evita-se o incômodo ou pouco espaço se cria para relações não formatadas ou pré-programadas. O olhar do turista é, neste sentido, um olhar forjado e ao mesmo tempo propagador da laminação da diferença, operando um achatamento da alteridade. Assim, o olhar de sobrevida do turista, dada a mortificação de sua potência de se afetar, mira o petrificado, o patrimonializado, o museu a céu aberto em que parecem se transformar as cidades a partir da espacialização para a prática turística.

Agenciamentos biopolíticos pelo turismo

A discussão sobre biopolítica aparece em uma perspectiva ampliada no primeiro volume da **História da sexualidade: a vontade de saber** e na obra **Em defesa da sociedade**. Neste contexto, segundo Veiga-Neto (2006), Foucault irá realizar uma produtiva discussão em que se ressalta que o biopoder em comunhão com o poder disciplinar, mesmo quando este busca governar as condutas individuais, aponta como alvo o coletivo, a população, suas taxas de natalidade e mortalidade, suas enfermidades, como ficou conhecida a inversão descrita por Foucault operada na modernidade, em que se substitui o “deixar viver e fazer morrer” pelo “fazer viver e deixar morrer” (p.28).

Nestes termos, é importante destacar que, ao contrário do poder significar um mecanismo de retirada, subtração, extorsão, de supressão da própria vida como características do poder de soberania (vigentes principalmente até o século XVIII), o regime do biopoder estará destinado a produzir forças, fazê-las crescer, ordená-las, geri-las. Extrai-se daí a noção afirmativa do poder enquanto uma tecnologia para gerir a vida.

Entretanto, o tema da biopolítica, articulado com a questão urbana, é debatido inicialmente por Foucault em “O nascimento da

medicina social”, conferência realizada em 1974 no Rio de Janeiro e publicada em **Microfísica do Poder** (Foucault, 2000). Na obra em questão, o pensador francês trata do surgimento da medicina urbana em meados do século XIX na França, período marcado por dificuldades administrativas nas cidades em franco crescimento, devido à coexistência de poderes dos mais diversos, que por vezes eram contraditórios, resultando em uma ausência de unidade territorial, como era o caso de Paris.

A cidade, enquanto foco da biopolítica, ganhava uma importância central, não só por constituir-se como um grande mercado, mas também um local de produção social, o que passou a justificar uma intervenção que a tornasse homogênea e coerente. Não obstante disto emerge uma plebe em vias de tornar-se força produtiva e se proletarizar, mas que, efetivamente em uma condição de pobreza, era identificada como saqueadora ou revoltosa. Assim, pode-se afirmar que pairava um sentimento de temor perante o desenvolvimento “desorganizado” das cidades, ou seja, medo das grandes oficinas e indústrias que lá se instalavam, do inchaço populacional, dos esgotos, da propagação de epidemias, dentre outros aspectos como a destruição das barricadas por George Eugène Haussmann a mando de seu imperador Napoleão III.

Esta inquietude político-sanitária resultou na adoção das seguintes medidas para identificação das epidemias: esquadrinhamento dos bairros, que passam a sofrer a vigilância diária de inspetores que revistavam a população exaustivamente; centralização dos registros da inspeção no nível administrativo da prefeitura; desinfecção das casas contaminadas, controle da circulação da água e do ar e das regiões de acúmulo.

Neste sentido, a medicina do espaço urbano passa a realizar intervenções arquitetônicas para deixar a cidade arejada e garantir o livre fluir das águas, pois estes elementos eram considerados os principais agentes patogênicos. Haussmann ganha um grande aliado para realizar suas transformações urbanas, e sua influência passa a figurar não apenas na efetivação da medicina enquanto uma estratégia biopolítica, mas também em novas disciplinas nos cursos de arquitetura, e engenharia, o chamado planejamento urbano. Sob o regime de Napoleão III, Haussmann adquiriu grande prestígio para realizar as reformas da Paris como é conhecida hoje,

com suas avenidas largas, praças e prédios com ares de metrópole. Contudo, este processo de transformação urbana não possuía apenas o objetivo de tornar a cidade efeito do uso de modernas técnicas para viabilizar a circulação das pessoas. Freitag (2006) chama atenção para o “embelezamento estratégico” (p.57), projeto que iniciou pelo combate dos movimentos revolucionários de meados do séc. XIX na França, viabilizando a retirada de qualquer obstáculo para a circulação, as barricadas eram alvos privilegiados desta empreitada, revelando os aspectos biopolíticos das intervenções urbanas.

A influência no Brasil do processo de “haussmanização” teve na administração de Pereira Passos, no Rio de Janeiro, possivelmente o exemplo mais completo. Contudo, acreditamos que esta influência também é perceptível em terras potiguares, especialmente nas diversas obras de embelezamento da cidade, pois, como exposto anteriormente, trata-se geralmente de um embelezamento estratégico, seja para o ordenamento biopolítico da cidade, seja para disponibilizar a cidade para a fruição de seus transeuntes e turistas consumidores.

Cabe ressaltar que muito embora para a ordenação turística da cidade, de uma forma geral, visualizemos um esforço com a clara intenção da produção de uma imagem singular de cidade, através do investimento em uma identidade para cada lugar, como pode ser percebido no próprio Plano Nacional do Turismo ao falar da valorização das identidades culturais, porém, paradoxalmente, produz-se cidades cada vez mais parecidas umas com as outras. Natal não escapou a esse movimento internacional e este aspecto pode ser atribuído ao fato do desenho urbano esquadrinhado pela biopolítica acabar por transparecer os movimentos do capital, como uma paradoxal singularização, concomitantemente a uma efetiva serialização e massificação.

Todavia, apesar da biopolítica ser a primeira via que o capital recorre para produzir e reproduzir-se incessantemente, se encarregando de preparar o “cenário” para a prática turística, não podemos deixar de visualizar outros movimentos que se insinuam.

Propomos-nos, então, trazer alguns pontos que fazem parte de um estudo de doutorado em andamento, conseqüentemente,

apenas algumas análises iniciais e indagações, voltadas a pensar desvios e resistências aos ordenamentos produzidos pela turistificação da cidade do Natal. Afinal, um dos pontos decisivos na analítica foucaultiana sobre biopoder, como nos informa Pelbart (2003), é no mesmo momento que o poder investe em gerir a vida de ponta a ponta, portanto, um poder “sobre” a vida, justamente aí que a vida resiste e se reinventa e, a partir de uma reviravolta, aciona o que seria o poder “da” vida.

Inspirados nisto é que sentimos a necessidade de buscar sinais na mobilização pública dos moradores do Natal em torno de questões que se entrelaçam com a prática do turismo, assim, buscávamos engajamentos que pudessem indicar a existência de práticas de resistência. Por resistência estamos tratando de algo que não pode ser concebido fora das relações de poder, pois este não é um ponto exterior ao poder, mas uma de suas ações constitutivas. Em outros termos, trata-se de práticas discursivas e não discursivas contra certos efeitos de poder, certos estados de dominação, contra propostas de formatação da vida (Deleuze, 2005).

Ainda que a noção de resistência seja coextensiva e contemporânea da noção de poder, uma vez que onde existe poder, existe resistência, a primeira não deve ser encarada como uma mera imagem oposta da segunda. A resistência é pensada não como um a priori ou substância, mas como um acontecimento, ou práticas de resistência a certos efeitos do poder, enquanto forças de insubordinação a formas de poder que se pretendem absolutas e, por isso, se afirmam como estados de dominação. Cabe-nos levantar aqui elementos de resistência ao biopoder acionado pela turistificação em Natal.

Nesta direção, lançamos mão de investigar certas áreas da cidade, escolhidas por serem os mais expressivos exemplos das transformações acionadas pelo turismo, sejam pelas mais conhecidas praias urbanas, por acolher mais de 80% dos estabelecimentos de hospedaria, bares, casas noturnas, dentre outras atrações para o turista e o morador local. Tais locais, ao mesmo tempo em que revelam o processo de turistificação insinuam um sentido diverso daquelas práticas que refletem uma adesão das pessoas ao isolamento, à valorização absoluta da vida íntima, à tolerância com gosto de indiferença em relação à diversidade de modos de vida, a

desqualificação do espaço público e o seu crescente fenecer que caracterizam algumas vivências da “Cidade do Sol”.

Estes locais são dois bairros da cidade do Natal, Ponta Negra e Mãe Luíza, que enfrentam, nas lutas do dia-a-dia, a tentativa de redimensionamento de seus territórios para os desígnios do consumo turístico. Buscam, cada bairro a seu modo, fazer com que a cidade esteja permanentemente ocupada por aspectos que escapam a industrialização da alteridade, da abolição da diferença. Ou seja, resguardando as devidas especificidades das experimentações processadas em cada uma dessas áreas, sentidos e endereçamento, consideramos que os movimentos dos moradores dessas áreas da cidade constituem-se em práticas resistências efetivas, pois questionam os discursos tomados como verdade e formas de sociabilidade comumente tomadas como universais. Eles desmascaram os sistemas do biopoder que, silenciosamente, nos organizam, dando visibilidade e combatendo às forças em operação na cidade, que insistem em transformar o (des)encontro dos moradores e turistas com a “noiva do sol” em uma aparente lua de mel.

Atualmente em Ponta Negra, por exemplo, diversas agremiações buscam combater a penetração desenfreada do setor imobiliário no Bairro. Lutam para manter as propostas do Plano Diretor de Natal, que limita a quantidade e a dimensão das construções na área. Defendem que as intervenções de reurbanização não percam de vista a expansão e melhoria da qualidade de vida dos moradores, articulando a preservação ambiental e o enfrentamento de alguns problemas sociais como segregação, expulsão de antigos moradores, opressão financeira, poluição, violência, dentre outros aspectos. Um dos principais focos de luta apontam para a defesa do Morro do Careca, um dos principais cartões-postais da cidade, alvo freqüente e cada vez mais cobiçado pelo setor imobiliário.

Em certo sentido, de maneira muito semelhante a sua vizinha Ponta Negra, aparece Mãe Luíza, inicialmente uma favela e só recentemente um bairro localizado em área privilegiada da cidade, com vista para o mar. Há tempos moradores do bairro teimam em não se tornar uma mera extensão da lógica de consumo turístico que assola a cidade. A partir de diversos movimentos de enfrenta-

mento ao desejo de imobiliárias locais e internacionais de deslocar seus moradores em virtude dos projetos de modernização tencionados para este lugar, surge mais uma imagem de resistência.

Uma fala que ilustra a condição de se encontrar na mira do setor imobiliário é a do Padre Sabino Gentili, personagem central nesta histórica luta, um italiano que dedicou boa parte de sua vida na defesa dos interesses dos moradores de Mãe Luíza:

Quem não pensa a maioria das vezes não consegue entender o que de fato está acontecendo. Um bairro pobre e bem localizado como o nosso sempre atizará a fome da especulação imobiliária (Jornal Fala Mãe Luíza, 2006).

Tempos depois o presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinducon-RN), Silvio Bezerra, repõe a discussão e propõe a revisão do Plano Diretor, suprimindo a condição de Área Especial de Interesse Social (AEIS), conquistado pelos moradores de Mãe Luíza em negociação com o governo municipal. Silvio Bezerra tenta argumentar para a população as vantagens de seus projetos para o bairro, contudo, algumas de suas falas serão aqui apresentadas e revelam o teor desta vantagem em realizar a revisão:

É um absurdo. Se o morador de Mãe Luíza quer aumentar sua propriedade, seu negócio, não pode. Ninguém pode melhorar de vida. É o único bairro de Natal onde as pessoas não podem decidir sobre seu futuro, (...) Se uma coisa hoje vale R\$ 10 mil, pode ser vendido por outro preço maior lá adiante. Além disso, a pessoa tem o direito de decidir. Se alguém se propõe comprar o imóvel, o morador só vende se quiser. Isso que eles chamam de expulsão branca não existe (Tribuna do Norte, 2007).

Afirma ainda o presidente do Sinducon-RN que se os parâmetros fossem modificados, o bairro iria poder contar com novos tipos de empresas como academias, escolas, lojas, que trariam mais empregos e desenvolvimento: “Sabemos que há violência em todos os bairros. Mas este atraso possibilita que esse problema exista ali. Todo dia os jornais mostram isso” (Tribuna do Norte, 2007).

Frente ao posicionamento mencionado, alguns moradores do bairro, professores universitários, jornalistas locais vêm denunciando que a população não resistiria ao processo de valorização da área proposto pela modificação do plano diretor, criticando ainda discursos como este, que articulam naturalmente pobreza e criminalidade com a falta de desenvolvimento e modernização do bairro.

Assim, percebemos que insurgências e sublevações em Ponta Negra e Mãe Luíza não deixam de configurar-se enquanto táticas produzidas no intuito de não deixar sedimentar determinados processos de captura do espaço urbano e, conseqüentemente, da vida de seus moradores. Táticas de sobrevivência, artimanhas, teimosias são inventadas no enfrentamento do dia-a-dia em relações de poder que buscam, como efeito, fixar um processo ordenador e normativo do mercado mundial e mais uma de suas possibilidades de consumo.

Entendemos que o capital tem colonizado o mundo, mas não tem neutralizado suas potências, uma vez que o sonho do espaço liso projetado para o cartão-postal encontra sempre acidentes, texturas, relevos, resistências. Em ambos os espaços da cidade observamos a penetração fina do poder nas malhas da vida, que se destina a modelar cada indivíduo e a gerir sua existência. A política de regulamentação dos corpos, o biopoder, é a primeira via que o capital recorre para produzir-se e reproduzir-se incessantemente.

Em Ponta Negra, formas e usos do espaço público que inibem a circulação das pessoas, o comércio do sexo, das drogas e a rede violenta que articula hotéis, restaurantes, polícia e moradores locais, a especulação imobiliária, a verticalização desenfreada do bairro, enfim, todo um conjunto de elementos que constituem um cenário perfeitamente identificável em qualquer outra parte do mundo, indicam um processo em curso de pasteurização da paisagem, relação com o espaço da cidade cada vez mais parasitário que dificulta o agenciamento de forças que possam produzir deslocamentos, criar novos agenciamentos. Turistas fortemente condicionados pela indústria da alteridade circulam cotidianamente presos a um plano de organização já conhecido, avessos ao estranho, imunes a tudo que escapa ao juramento e à profecia do cartão-postal.

Em Mãe Luíza, a pressão dos políticos e empresários de todas as partes do mundo para a retirada dos moradores e transformação da área em mais uma das inúmeras ficções de felicidade que estão sendo construídas em Natal, a penetração sorrateira nos espaços do bairro, a promessa de acesso a determinados bens e serviços, a criminalização da pobreza, a possibilidade de se tornarem mais um dos prazeres da cidade, tem sido a tônica nos últimos anos, fato que tem implicações importantes no cotidiano local e nas lutas que se insinuam frente a essas demandas.

Considerações Finais

Buscamos argumentar, com este trabalho, que a investigação da atividade turística e o consumo das cidades podem ser tomados como elementos da atualidade, orquestrados pelo biopoder. Sendo a biopolítica fruto de uma época que politizou a vida através de sua gestão técnico-administrativa e o turismo contemporâneo tornando-se uma das mais vitais políticas públicas, visualizamos alguns efeitos deste processo sobre a alteridade e a paisagem social projetada e gerida para turistas e moradores locais.

Ao mesmo tempo e com um sentido diverso, estratégias de resistências a estes efeitos do biopoder são fabricados e podem ser observados em movimentos que indicam um uso intensivo da própria vida e que produzem, de alguma maneira, resistências e desvios aos agenciamentos biopolíticos em sua relação com a turistificação das cidades.

Notas

1. Especificamente para Marx, o sistema capitalista cria a distinção da relação entre “valor-de-uso” e “valor-de-troca”, em que o valor-de-troca tende a tomar existência independente das próprias mercadorias, tornando ela própria uma mercadoria, sob a forma do dinheiro ou, em outras palavras, o equivalente universal para troca (Rosdolsky, 2001).
2. Para um aprofundamento das questões implicadas neste processo consultar Antunes (2001), Harvey (2004).
3. Para os interessados consultar: Alverga, A. R. (2004). A loucura

interrompida nas malhas da subjetividade manicomial. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFRN. Ou ainda em uma versão resumida e de mais fácil acesso: Alverga, A. R. e Dimenstein, M. (2006). A Reforma Psiquiátrica e os desafios para desinstitucionalização da loucura. *Interface (Botucatu)*, 10, (20). Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141432832006000200003&script=sci_arttext&tlng=pt.

Referências

- Alverga, A. R. (2004). *A loucura interrompida nas malhas da subjetividade manicomial*. Dissertação de mestrado não publicada, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.
- Alverga, A. R., & Dimenstein, M. (2006). A reforma psiquiátrica e os desafios para desinstitucionalização da loucura. *Interface (Botucatu)*, 10 (20), 299-316. Recuperado em 12 outubro 2007, da http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141432832006000200003&script=sci_arttext&tlng=pt
- Antunes, R. (2001). *Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo.
- Baptista, L. V. (2005). Territórios lúdicos (e o que torna lúdico um território): Ensaio sobre um ponto de partida. *Fórum Sociológico*, 13/14 (2), 47-58.
- Barreto, M. (2000). *Turismo e legado cultural*. Campinas, SP: Papirus.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (1998). *A economia das trocas simbólicas* (5a ed.). São Paulo: Perspectiva.
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru, SP: EDUSC.
- Cruz, R. C. (2000). *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Damasceno, J. (2007, março 30). Mãe Luíza organiza a resistência. *Jornal Tribuna do Norte*, pp.10-11.
- Deleuze, G. (2005). *Foucault*. São Paulo: Brasiliense.

- Deleuze, G. (2006). *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Dias, R. (2003). *Sociologia do turismo*. São Paulo: Atlas.
- Featherstone, M. (1995). *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel
- Foucault, M. (2000). *Microfísica do poder* (15a ed.). Rio de Janeiro: Graal. (Originalmente publicado em 1979).
- Foucault, M. (2001). *O nascimento da clínica* (5a ed.) Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2005). *Em defesa da sociedade: Curso no Collège de France* (1976-1975). São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2006). *História da sexualidade I: A vontade de saber* (17a ed.) Rio de Janeiro: Graal. (Originalmente publicado em 1976).
- Foucault, M. (2007). *Vigiar e punir* (33a ed.) Petrópolis, RJ: Vozes. (Originalmente publicado em 1975).
- Freitag, B. (2006). *Teorias da cidade*. Campinas, SP: Papyrus.
- Gentili, Sabino (2006, junho 21) Mãe Luíza projeta seu futuro. Quem sabe faz a hora, não espera acontecer. *Jornal Fala Mãe Luíza*, 12 (168), pp. 2.
- Guattari, F. (1990). *As três ecologias*. Campinas, SP: Papyrus.
- Guattari, F. (2006). *Caosmose: Um novo paradigma estético*. São Paulo: Editora 34.
- Harvey, D. (2004). *Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural* (13a ed.). São Paulo: Edições Loyola.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2000). A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação das massas. In L. C. Lima, *Teoria da cultura de massa* (pp. 169-214). São Paulo: Paz e Terra. (Originalmente publicado em 1947).
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2006). *Economia do turismo: Análise das atividades características do turismo 2003*. Rio de Janeiro: Autor.
- Lopes Júnior, E. (2000). *A construção social da cidade do prazer: Natal*. Tese de doutorado não publicada, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo.

- MacCannell, N. (1994) *Cannibal Tours*. In L. Taylor. *Visualizing theory: Selected essays from V.A.R. 1990-1994* (pp. 99-114). New York: Routledge.
- Machado, R. (2006). *Foucault, a ciência e o saber*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Mancebo, D., Oliveira, D. M., Fonseca, J. G. T., & Silva, L. V. (2002). Consumo e subjetividade: Trajetórias teóricas. *Estudos de Psicologia* 7 (2), 325-332.
- Marx, K. (1984). *O capital: Crítica da economia política: Livro primeiro* (9ª ed., Vol.1). São Paulo: Difel. (Originalmente publicado em 1890).
- Mészáros, I. (2002). *Para além do capital: Rumo a uma teoria da transição*. São Paulo: Boitempo.
- Ministério do Turismo. (2003). *Plano nacional do turismo: Diretrizes, metas e programas (2003-2007)*. Recuperado em 20 maio 2007, da http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/institucional/home/index.html/destaques/arquivos/plano_nacional_de_turismo.html
- Ortiz, R. (Org.). (2003). *A sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho D'água.
- Pelbart, P. (2003). *Vida capital: Ensaio de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras.
- Rosdolsky, R. (2001). *Gênese e estrutura de O Capital de Karl Marx*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas* (3a ed.). São Paulo: Studio Nobel.
- Veiga-Neto, A. (2006). Dominação, violência, poder e educação escolar em tempos de Império. In M. Rago, L. Orlandi, & A. Veiga-Neto (Org.), *Figuras de Foucault* (pp. 13-38). Belo Horizonte, MG: Autêntica.

Recebido em 26 de maio de 2008

Aceito em 26 de janeiro de 2009

Revisado em 27 de fevereiro de 2009