

Em Defesa da Amizade no Turismo: Problematizando as Relações de Contato entre os Turistas e a População Local da Cidade do Natal/RN à luz de Michel Foucault

BRANDÃO, Pamela de Medeiros¹; e

GUIMARÃES, Ana Carolina Vilela².

Resumo

Diante das atuais tendências e perspectivas de novos desafios que o crescimento da atividade turística comina sobre a sociedade, este artigo apresenta uma abordagem que visa compreender a realidade social em destinos turísticos, problematizando as relações de contato entre os turistas e a população local da Cidade do Natal/RN. Para tanto, centra-se em tecer reflexões à luz da principal literatura que enfoca os impactos sociais, e essencialmente, pela teoria emanada nos estudos de Michel Foucault, relacionada à amizade, ao amor e ao sexo. Confronto com os dados coletados pela pesquisa realizada por Brandão permitiu concluir que, pensar na amizade no turismo, com Foucault, é pensar em novas formas de sociabilidade que contribuem para a redução dos espaços de dominação presente em sua rede social, e, portanto, conforma-a como uma estratégia de redução dos impactos sociais negativos em destinos turísticos, em prol do desenvolvimento turístico sustentável.

Palavras-chave: Turismo. Sociedade. Amizade. Michel Foucault.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O turismo é uma força sócio-econômica das mais importantes do mundo e nas últimas duas décadas tornou-se para a Cidade do Natal um dos principais setores econômicos, contribuindo significativamente para a geração e aumento da receita anual do Rio Grande do Norte, por meio do sucessivo crescimento da demanda turística estadual.

Tal constatação pressupõe que as perspectivas para o desenvolvimento do turismo são amplas, todavia os desafios também o são. Aliado ao aumento do fluxo de turistas, a sociedade natalense está mais propensa a sofrer mudanças provocadas por esta atividade dentre as quais se destacam os impactos sociais que são resultado “de um tipo particular de relações sociais que ocorrem entre turistas e residentes como decorrência do estabelecimento do contato e que provocam mudanças sociais e culturais na sociedade visitada” (DIAS, 2003, p. 126).

¹ Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e Doutoranda do Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia. E-mail: pamelabranda@yahoo.com.br

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: ana_carolvilela@hotmail.com

Assim, com base nesta premissa, suscitada através da pesquisa desenvolvida por Brandão¹ (2006) a qual a discussão aqui desenvolvida está estreitamente vinculada, e com as leituras foucaultianas, este artigo visa compreender a realidade social em destinos turísticos, especialmente problematizando as relações de contato entre os turistas e a população local da Cidade do Natal/RN.

Na tentativa de sistematizar da forma mais adequada a discussão proposta, este artigo divide-se em três momentos. Numa primeira parte, apresenta-se uma abordagem teórica conceitual sobre a relação entre turismo e sociedade, apresentando as perspectivas de integração social e sua contribuição para o desenvolvimento turístico sustentável.

No segundo momento traçam-se algumas considerações, embasadas por pressupostos foucaultianos, sobre a questão de amizade, compreendida como forma de objetivação subjetiva, indagando sobre suas possibilidades no âmbito de práticas e relacionamentos vivenciados por meio da atividade turística.

E por fim, no terceiro momento, apresenta-se uma discussão empírica, decorrente os dados pesquisados por Brandão (2006) analisando em que medida a atividade turística neste destino tem promovido a realização de trocas culturais, o estabelecimento de relações de aprendizagem e amizade, como também o desenvolvimento de relações amorosas e sexuais ou ainda conflituosas entre os mesmos. Diante disto realiza-se uma reflexão que possibilita melhor compreender a realidade social do destino escolhido, discorrendo em defesa da amizade no turismo como estratégia de promoção do desenvolvimento.

2 TURISMO E SOCIEDADE: PERSPECTIVAS DE INTEGRAÇÃO SOCIAL

Assim como um arquiteto, antes de construir um grande edifício, observa e sonda o solo para ver se pode sustentar o peso, o sábio instituidor não começa por redigir boas leis em si mesmas, mas examina antes se o povo, ao qual estão destinadas, está preparado para suportá-las. (ROUSSEAU, 2005, p. 59).

Sob a perspectiva de Rousseau, alude-se que o turismo analogicamente, deve prover-se de base sólida, para resistir às mudanças e abalos que não deixará de experimentar e aos esforços que deverá ter para manter-se sustentavelmente e para reduzir seus impactos indesejáveis sobre a sociedade.

Para tanto, a elaboração das políticas públicas do turismo deve ser pautada no método de observação do destino, bem como das suas relações sociais, considerando as características de cada comunidade a fim de estabelecer diretrizes sobre as quais a

comunidade se reconheça. Para que isto seja possível não basta apenas a observação, mas, sobretudo a integração da sociedade. Caso contrário, o destino turístico e a população local não estarão preparados para suportar as mudanças decorrentes deste processo.

Com efeito, tal abordagem condiz com as considerações apresentadas por Subirats (1994), ao afirmar que o processo de elaboração de toda política pública implica em decisões e interações entre os indivíduos, grupos e instituições que são influenciadas sem dúvida pelas condutas e pelas disposições de um conjunto de indivíduos, grupos e instituições afetadas.

Todavia, a integração social não deve ser vista apenas nas esferas da gestão pública, mas como também, na vida cotidiana dos destinos turísticos, nas quais o contato entre a população local e os turistas, é marcado por uma relação de conflitos e choques, cuja intensidade cresce na medida em que existam disparidades econômicas entre estes atores, tal como argumentado por Mathieson e Wall (1982 *apud* DIAS, 2003).

Deste modo, numa relação de contato entre comunidade e turistas, em que os níveis de qualidade de vida são marcados por desigualdades sócio-econômicas e culturais, resulta naturalmente na destruição progressiva dos que se encontram em níveis inferiores, a não ser que ambos se encontrassem num estado de equilíbrio.

Todavia, a sociedade equilibrada, sem corrupção, injustiça social, exploração de pobres, nunca se efetivará, são questões que não podem ser solucionadas, mas apenas reduzidas, tornando a sociedade menos injusta. É neste ponto que se detém naturalmente o papel da construção das redes sociais estabelecidas em um destino turístico, que quando harmoniosas promovem o bem estar social, bem como eleva-se o nível de participação da população local no processo de desenvolvimento turístico. Mas, caso contrário e quando aliado a decisões equivocadas e ações evasivas pela ausência de um planejamento adequado, levam à geração de efeitos danosos para a sociedade, tais como: xenofobia, servilismo, aculturação, prostituição, tráfico de drogas, o “efeito demonstração” e outras mudanças nos modos de vida. (MONTANER MONTEJANO, 2001; GOELDNER, 2002; BRANDÃO, 2006)

Tais efeitos terminam por interferirem diretamente nos níveis de sustentabilidade social e conseqüentemente na competitividade dos destinos turísticos. Deste modo, a integração social se configura como uma ferramenta de promoção de desenvolvimento turístico, devendo ser assegurada e promovida via ações estratégicas planejadas que ao mesmo tempo em que melhore as condições de vida da população local, possibilite a construção do respeito à diversidade entre esta e os turistas.

De tal modo que a população local surge como um membro político-social e econômico, que não deve ter negado o direito de interagir com a rede social do turismo da qual faz parte, e que, de acordo Sorensen (2007), é formada por um grupo de pessoas ou organizações ligadas por um conjunto de relações sociais de um tipo específico, que podem ser tanto de amizade ou de transferências de fundos.

Entretanto, mesmo constituindo-se como membro da rede social do turismo, a população local não tem sido normalmente considerada intensiva de informação e de poder, tendo sido historicamente excluída da atividade turística. A realidade social dos destinos turísticos tem sido negligenciada tanto em termos teóricos como empíricos. Ou ainda discutida em lógicas medíocres, permeadas por modelos de análises que pouco tem contribuído para a expansão de tais discussões e para que conduzam ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Diante destas acepções, é importante a atenção às necessidades e aspirações da população, como avalia Foucault (1979, p. 289) ao discutir a questão da arte de governar: “[...] a população aparece como sujeito de necessidades, de aspirações, mas também como objeto nas mãos do governo; como consciente, frente ao governo, daquilo que ela quer e inconsciente em relação àquilo que se quer que ela faça”.

3 AMIZADE, SEXO E AMOR NO TURISMO: UMA BREVE REFLEXÃO FOUCAULTIANA

Vivemos em um mundo relacional consideravelmente empobrecido pelas instituições. A sociedade e as instituições que constituem sua ossatura limitaram a possibilidade de relações, porque um mundo relacional rico seria extremamente complicado de administrar (FOUCAULT, 2004, p. 120).

Diante desta afirmativa, Foucault (2004) revela a existência de um poder que impõe ao homem a individualidade do “regime de saber”, e concomitantemente alerta sobre a necessidade de lutar contra este estado de submissão que empobrece as redes relacionais. Para tanto, apresenta como estratégia de enfrentamento ao governo da individualização a relação que o indivíduo mantém com si mesmo, possibilitando recusar este tipo de individualidade imposta historicamente. (FOUCAULT, 1995)

Conceitua poder como “um feixe de relações mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado” (FOUCAULT, 1979, p. 248), cuja concepção pressupõe a existência

de relações que envolvem uma pluralidade de correlações de forças existentes nos sujeitos. Como o autor explica ao afirmar que

O que caracteriza o poder que estamos analisando é que traz à ação relações entre indivíduos (ou entre grupos). Para não nos deixar enganar; só podemos falar de estruturas ou de mecanismo de poder na medida em que supomos que certas pessoas exercem poder sobre outras. O termo ‘poder’ designa relacionamentos entre parceiros, e com isto não menciono um jogo de soma zero, mas simplesmente, e por ora me referindo em termos mais gerais, a um conjunto de ações que induzem a outras ações, seguindo-se uma às outras (FOUCAULT, 1982, p. 217).

Dentro da discussão sobre a força produtora de subjetividades e do poder, Foucault situou a questão da amizade, entendida como uma nova forma de vida, na qual voluntariamente alguns indivíduos objetivando a constituição de seres mais éticos para com o outro, desenvolvem uma maneira simultânea de pensar, sentir, agir e conduzir a vida (FOUCAULT, 2005). Sendo assim, a amizade torna-se uma vertente intrínseca para as relações sociais não se traduzindo como uma mera adaptação às normas institucionalizadas, mas refere-se, sobretudo a capacidade dos indivíduos se perceberem, e simultaneamente, perceberem as relações estabelecidas, ou com potencial de se estabelecer, como algo que irá influenciar em suas vidas.

Deste modo, a abordagem foucaultiana possibilita melhor compreender as relações desencadeadas por meio da atividade turística, entre a população local de um destino e os turistas que a visitam. Principalmente em reconhecimento da existência de poderes diferenciais, de conflitos e de diferenças inerentes a toda a relação humana, portanto presente na amizade, como também nas relações estabelecidas entre os diversos atores que compõem a natureza do turismo.

Cabe ressaltar, entretanto, que a existência de conflitos na amizade, não se apresenta como algo contraproducente, pois abre um leque de oportunidades para o confronto de idéias, trocas de informações, estilos de vida entre a população local e os turistas, entre outras, que influenciam na construção do eu coletivo.

A questão que se torna premente neste contexto é que, a amizade no turismo relaciona-se à forma pela qual os sujeitos interagem com os acontecimentos e com os elementos que estão envolvidos com a sistemática da viagem, construída ao longo de toda a atividade, quer seja com pessoas ou ambientes, ou consigo mesmo. Isso demonstra a capacidade que o turismo possui em conduzir o turista a uma viagem dentro de si, a uma viagem de inclusão.

Destarte, a amizade no turismo se constitui ao mesmo tempo como condição inerente a sustentabilidade do destino turístico, ao promover uma integração social, tal como concebida na Antiguidade. Também se constitui como um desencadeador da experimentação de outras formas de sociabilidade e de comunidade, distintas das formas prescritas e institucionalizadas, revelando o seu caráter transgressivo, tal como defendido por Foucault. (VILLAVERDE, 2001)

Ortega (1999, p.157) afirma que para Foucault, a amizade “não é vista como uma forma de relação e de comunicação além das relações de poder; representa antes um jogo agonístico e estratégico, que consiste em agir com a mínima quantidade de domínio.” Falar de amizade para Foucault “é falar de multiplicidade, intensidade, experimentação, desterritorialização.”

Talvez estas sejam, entre outras, algumas das noções relacionadas à discussão foucaultiana sobre amizade, as quais parecem passíveis de aproximação às experiências corporais vivenciadas pela atividade turística, com o outro e com o ambiente. Sendo assim, a característica agonística das relações de amizade no turismo se revela quando observado o comportamento dos indivíduos direcionado às interações de disputa, fazendo emergir não necessariamente situações conflituosas e de agressão real entre membros da população local e os turistas, mas sim um comportamento ritualizado que provoca mudanças comportamentais negativas frente, segundo Brandão (2006) a distintos sistemas de valores, estilos de vida, organização social, manifestações artísticas e representações culturais podendo gerar a *hiper-valorização* do "outro" e a *hipo-valorização* do "eu".

A amizade mostra-se capaz de sobrepujar os conflitos que possam surgir entre estes atores, resultando consequentemente em contribuições socioculturais para ambos, dentre as quais se destacam a troca de experiências realizadas durante o processo de socialização que proporciona, através da aquisição de conhecimentos mútuos sobre a vida de cada ator, o enaltecimento da identidade e da memória cultural.

Deste modo, Goeldner (2002, p. 218) complementa afirmando que:

há uma situação favorável quando os visitantes e os membros da comunidade anfitriã se misturam socialmente e se conhecem melhor. Isso aumenta em muito a consciência de cada um a respeito do caráter e das qualidades do outro, construindo estima e respeito em ambos os grupos.

Essas contribuições pressupõem a realização de vivências corporais como experimentação de novas experiências, troca de sentimentos, composição de novas realidades

e concepções, trocas de informações e processos de negociação, em que os atores buscam conviver e aprender com as diferenças e peculiaridades de cada grupo social a qual pertencem, vivências estas que se unem à discussão contemporânea sobre a amizade e a produção de subjetividade, especialmente considerando as reflexões de Foucault.

A dinamicidade da atividade turística, assim, parece oferecer um cenário propício para a amizade, entendida por Villaverde (2001, p. 6) como a experimentação de novas formas de sociabilidade e de relacionamento,

pautados não em adequações harmoniosas entre diferenças, nem cedendo a apelos identitários ou comunitaristas, os quais, ao comprometer a afirmação das singularidades, tendem a empobrecer suas tensões e seu potencial criativo, mas garantindo o realce das diferenças envolvidas na relação.

O realce das diferenças desencadeia um destino turístico, baseado nas concepções do mesmo autor, a eclosão de liames sociais renovados vividos numa relação diferenciada entre os atores que compõem a rede social, como também pelo meio em que as relações acontecem. Possibilitando promover novas formas de subjetividade, sociabilidade e ações ético-políticas, por meio da recusa dos tipos de individualidade historicamente impostos, significa uma recusa às questões de identidade e de significações compartilhadas.

Tais considerações levam a pensar nas potencialidades da atividade turística para a promoção de nova forma de subjetivação coletiva e de relações de amizade, bem como em suas contribuições para a promoção da liberdade e da autonomia dos indivíduos, quer seja a população local ou os turistas, na medida em que oferece a oportunidade de criar novas formas de comportamento e relacionamento entre ambos, bem como também conduz a quebra de paradigmas.

Assim, Ortega (2000, p.117) afirma que amizade trata-se de um convite,

a experimentar, a romper, a inaugurar, a imaginar o ainda não imaginado, a criar novas formas de vida e de comunidade. Esta tarefa constitui uma forma de resistência política, pois a ação política se define, como reconhecem Foucault e Deleuze, entre outros, pela procura e fomento de novas formas de subjetivação, de imagens e modelos para pensar e amar.

Um convite que se estende ao turismo, e seus atores. Na busca de uma amizade, que permita uma nova realidade, pela reativação dos valores de justiça, de solidariedade e de participação. Enfim, que permita novos modelos de amar, o que não implica necessariamente que a amizade deva ter um caráter sexual. Mas que, no entanto, este pode estar presente, tal como explicitado por Foucault, ao introduzir o componente *eros* nas relações de amizade.

É neste ponto, que emerge, inevitavelmente, a discussão sobre o apregoado Turismo Sexual no qual os relacionamentos amorosos e sexuais são desencadeados necessariamente através do contato entre os turistas e a população local. Como também sobre a prostituição, na qual se envolve uma gama de outros atores da rede social e da cadeia produtiva do turismo que, segundo Ribeiro e Sacramento (2007), vivem das dinâmicas econômicas geradas, direta ou indiretamente, pelas trocas sexuais de caráter mercantil, e que de forma recorrente cooperam entre si para dinamizar os consumos por parte dos turistas.

Neste prisma, o turismo para os turistas sexuais assume-se como uma experiência de liminaridade, ou seja, a deslocação temporária da sua vida quotidiana na qual se interliga com o amor, o sexo e o romance (BAUER e McKERCHER, 2003). E na construção de uma ilusão, proporcionada pelas garotas de programa, vinculada não apenas à esfera da sexualidade, como também as que remetem ao domínio da afetividade, bem como da intimidade, envolvimento e conforto emocional que pode conduzir ao desenvolvimento de um relacionamento amoroso na qual a vertente mercantil associada à sexualidade começa gradualmente a tornar-se menos explícita (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007).

Fato que leva a ressaltar que o Turismo Sexual

não se circunscreve necessariamente à prostituição. Podendo esta existir (e normalmente está presente) em contextos turísticos, a fruição da sexualidade em tempo de férias não tem de estar estritamente a ela associada. Nas situações em que as *garotas de programa* são bancadas por um gringo não há uma mercantilização direta e imediata da sexualidade, isto é, não há de fato prostituição, entendida aqui numa acepção restrita: a disponibilização do corpo em troca de remuneração material (designadamente monetária) e, pelo lado da procura, a compra de serviços sexuais a troco de dinheiro, em regra e prioritariamente, para satisfação ou prazer sexual. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007, p.14)

Dito isto, confirma-se que as relações sociais quer sejam de amizade, sexo ou amor, estabelecidas em um destino turístico são permeadas por complexos jogos de poder, que como argumenta Foucault (1992 *apud* RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007, p. 16), não “está estruturalmente atribuído *ad eternum* aos indivíduos em concreto, mas depende, em boa medida, de contingências várias presentes nos contextos em que ocorrem as suas interações”. O que leva a supor que a prática mercantil do sexo, que difere da prostituição, não está ligada exclusivamente ao turista sexual, e nem às garotas de programa em si, mas sim ao contexto no qual estão imersos. E que o poder não está apenas nos atores envolvidos, mas sim, e essencialmente, no conjunto de relações que permanentemente incentivam e produzem a realidade social. (ALBUQUERQUE, 1995)

E por isto, tais contextos devem ser estruturados de forma que possibilite desenvolver uma nova ética da amizade que reduzam a ocorrência de conflitos e de comportamento ritualizados, ao mesmo tempo em que possibilite à experimentação de novas formas de sociabilidade e liberdade dos atores.

A liberdade se constitui, segundo Foucault (1982), como elemento fundamental para a existência das relações de poder como também para as possibilidades de resistência. Portanto, onde não há liberdade não há relações de poder, e sim apenas uma relação de constrangimento físico, na qual o homem não possui capacidade de reação. Fazendo-se imperativo então, averiguar os tipos de relações sociais que estão sendo desenvolvidas em um destino turístico, compreendendo os impactos sociais causados, e encarando a amizade no turismo como meio para a promoção do desenvolvimento como liberdade.

4 RELAÇÕES SOCIAIS EM DESTINOS TURÍSTICOS: O CASE DO NATAL/RN

Como discutido anteriormente, evidencia-se que o desenvolvimento turístico sustentável pode ser condicionado pelos impactos sociais decorrentes das experiências de fundo social não esperadas pelo processo de interação entre a população local e os turistas, principalmente fruto da distância econômica entre os mesmos. E por isto, para tecer considerações sobre o contato estabelecido entre estes atores em um destino turístico, se faz necessário verificar inicialmente em que medida tais atores estão dispares economicamente, para posteriormente inferir se de fato estas condições interferem nas relações sociais estabelecidas.

Ingressando por este campo de análise, diante da pesquisa realizada por Brandão (2006) e da Pesquisa de Demanda Turística (SETUR/RN, 2006) revela-se que o contato entre população local² da Cidade do Natal/RN e os turistas³ que a visitam, apresentam probabilidades significativas de resultar em relevantes impactos sociais negativos.

Visto que entre estes atores apresenta-se uma alta disparidade econômica, principalmente no que se refere a renda familiar, que é estimada entre 1 a 3 salários mínimos⁴ para 66% da população natalense (BRANDÃO, 2006), enquanto apenas 14,2% dos turistas – estrangeiro e brasileiro juntos – ganham, conforme valores declarados na Pesquisa de Demanda Turística, uma renda individual de até R\$800,00 e sua maioria, 59,9% possui rendimentos superiores a R\$4.000,00. Tal disparidade acentua-se quando comparada a renda familiar da população local com os turistas estrangeiros, onde apenas 1,8% ganham sozinhos

até R\$800,00 e, a sua grande maioria de 38,9% ganham mais do que R\$4.000,00. (SETUR/RN, 2006)

A pesquisa mensurou a percepção da população local sobre os impactos causados pelo turismo, apresentando a distribuição de frequência segundo tipos de contatos estabelecidos entre a mesma e os turistas que visitam a Cidade do Natal.

A supracitada pesquisa revelou que 39% da população natalense afirmam que já realizaram trocas culturais com turistas; tendo aprendido ou ensinado algo com os mesmos, através do fornecimento de informações, possibilitado através do convívio social curto ou prolongado, que contribui para construir a estima e o respeito em ambos os grupos, tal como defendido por Goeldner (2002) e por Brandão (2006).

Enfatiza-se que as trocas culturais não ocorrem necessariamente através do estabelecimento de relações de amizade, mas podem ter ocorrido perante uma aproximação de experiências corporais, pela comunicação e pelas relações de poder, possibilitadas pela dinamicidade da atividade turística, o que não se constitui sob o pensamento foucaultiano como uma relação de amizade, visto que para tanto faz-se necessário uma maior intensidade.

Já no que se refere ao estabelecimento de amizade, 44% afirmaram que o contato com turistas resultou em novas formas de sociabilidade e de relacionamento, o que pressupõe que tenha sido possibilitado na medida em que os atores envolvidos permitiram realçar suas diferenças, aceitando o “outro”, e ao mesmo tempo recusando o seu “eu”. (VILLAVERDE, 2001).

A porcentagem de amizade, desenvolvida entre estes atores na Cidade do Natal, revelam que quando há contato entre eles, estes tendem em maior proporção a se transformarem em uma relação mais sólida, mesmo diante das disparidades econômicas e também culturais existentes. Fato que enaltece a constatação de que é possível ocorrer uma relação social harmoniosa entre estes grupos, na medida em que lhe são oferecidas oportunidades de experimentação e vivências de novas formas de vida, rompendo-se as barreiras da individualidade.

O turista, assim, se revela como um indivíduo que busca em sua visita à cidade novas imagens e modelos de pensar e de agir, perante si mesmo, o outro e o ambiente. Demonstra ainda que a ocorrência dos impactos sociais negativos que são percebidos, como também a pouca contribuição sociocultural promovida pela atividade turística, na perspectiva da sociedade natalense, não se configura como inerente aos indivíduos em si, mas como

também, em boa medida pelo contexto da realidade local na qual ocorre a integração entre eles.

Isso pressupõe a necessidade de promover espaços de interação social entre a população local e os turistas, bem como a democratização dos espaços turísticos e urbanos da Cidade do Natal, que permita a estes grupos desenvolverem relacionamentos de amizade. O que conduz a afirmação de que amizade no turismo necessita de espaços compartilhados, fazendo necessário romper as fronteiras dos *resorts*, dos hotéis e dos ambientes turísticos para as ruas, as praças, para as feiras livres, lugares nas quais permitam a coletividade, e vice-versa. Devendo-se, todavia, considerar que são os indivíduos que influenciam nestes contextos, e não o contexto aos indivíduos. Sendo assim, o liminar entre a amizade e o turismo é singular ainda que esteja influenciado por questões que transcendem o estritamente individual. Isto se verifica na medida em que se percebe diferentes respostas comportamentais por partes dos membros do mesmo grupo, quer sejam o da população local ou o dos turistas.

A amizade no turismo depende, pois de um processo de simbolização da estimulação. Se os atores não conseguem dar um sentido ao contato, ou se não consideram este contato como benefício, então o resultado pode ser a geração dos impactos sociais negativos. Portanto, ocasionando num problema coletivo, que faz jus à adoção de políticas públicas de turismo específicas.

Ainda no que diz respeito à amizade, assim como propõe Foucault, insere-se os aspectos de amor e do sexo. Quanto a isto, 37% dos entrevistados conhecem alguém que já se envolveu amorosamente com um turista e 8% afirmam já terem se envolvido ou estarem envolvidos amorosamente com um turista⁵.

Em ambos os casos a questão da sexualidade não se apresenta como elemento central do relacionamento, já que não existe uma relação direta de troca monetária por serviços sexuais, que configuraria de acordo com os pressupostos apresentados por Ribeiro e Sacramento (2007) como a prática da prostituição.

A mercantilização do sexo fica, portanto, enaltecida no momento em que os entrevistados afirmam que em muitos casos os turistas, denominados namorados, são responsáveis pelo sustento e provimento de melhores condições de vida, mantendo-as financeiramente à distância, e retornando no período de férias para visitá-las. Em outros casos foi constatado também que tais relacionamentos tinham resultado em casamentos ou em uniões informais, na qual as mulheres natalenses teriam se mudado para os países de origem dos turistas, e estão lá a serem sustentadas por eles. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007)

Todavia, Cohen (2003 *apud* RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007) afirma que entre o casamento e a prostituição não existe uma fronteira nítida, mas sim uma ambigüidade, a ponto de considerar o matrimônio como uma evolução do sexo mercantil para uma relação afetiva e amorosa, ou seja, a sexualidade está normalmente presente nos relacionamentos amorosos, mas o amoroso não está necessariamente presente no relacionamento sexual. Diante disto, ressalta-se que os atores da população local que afirmaram conhecer alguém que se envolveu sexualmente com o turista (34%), também não estão associando estes exclusivamente à prostituição, entretanto esta não está excluída, tendo inclusive relatos inerentes a tais práticas, como forma de garantir o sustento e melhores condições de vida, além de lhes conferir um melhor posicionamento na rede social local.

Entretanto, os 3% dos entrevistados que afirmaram já terem se envolvido ou estarem se envolvendo sexualmente com um turista, exaltam que tal prática não está associada à prostituição, visto que as relações sexuais realizadas foram provenientes de relacionamentos amorosos ou de outros de tipos de sentimentos e emoções, não sendo portanto resultado de troca monetária, mesmo que os recursos financeiros e materiais estejam envolvidos.

Deste modo, na ótica Foucaultiana, percebe-se que o contato estabelecido entre a população local e os turistas tem possibilitado o desenvolvimento de relações sociais, bem como de novas formas de sociabilidade, na medida em que foi detectada a presença de amizade, de trocas culturais e de relacionamentos amorosos e sexuais em proporções consideráveis, mesmo que estas não tenham desencadeado contribuições socioculturais efetivas.

Pressupondo que mesmo a população local estando mais propensa a sofrer impactos sociais diante da disparidade econômica diagnosticada, esta não impediu que as relações sociais fossem efetivadas, pois a supremacia econômica não significa, por si só uma capitalização automática de poder, nem se revelou como fator determinante na configuração dos processos relacionais entre a população local e os turistas na Cidade do Natal/RN, até porque o poder não depende apenas do indivíduo, mas também do contexto em que ocorrem as relações. (BARRY, 1979; HEYL, 1979; HART, 1998; FOUCAULT, 1992 *apud* RIBEIRO; SACRAMENTO, 2007).

Este fato não significa que o contato estabelecido não tenha causado a ritualização de comportamentos ou ainda tenha provocado mudanças comportamentais negativas, dentre outros impactos sociais. Mas que os mesmos refletiram no processo de subjetivação coletiva, e de interação social, indispensáveis para o desenvolvimento turístico sustentável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A primeira consideração que se pode retirar das reflexões feitas neste artigo, é que não menos nem mais importante do que outras ações, a amizade no turismo se apresenta como um dos requisitos indispensáveis para que a população local possa incluir-se na atividade turística, quer seja referente aos aspectos econômicos ou sócio-culturais. E que tal inclusão possibilita atingir patamares mais elevados de sustentabilidade social que contribui para a competitividade de um destino turístico, bem como para alcançar melhores níveis de desenvolvimento turístico sustentável.

Entretanto, atualmente em Natal, mesmo sendo detectado que uma importante parcela da população local estabeleceu relações sociais com os turistas, o que se observa é que as relações foram institucionalizadas, e que população local tem ocupado um lugar rebaixado, já definido, e que se assim permanecer, pode levar a estados de dominação mais alarmantes do que já se configuram na atual conjuntura. Daí a importância de se criar novas formas de sociabilidade, tal como a amizade, que se revela como espaços criativos, onde as relações humanas podem ser pensadas e vividas.

Ao se falar da necessidade da promoção da amizade do turismo, não se está predizendo que se deva criar modelos de relacionamentos, nem muito menos instigando ou defendendo a presença da sexualidade, mas sim em dar a população local a oportunidade de criar suas formas de sociabilidade. Pautadas na ética da amizade, na qual as pessoas não sejam indiferentes ou desrespeitosas com as outras, mas que seja proporcionado o prazer em conviver, através da “prática reflexiva da liberdade”. (FOUCAULT, 1994b, p. 711).

Com efeito, pensar na amizade no turismo, é pensar em reduzir os espaços de dominação presentes na relação população local-turistas, é enaltecer que as pessoas são livres, pelo menos em termos, e capazes de construir seus próprios caminhos. E que é justamente esta liberdade que deve ser buscada em prol do desenvolvimento local.

Assim, por meio das reflexões realizadas, conclui-se que pensar o turismo, com Foucault, é pensar em novas possibilidades de vida, onde não se neguem as relações de poder, mas que não se deixe influenciar em seus caminhos. É pensar que “devemos começar por reinventar o futuro, mergulhando em um presente mais criativo” (FOUCAULT, 1994a, p. 678).

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. **Michel Foucault e a teoria do poder**. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 7(1-2): 105-110, outubro de 1995 Disponível em: <http://www.geocities.com/sociedadecultura3/foucaultteoriapoder.html>. Acesso em: 22 dez. 2008.
- BAUER, Thomas ; McKERCHER, Bob (orgs.). **Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love and Lust**. Nova Iorque: Haworth Press, 2003.
- BRANDÃO, Pamela de Medeiros. **Contribuições ao desenvolvimento turístico local sustentável: a dimensão sócio-cultural na perspectiva da sociedade natalense**. Natal (RN), 2006.
- BRASIL. **Lei nº 11.321, DE 7 DE JULHO DE 2006**. Salário mínimo brasileiro. Disponível em: < http://www.portalbrasil.net/salariominimo_2006.htm>. Acesso em: 08 jan. 2008.
- DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DREDGE, Dianne. **Networks, conflict and collaborative communities**. 2006.
- FOUCAULT, M. **Ciência e saber** – a trajetória da arqueologia de Foucault. Rio de Janeiro, Ed. Graal, 1982.
- _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro, Ed. Graal, 1979.
- _____. Dits et écrits. Paris: Gallimard, 1994a. Vol. III. In: ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. **Michel Foucault e a teoria do poder**. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 7(1-2): 105-110, outubro de 1995. Disponível em: <http://www.geocities.com/sociedadecultura3/foucaultteoriapoder.html>. Acesso em: 20 dez. 2008.
- _____. Dits et écrits. Paris: Gallimard, 1994b. Vol. IV. In: ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. (1994a). **Michel Foucault e a teoria do poder**. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 7(1-2): 105-110, outubro de 1995 Disponível em: <http://www.geocities.com/sociedadecultura3/foucaultteoriapoder.html>. Acesso em: 20 dez. 2008.
- _____. O que são as luzes? In: **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. (Ditos & Escritos, v. 2).
- _____. O sujeito e o poder. In: RABINOW, P; DREYFUS, H. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- _____. O triunfo social do prazer sexual: uma conversação com Michel Foucault. In: **Ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. (Ditos & Escritos, v. 5).
- GOELDNER, Charles R. **Turismo: Princípios, praticas e filosofias/ Charles R. Goeldner; J.R. Brent Ritchie; Robert W. McIntosh**. [Trad. Roberto Cataldo Costa]. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MONTANER MONTEJANO, Jordi. **Estrutura do mercado turístico**. Trad. Andréa Favano. 2.ed. São Paulo: Roca, 2001.
- ORTEGA, Francisco. **Amizade e estética da existência em Foucault**. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

_____. **Para uma política da amizade.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

_____. **Genealogias da amizade.** São Paulo: Iluminuras, 2002.

RIBEIRO, Fernando Bessa; SACRAMENTO, Octávio. **A ilusão da conquista: Sexo, amor e interesse entre gringos e garotas em Natal (Brasil).** CRONOS-Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN, 2007.

Disponível em: <

<http://www.apantropologia.net/publicacoes/actascongresso2006/cap7/RibeiroFernandoBessa.pdf>>

. Acesso em: 04 jan. 2009.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **O Contrato Social ou Princípios do Direito Político.** [trad. Ciro Mioranga]. 13.ed. São Paulo: Escala, 2005.

SETUR/RN – Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. **Pesquisa de Demanda Turística.** 2006. CD-room

SORENSEN, Flemming. **The geographies of social networks and innovation in tourism.** 2007.

SUBIRATS, Joan. **Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración.** Madri: Ministério para las Administración Pública, 1994.

VILLAVARDE, Sandoval . **Sobre lazer, corpo e amizade: problematizações ético-políticas na subjetividade.** In: XII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 2001, Caxambu. Anais do XII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte. São Paulo: Microservice, 2001. Disponível em: <http://www.professores.unirg.edu.br/rlira/artigos/pdf/lazer%20e%20amizade.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2008.

¹ Os dados da pesquisa utilizados neste artigo fazem parte de um banco de dados que compõe Monografia de Graduação do Curso de Turismo apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por Brandão (2006). A pesquisa identificou as contribuições ao desenvolvimento local sustentável proporcionado pela atividade turística, sob a dimensão sócio-cultural, para a sociedade natalense.

² Leia-se população entrevistada, que foi composta por 300 (trezentos) residentes maiores de 18 anos de idade e com moradia fixa a partir de 05 (cinco) anos de permanência na Cidade do Natal/RN, distribuídos em proporções iguais entre 06 (seis) bairros da referida cidade, sendo eles: Ponta Negra, Praia do Meio, Santos Reis, Cidade Alta, Ribeira e Redinha Velha. E selecionada através de uma amostra probabilística aleatória simples, com erro amostral tolerável de 6%. (BRANDÃO, 2006). Ressalta-se que não se utilizou a renda estimada pelo Censo do IBGE, visto que a pesquisa realizada apresenta a perspectiva da população natalense.

³ Para efeito deste estudo optou-se em comparar com a renda dos turistas referentes ao ano de 2006, período de realização da pesquisa, de modo a manter uma equivalência periódica com a renda estipulada pela população local.

⁴ O valor do salário mínimo no momento da realização da pesquisa realizada por Brandão (2006) correspondia a R\$350,00, segundo Lei nº 11.321, de 7 de julho de 2006 (BRASIL, 2006). Ressalta-se, portanto, que foram mantidos os valores em reais declarados em porcentagens pelos turistas na Pesquisa de Demanda Turística (SETUR/RN, 2006), visto que uma conversão causaria discrepância entre as categorias.

⁵ Enfatiza-se que os relacionamentos amorosos e sexuais relatados referem-se exclusivamente aos desenvolvidos entre mulheres natalenses e homens estrangeiros, em quase sua totalidade. Tal predominância pelo turista internacional é explicada por Ribeiro e Sacramento (2007) pela imagem do brasileiro que vinculada ao machismo e a incapacidade econômica.