

## Cidade do lazer: expectativa de prazer

### **Kátia Flôres Pinheiro**

Psicóloga, Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Professora da Universidade Estácio de Sá.

End.: R. Prof. Eurico Rabelo, 75/103. Maracanã, Rio de Janeiro, RJ. CEP 29271-150.

E-mail: katiap39@yahoo.com.br

### **Jorge Coelho Soares**

Professor do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

End.: R. Renato Meira Lima, 595. Tanque, Jacarepaguá, Rio de Janeiro, RJ. CEP 22735-120.

E-mail: jorge.coelho.soares@terra.com.br

### **Resumo**

*O presente artigo tem como objetivo pensar a cidade contemporânea como espaço urbano de lazer num tempo próprio de uma hipermodernidade em curso. Para isso, pretende-se refletir sobre como o lazer interfere nas formas de sociabilidade e subjetividade na busca de estados de bem-estar e satisfação. Neste contexto, consideraremos o consumo um dos vieses desse estado de satisfação. A cidade retrata e encarna esta realidade de forma mais evidente, principalmente quando constatamos a atual ênfase no lazer como produção de felicidade. Cada vez mais presente em todo mundo, a cidade como ator na produção do lazer, a cidade do lazer – assim chamaremos –, se intensifica como depositária*

*das expectativas de prazer pelo divertimento e pela distração como compensações para os males do cotidiano e do trabalho. No entanto, a cidade do lazer vem se intensificando como depositária das expectativas de prazer aderindo aos moldes de uma realidade administrada pela lógica mercadológica do lucro, e assim seguindo os mesmos mecanismos instrumentais e técnicos que sustentam e controlam as atividades de trabalho. Ao mesmo tempo sinaliza, também, mecanismos psicossociais de adesão solícita e prazerosa de sujeitos diante desta lógica que implicaria na realização pessoal com mínimas exigências de si mesmo. Desta forma, nos debruçaremos na tarefa de analisar criticamente a cidade do lazer como expectativa de prazer, onde a cultura cotidiana do lazer, bem como os processos de subjetivação inerentes, impulsiona nossas inquietações diante da realidade calçada na razão instrumental e no consumo alienado como modo de alcançar a satisfação pessoal; o que para nós representa uma forma de sofrimento psíquico.*

*Palavras-chave: cidade, lazer, sofrimento psíquico, subjetividade, consumo.*

## **Abstract**

*The objective of this article is to analyze the hypermodern city considering the idea of leisure as a form of consumption to attainment states of happiness. It has been more present over the time that the city of leisure is intensified as something in which it is deposited expectation of pleasure. The time dedicated to leisure is experienced as a practice that reinforces the actions supported by the same instrumental mechanisms which serves to guarantee the perpetuation of the economical logic. This city promotes illusions that should be desired through ephemeral diversions molded by the market industry. By the way, there is a volunteer adhesion that moves people in direction to consumption. Nowadays, the leisure signify have time to consumption. The felicity model is the attractive of leisure in the cities. With this scene in mind, we reflect about the ways by which the leisure interferes in sociability and subjectivity. For us, it's also representing a form of psychic suffering.*

*Keywords: city, leisure, psychic suffering, subjectivity, consumption.*

## Cidade do lazer: expectativa de prazer

O homem moderno enfrenta esta força temível, o desejo, que nasce da necessidade e difere da necessidade como “mundo” de um “outro mundo”, no mesmo universo. A modernidade, é esta tentativa: a descoberta e a apropriação do desejo. (Lefebvre, 1969, p. 223)

A vida da cidade moderna inicia a sua trajetória movida pelas novas relações do homem com o trabalho, trabalho este fruto da lógica que sustenta a industrialização da produção e a comercialização de produtos. Num ritmo extraordinário a cidade avança, impulsionada pela técnica e pela razão que pretendem colocar o mundo, outrora desordenado, na ordem do progresso. É a lógica do projeto da modernidade em cena, e considerada nos últimos dois séculos, imprimindo novos espaços e tempos, marcando modos de sociabilidade e subjetividade, propondo novas formas de ser, de viver, de sentir, de sofrer, de estar no mundo.

A cidade representa, deste modo, a expressão viva da dinâmica dos novos tempos. Nela, a vida humana passa a se mover em torno da novidade, dos sonhos e de horizontes de uma vida de bem-estar. A aceleração e a velocidade vão caracterizando o seu ritmo, comprimindo espaços e tempos. Então, nos perguntamos: o que sinaliza a cidade moderna? Como e de que forma ela transforma a vida humana? Para quê, afinal, a cidade investe intensamente no lazer? Estas questões encontram, em parte, respostas na preocupação e no desejo humano por alcançar prazer na mais próxima expressão da felicidade. E a fim de sustentar esta forma de se viver feliz, a cidade assume, por meio do lazer, a possibilidade de atender esta demanda.

Comprimindo gestos e movimentos em tempos cronometrados, a cidade inova a vida ao garantir a novidade a custo da descartabilidade do que é antigo; a exemplo da moda com o constante renovar. Ao mesmo tempo, a cidade dá sinais de mal-estar psicossocial. A aglomeração de pessoas, as novas construções de habitação, a padronização do viver na forma de instrumentalização

das relações humanas, a produção em larga escala e o aproveitamento desregrado dos recursos naturais são sinais que espelham a realidade de que as coisas não andam bem.

A uniformização da vida faz brotar subjetividades automatizadas, diferenças sociais acentuadas e o trabalho despersonalizado. Isso, porém, expressa a própria marcha da modernidade ao confiscar a vida humana. São processos que marcam a cidade ao produzir um lixo fruto do que refuga e excreta. Desde o lixo que é literalmente lixo ao “lixo” que é refugio daquilo que sobrou dos movimentos estereotipados daqueles que trabalham, bem como dos que circulam nas ruas ao embalo das vitrines, dos *shopping centers*, ou seja, do consumo de objetos e experiências em expansão no comércio.

Na agitação e tensão da cidade, as diferenças e indiferenças sociais num mesmo espaço ficam gritantes. A violência urbana, disfarçada ou não, se torna parte dessa tensão experimentada num ambiente de contrastes, com efeitos hipnóticos. Por intermédio de mecanismos sugestivos e condicionantes, a libido humana retrai, controlada nos moldes da militarização ou da mídia que operam na massificação e na orientação dos sujeitos.

A agitação urbana produz determinadas maneiras de se relacionar, criando uma possível tessitura de sociabilidades. Nela, porém, está contida sua possibilidade oposta, ou seja, a de selecionar, excluir e ignorar o outro. Nas cidades aprende-se igualmente a arte do afastamento e isolamento social. Nos espaços públicos da cidade é possível verificar em larga escala que os olhares não mais se cruzam e o distanciamento social revela, em parte, o tédio diante do mundo. Mas, paradoxalmente, revelam também momentos e lugares como pontos de exaltação e euforia emocional. Estamos, assim, diante de um mundo que vai se tornando espaço “desprovido de sentido”, mas que forja meios de operar nesta ausência de sentido, exteriorizando possibilidades de realização, satisfação e prazer. Neste curso, uma crise de sentidos retrata a dinâmica própria que configura a cidade como lugar das contradições e da indiferença social, mesmo que maquiada de aparente sociabilidade. Lugar da ordem e da desordem, espaço mediado, predominantemente, pela instrumentalização das relações humanas e área reprodutora de formas adaptativas de expectativas humanas, a

cidade mexe com o desejo humano da mesma forma que representa a própria manifestação desse desejo.

Se a racionalidade técnica é o reinado de uma lógica do cálculo, ela termina por impregnar todo o funcionamento social, bem como a lógica dos afetos, das sociabilidades e convivencialidades. Resta constatar o exílio gradual que a lógica do sentido vem sofrendo na Contemporaneidade. Sendo ela o que se constitui na consciência humana, na consciência do indivíduo, que se tornou uma “pessoa” através de processos sociais, é através dela que ele pode construir “as múltiplas significâncias da experiência e a da ação na vida humana” (Berger, 2004, p. 14). Eis o caminho para o ser humano se tornar, ao mesmo tempo, dialeticamente, consumidor e produtor de sentido – em princípio aberto a todas as possibilidades de ser e estar no mundo, mas que subentende a possibilidade de ser “igual”, aparentemente homogeneizado nas liberdades parciais de decidir, resguardando, porém, em si mesmo outras possibilidades idiossincráticas, desnaturalizadas e radicalmente solitárias de expressar sua compreensão do mundo da vida.

Imerso numa lógica social, não mais a do sentido, mas na da lógica do cálculo, o homem se vê então submetido à racionalidade instrumental, que a tudo submete à mensuração, ao cálculo obsessivo de probabilidades, em busca de uma maximização do “lucro” financeiro e/ou social rápido e garantido, na tentativa de extirpar da vida a possibilidade do acaso, do fortuito, daquilo que emanando do imaginário e subverte a lógica de uma racionalidade engessada.

O homem contemporâneo, em larga escala, aparentemente aberto a todas as possibilidades de ser e estar no mundo, acaba sendo o porta-voz do sempre igual, homogeneizado nas liberdades parciais de decidir. Deixando de lado sua capacidade de produzir sentido, marcha se conformando cada vez mais rapidamente a sua única condição. E tudo nos faz crer, isto vem se dando explícita e abertamente através de uma adesão prazerosa e solícita. A propósito, Alberto Moraria (2003), em seu conto “Recordações de Circe”, interpreta de maneira irônica e com o olhar voltado para o homem moderno a estadia de Ulisses e seus amigos na ilha de Circe, quando foram transformados em porcos, não como um ato de violência contra a vontade destes homens/heróis, mas como

algo que aconteceu por uma adesão solícita e prazerosa a um novo estado de ser no mundo, onde se pode sobreviver com as mínimas exigências de si mesmo.

Povoados, vilas e pequenas cidades que foram os embriões das atuais megalópoles eram regidas por uma lógica de funcionamento que ressaltava não somente a proximidade física, mas a necessidade de convívio social, de relações de interdependência estreita, mesmo que regidas por uma lógica hierárquica rígida e discriminadora. A ideia de coletividade e de seus interesses colocava em segundo plano os interesses meramente individuais que tendiam a ser rechaçados. Nesta realidade, os tempos e espaços se mesclavam, sem divisões radicais que vamos assistir acontecer com a chegada da lógica da modernidade concomitante ao crescimento exponencial das cidades e sua conseqüente complexificação. Neste cenário, a ideia de lazer vai surgir como prática no tempo livre fruto da fragmentação de tempos e espaços. Lazer, trabalho e convívio social compunham o cenário da vida em coletividade no tempo social que antecedeu a consolidação, no Ocidente, do projeto da modernidade do qual somos herdeiros.

Nada é poupado ao homem em tempos que antecedem a Modernidade, nem mesmo a mais terrível das fatalidades: a morte. Sem artifícios, a presença da morte no cotidiano social dava o tom da dramaticidade, entoadado pelos afetos no sofrimento do comum sentir das perdas nas relações humanas. Não havia cisão entre a vida e a morte, muito embora a realidade compartilhada pudesse ser devastadora. A agonia do sofrimento transformava-se em meio de significação. A cidade era, assim, palco da integralidade de vivências marcadas pela tragicidade da mesma forma que pelas festividades. A vida, então, tinha toda uma intensidade e densidade afetiva e social própria.

Mas os “tempos modernos” surgem anunciando a expulsão, não somente dos demônios, dos rituais ou da “irracionalidade” que faziam parte da realidade social, mas também da morte e da desrazão como contrapontos aos novos modelos baseados na racionalidade técnica. A cidade torna-se ponto de confluência das multidões, lugar das novidades da moda e do clima artificial no planejamento urbano. Afetada por esse clima, a cidade se move em

direção ao preenchimento do tempo livre, desocupado pelo trabalho e pelas ocupações de manutenção da vida. Neste panorama, o lazer passa aos poucos a representar a outra face do sistema produtivo, menos visivelmente acoplado a ele, com tempos e espaços marcados sistematicamente. Uma maneira de também controlar as multidões crescentes que ameaçam a ordem, criando novas formas de uso do tempo livre. Tempo este que tem como padrão de normatização, a mesma lógica econômica do tempo ocupado pelo trabalho. Ambos os tempos mantêm entre si a razão instrumental ao reger a vida humana na obtenção de uma pseudoliberalidade na busca pelo bem-estar. Sendo assim, uma situação dramática se inscreve como forma social de adoecimento psíquico, pois no consumo do lazer é possível perceber esta realidade na sua face hedonista e capitalista. Uma das expressões desta realidade está no fenômeno do *shopping center*. Assim sendo, a cidade moderna vai se consolidando principalmente como espaço de atividades de lazer, na forma de consumo, envolvendo mecanismos em prol da lucratividade. O planejamento estratégico e finalidades econômicas podem ser percebidos no *shopping center* e:

Sem dúvida, os *shoppings* são lugares cuidados. São bem policiados, constantemente limpos e com boa manutenção; os banheiros são asseados, e as mercadorias são entregues sem demora; os aluguéis são cancelados nas lojas consideradas ruins ou que não dão lucro, e assim que elas vagam, novos interessados aparecem para ocupá-las. Os proprietários dos *shoppings* esforçam-se por manter uma mistura equilibrada de lojas e atrair marcas conhecidas que vão beneficiar as menos famosas. Eventos especiais, como bazares, concertos e campanhas publicitárias promovem o *shopping* como um todo. (Rybczynski, 1996, p. 194)

Deste modo, a cidade moderna vai se consolidando, principalmente como espaço de consumo do lazer e:

Na nossa sociedade, o tempo livre é ocupado por três tipos principais de atividades – nenhuma delas realmente se aproximando daquilo que os eruditos gregos, ou homens de lazer, tinham em mente. O primeiro é o consumo

de mídia – na maior parte televisão, com uma pitada de leitura de jornais e revistas. O segundo é a conversação. O terceiro é um uso mais ativo do tempo livre e, portanto, mais próximo do antigo ideal: ele envolve *hobbies*, fazer música, praticar esportes ou exercícios, ir a restaurantes ou ao cinema. (Csikszentmihalyi, 1999, p. 21)

O desenvolvimento de novos espaços e tempos para o lazer vai se caracterizando pelo desperdício da vida em práticas cada vez mais estimuladas pelo consumo e pela força capaz de manter aquecida a escala produtiva. Ou seja, é em atividades assim que o homem alimenta o “tempo livre” para com isso voltar ao trabalho, perpetuando, deste modo, a lógica capitalista de produção.

A cidade moderna caminha abrindo espaços forjados pelo consumo padronizado em paradigmas de prazer, chegando ao fim do século XX impulsionada ainda mais pelo consumo depreciativo no lazer industrializado e intrumentalizado. E assim, o lazer se expande e se configura como parte fundamental do que hoje conhecemos como cidade hipermoderna. Lugar do hiperconsumismo e do hipernarcisismo, movida pelo capitalismo exacerbado nos moldes da cultura da urgência, do excesso e da hiperemotividade centrada no presente. (cf. Lipovetsky, 2004).

Por meio de uma série de modelos de distrações fugazes, a indústria do lazer massificada está orientada a fomentar ilusões capazes de manter os sujeitos sob controle. Como anestésicos da vida social, contribuem para a impossibilidade de construção de significados e sentidos que distancie o tédio da vida afetiva.

A partir de então nos perguntamos: como o lazer influencia e instrumentaliza a vida humana na cidade? Como o crescente mundo administrado e programado do “tempo livre” interfere nas subjetividades? Para quê o lazer? Que lugar ocupa a indústria do entretenimento na vida humana? Estas questões são complexas, mas nem por isso inabordáveis. No geral, os conceitos de lazer giram em torno de alguns eixos temáticos, entre eles: modelo cultural de prática social, entrega livre e espontânea, conjunto de atividades, diversão e juízo de gosto, princípio de dedicar-se a



si mesmo, recreação, espaço de tempo livre entre o trabalho e o descanso, vivência lúdica e prazer proporcionado pela atividade. Muitas práticas no lazer têm se consolidado enquanto estímulo ao consumo de objetos e serviços; produtos intensamente divulgados pela mídia com fins mercadológicos. Estas práticas estão presentes nas cidades vendendo sonhos de prazer e experiências de diversão e distração, possibilidades de compensação para o tédio e o sofrimento humano. São formas de lazer pré-fabricadas e programadas na lógica do capitalismo que vão configurar a cidade hipermoderna. Nos modelos estratificados pela expansão da globalização, decorrente dos “aspectos econômicos e tecnológicos, cujos mecanismos são os mesmos para todo o planeta” (Severiano e Estramiana, 2006, p. 61), nada mais fica fora ao ser incorporado a um mundo em decomposição.

Nesta “nova cidade” a grande movimentação humana comporta atos repetitivos e ritmados pela circulação, por exemplo, de informações. Um centro de diferenças inconciliáveis e de indiferença diante do outro, num mundo que se esvazia de seus significados tradicionais e coloca em seu lugar resignificações efêmeras para consumo imediato. E conforme a escalada do consumo avança, novos marcadores de identidade configuram-se nos novos interesses humanos. Do lixo ao luxo, a realidade das diferenças mostra que a cidade não é de todos, mas de poucos. Ademais, conflitos urbanos aquecem a violência e impõem uma constante vigilância como elemento de segurança.

Além disso, novos modos de se lidar com a morte e com o trabalho são os anestésicos que dessensibilizam o homem, transformando-o em espectador passivo de um mundo que conspira contra si mesmo. Enclausurado nas rotinas diárias do trabalho e do cotidiano em geral, a vida se torna aprisionada e entediante. Como contraponto, a cidade cresce como lugar das diversões efêmeras. Por meio de uma série de modelos de distrações fugazes, a indústria do lazer massificada está orientada a fomentar ilusões capazes de manter os sujeitos sob controle. Como anestésicos da vida social, contribuem para a impossibilidade de construção de significados e sentidos que favoreçam o lidar com o tédio na vida afetiva.

As distrações perturbam a reflexão, que, no entanto, será sempre um fenômeno passageiro. O trabalho é, muitas vezes, menos entediante que o lazer, mas quem defende o trabalho como tratamento contra o tédio está confundindo a supressão temporária de um sintoma com a cura de uma doença. E não há como escapar do fato de que muitas formas de trabalho são mortalmente entediante. O trabalho é, com frequência, opressivo, muitas vezes sem potencial para promover qualquer significado na vida. A resposta à pergunta de por que as pessoas se entediam não reside no trabalho ou no ócio. Uma pessoa pode ter muito ócio sem se sentir notavelmente entediada e pode ter muito pouco ócio e morrer de tédio. [...] O tédio não é uma questão de ócio, mas de significado. (Svendsen, 2006, p. 35-36)

Neste cenário, as experiências no lazer vêm retratando práticas em ações estereotipadas e imediatas, regidas pela lógica econômica e servindo ao hiperconsumo a fim de manter a engrenagem de um mundo administrado.

A urgência e a intensidade com que os desejos devam ser atendidos retratam a tônica com que os prazeres são orientados nas experiências. A cidade do lazer expressa as tensões humanas na busca pela identidade como forma de reconhecimento do lugar no mundo social. Considerando a concepção da cidade global, é possível inferir que o lazer também é um fenômeno da realidade social em ascensão.

A cidade global pode ser considerada um momento excepcional da realidade social, uma síntese privilegiada do encontro entre a geografia e a história, uma formação sociocultural em que grande parte da vida social aparece de forma particularmente desenvolvida, acentuada e exacerbada. Na cidade podem encontrar-se manifestações mais avançadas e extremadas das possibilidades sociais, políticas, econômicas e culturais do indivíduo e coletividade. (Ianni, 2004, p. 53).

A cidade do lazer pulsa intensamente enquanto fenômeno movido pela globalização econômica, na produção de estilos de vida artificiais e pré-determinados, em que a participação reflexiva e crítica dos sujeitos está praticamente ausente. Há um não querer pensar em si mesmo. Para tanto, os lazeres barulhentos e tumultuados e os divertimentos agitados se justificariam como escape a nossa infeliz condição, pois “é mais fácil suportar a morte, quando não se pensa nela, do que pensar na morte sem perigo.” (Pascal, 1988, p. 79).

A paralisação do senso crítico e da perspectiva social tem efeito dessensibilizante. No geral, os pacotes turísticos prontos demonstram esta situação: o personagem consumidor frente ao desejo de distração e felicidade, deslocada para o evento programado. Além disso, o culto à hiperemotividade instantânea se ajusta à lógica que impulsiona a cidade. O superinvestimento na experiência do lazer assume a forma de consumo e de instrumentalização de modos de diversão e entretenimento, condição que contribui para a desertização da vida humana e para a erotização dos objetos e experiências de consumo. Tornados fetiches de um mundo empobrecido de sentidos, os objetos ganham vida própria, sendo subjetivados, amados, idolatrados e incorporados como extensão identitária e, assim, regem as subjetividades ao fornecerem atributos identitários.

Ao refletirmos sobre a cidade do lazer, pretendemos colocar em evidência processos de subjetivação que fazem mover esta cidade, marcando seus espaços e tempos. Uma ideia nos parece importante destacar: os sujeitos hipermodernos estão, a cada dia que passa, mais inoperantes e distantes da realidade. Atraídos e distraídos diante da cidade como palco de atrativos sedutores – a fim de que se rendam aos “encantos” das formas alienantes de viver o tempo livre – os sujeitos se deixam seduzir e se entregam aos paradigmas de prazer sem resistência ou crítica. A ordem é consumir e, deste modo, o lazer é o melhor exemplo de como os sujeitos vão se mover frenética e impulsivamente em busca da felicidade apresentada como realização de sonhos e diversão garantida.

Ocupar o tempo com novidades é a tendência nas cidades hipermodernas. Novidades que trazem embutidas aspectos de sofrimento e adoecimento humano, maquiadas de aparentes socia-

bilidades para encobrir, dentre outros, o fenômeno do isolamento social. A maneira de reciclar o tempo por meio das novidades transforma o sujeito num ser mutante e cambiante, pronto para qualquer ocasião. E é no lazer que estes aspectos são mais perceptíveis a um olhar atento e crítico, quando, por exemplo, observamos o percurso do homem entediado na cidade hipermoderna. A noção do tédio introduz a perspectiva do mundo desprovido de significações, que encontra, por meio do consumo, no lazer, uma possibilidade de resignificação. A demanda pelo lazer hipermoderno promete reanimar e adocicar os sofrimentos, e, por fim, livrar o homem do tédio que o atormenta. Afinal, o lema é viver a vida intensamente e esgotá-la, se possível, num simples ato presente.

Todavia, Freud (1974, p.105) levanta a questão acerca do “por que é tão difícil para o homem ser feliz” e nos sinaliza que métodos para isso podem provocar efeitos indesejáveis e, com isso, nos aproximar ainda mais do sofrimento psíquico. Ainda de acordo com ele, este sofrimento apresenta três fontes: “o poder superior da natureza, a fragilidade de nossos corpos e a inadequação das regras que procuram ajustar os relacionamentos mútuos dos seres humanos na família, no Estado e na sociedade.” (Freud, 1974, p.105). Este último sofrimento é o que nos interessa mais, visto ser fonte social de mal-estar, além de predominantemente determinado pela atuação do homem sobre o mundo.

Ao atuar sobre o mundo em busca da felicidade como meio de libertação do sofrimento advindo da atividade produtiva alienada, o homem moderno faz do tempo livre algo diametralmente oposto, a saber, um espaço de lazer estereotipado, consumível instantaneamente e regido pela lógica capitalista, fetichista e imediatista. Como adverte Adorno (1992, p. 154): “O tempo livre continua a ser reflexo de um ritmo de produção imposto de modo heterônomo ao sujeito, ritmo que é mantido forçosamente, mesmo nas pausas cansadas.” É neste tempo que o homem pretende encontrar aquilo que lhe foi sonogado pelas horas de trabalho alienado: o prazer. Prazer este incorporado ao lazer na cidade moderna como forma de erotização da vida, posto o trabalho carente de sentido ser predominantemente um trabalho deserotizado, ou seja, desprovido de prazer e significado humano. Entretanto, isso não é tão visível ao próprio homem, dado mecanismos inconscientes também estarem atuando.

Neste estudo, a ideia que se desvela por detrás do lazer e em larga escala é a de sofrimento psíquico, quando maquiado por práticas de diversão instrumentais e comercializadas como desejo de escape e evasão da realidade. Tal fato nos remete a pensar que a cidade do lazer oferece um infindável número de opções de entretenimento que atinge a fantasia humana de se satisfazer e se ver livre do sofrimento, mas que paradoxalmente representa ir direto ao seu encontro. Talvez este fato demonstre a dialética do lazer, em que na aparência o que se manifesta não equivale necessariamente à essência. Como exemplo, temos a maneira de preencher o tempo desocupado com atividades do tipo passatempo, afinal,

O que mantém todos os viventes ocupados e em movimento é o esforço de existir. Mas, uma vez assegurada a existência, não sabem o que fazer dela: daí que o segundo fator a pô-los em movimento seja a aspiração de livrar-se do fardo da existência, a torná-la imperceptível, a ‘matar o tempo’, isto é, a escapar do tédio. (Leipzig *apud* Adorno, 1992, p. 153).

Pelo caminho de controle do tempo livre, administrando as emoções e, por outro lado, os sujeitos em busca do prazer, consumidos em experiências fabricadas, é que a cidade vai se consolidando num grande pólo de investimentos no lazer. Segundo estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas (FGVSP)<sup>1</sup>, o lazer e o turismo despontam como fenômenos, empregando atualmente, direta ou indiretamente, 8% do total de empregos no mundo. Ademais, os gastos em consumo no lazer somente perdem para os gastos com alimentação. Cada vez mais o consumo no lazer tem alimentado a indústria que sustenta formas padronizadas e organizadas de incremento à diversão massificada e vendida como ilusão de felicidade. O crescimento da indústria referente ao lazer e ao turismo nas cidades tem demonstrado ser um negócio dos mais promissores e lucrativos, elevando a disponibilidade de consumo ao abarcar a sociedade amplamente. O fenômeno dos *shopping centers*, a exemplo disso, funciona:

Como espaço privado que se traveste de público para dar a ilusão aos consumidores de que se trata de uma “nova cidade”, mais bonita, mais limpa e mais segura que a “ci-

dade real”, que pertence ao mundo de fora, o *shopping center* é tomado aqui como um importante complexo comercial que pretende fabricar um “novo homem”, a fim de adaptá-lo à obsessão capitalista pelo lucro. E essa pretensão custa muito caro à cultura, à cidadania, à urbanidade, ao lazer e à subjetividade. (Padilha, 2006a, p. 23)

As práticas no lazer como fenômeno da cidade hipermoderna, fundada na lógica capitalista, retratam sujeitos à procura de prazer nos modos já estabelecidos de diversão e distração a serem consumidos, compensando e sustentando vínculos sociais frágeis e inconstantes, do mesmo jeito que emotivos e passionais. As sociabilidades são assim marcadas pelo não ser em troca do querer ter. Substituídas e intermediadas por mercadorias e serviços, retratam experiências esvaziadas de significados humanos, subjetividades em sofrimento, expressões de um mundo psicossocial transmutado a imagem da mercadoria ou do serviço consumido. São agora as imagens vendidas e consumidas que fazem mover a cidade ao exercer a força de comando sobre sujeitos desejantes desta mesma força. Quando se trata do lazer, estas imagens adquirem poder de atração e identificação. Desta forma, às identificações apoderam-se imagens de prazer no lazer pelo consumo, moldando mentalidades e alimentando o narcisismo, posto não incentivarem as interações humanas ou a constituição identitária, tampouco o sentido de coletividade. Neste aspecto, o *shopping center* é um modelo notável, cuja expansão nas cidades denota a intensificação da cultura consumista. Padilha, em trabalho recente, expõe a tese em que:

[...] procuro defender quanto à relação entre *shopping center*, consumo e lazer é a de que os *shopping centers* são símbolos de uma sociedade que valoriza o espetáculo do consumo de bens materiais e de lazer-mercadoria e que, além disso, oferecem a uma parcela da população o direito a esse consumo e a este lazer, enquanto exclui a maioria dessa mesma população. Assim, estes centros comerciais configuram-se como espaços de lazer alienado, influenciando de forma decisiva a construção da identidade social de cada um, tanto dos que frequentam

estes espaços como dos que não os freqüentam, mas, enfeitados pela publicidade e pela “cultura do consumo”, desejam fazê-lo. (Padilha, 2006b, p. 147)

Ao aproximarmos da perspectiva social e subjetiva do homem, por meio dos fatores condicionantes de modos de ser e estar no mundo, a vida se encena como um show de espetáculos que mascara as discrepâncias sociais, a desvalorização do humano e a exclusão, com sua face dócil de inclusão de que todos podem e participam do *show* da vida, mas que expressa as desigualdades da sociedade hipermoderna.

De fato, a vida social nas sociedades contemporâneas se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente torna-se uma representação. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo de divertimentos – o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou uma degradação do “ser” para o “ter”. Em seguida, operou-se um deslizamento generalizado do “ter” para o “parecer-ter”. Na situação das grandes massas excluídas da sociedade global só resta o “identificar-se-com-quem-parecer-ser-ou-ter” por meio do espetáculo, sequer ao vivo, mas “visto-a-distância” através das mídias globais que lhes oferecem exibições instantâneas de todos os tipos e partes do mundo. (Dupas, 2001, p. 52).

A realidade na qual a cidade cresce e aparece como indústria do entretenimento, demonstra o quanto veio não para atender desejos e necessidades humanas, mas para criar ilusões narcisistas que mantenham o consumo e a produção em aceleração, pautadas pela lógica capitalista da lucratividade e pelo valor de troca. Assim, o *shopping center* simboliza aquilo que o mercado capitalista anuncia enquanto ideal de felicidade e liberdade. Num ambiente artificial comparável a uma “nave espacial” (Sarlo, 2004, p. 17), o *shopping center* constitui uma cidade dentro da cidade, um espaço de negação da própria cidade. Lugar da desconfigu-

ração de sentidos humanos, tornando-se espaço da repetição da manifestação compulsiva ao consumo. Isto se torna possível, na medida em que o velho é constantemente reciclado, descartado e condenado a ser substituído pelo novo.

A desvalorização da sensibilidade e sociabilidade humana está presente nos modos de lazer da cidade, uma imagem trágica da crise de sentidos. Na ilusão do caminho para o bem-estar como forma de satisfação externalizada, ou seja, o consumo da felicidade como “prato-feito”, as práticas do lazer fomentam a entrega pessoal a um mundo de espetáculos aos prazeres. É a felicidade como experiência individual, vivida num objeto acabado, pronto, oferecido como mercadoria de consumo.

Num mundo que pulsa meios de lazer com perfil industrial, acabamos por nos perguntar: como compreender a cidade do lazer ao contribuir para a dissolução dos laços sociais e para a dessubjetivação humana diante do consumo alienado? A racionalização do lazer faz ruir o **ser** em detrimento do **ter**, e porque não dizer do imaginar ter. Talvez a ilusão, como “percepção deformada de um objeto real e presente” (Dalgalarondo, 2000, p.83), fomente a expectativa da vida enriquecida de emoções, prazeres e artifícios ilimitados e desconectados da realidade. Uma outra questão nos inquieta: o que se consome, afinal, por meio do lazer? A resposta que encontramos na cidade hipermoderna aponta para o prazer e a felicidade, experimentados como momentos instantâneos e ilusórios. No consumo da diversão e distração, “nada ilustra melhor a dimensão hedonista do consumo que o papel crescente dos lazes em nossas sociedades”. (Lipovetsky, 2007, p. 61).

A felicidade é assim um ideal a ser perseguido por meio do consumo incessante ou hiperconsumismo. Este consumo fugaz, além de representar o que de mais comum se apresenta no lazer, também garante um modo de pertencimento. Pertencimento este mecanicamente instituído pela mesma lógica que adoce o trabalhador na produção promovida pelo progresso e pela técnica.

É no lazer, como busca de experiências e vivências características do hipermoderno, que assegura a cidade o lugar da concentração de atrativos lúdicos, por ser espaço de aglomeração de indivíduos atrás de distrações no intuito de amortecer preocu-



pações e refugiar-se num mundo dedicado a si mesmo. Portanto, o sentimento de felicidade domesticado está implícito nos discursos do lazer hipermoderno, seja pelo que já foi mencionado ou pelo controle da vida pulsional, da ilusão, do rompimento com a realidade à custa do sofrimento psíquico. Na busca pela felicidade, Freud aponta um sentido trágico e característico do projeto de vida dos seres humanos ao destacar que:

O programa de tornar-se feliz, que o princípio do prazer nos impõe, não pôde ser realizado; contudo, não devemos – na verdade, não podemos – abandonar nossos esforços de aproximá-lo da consecução, de uma maneira ou de outra. (Freud, 1974, p. 102).

O homem hipermoderno é aquele que leva esse programa às últimas consequências, se movimentando na busca incessante pelo ser feliz, principalmente por intermédio de atividades de lazer. Com isso, a cidade do lazer vem se constituindo como depositária desta expectativa e como capaz de encarnar a diversidade de experiências necessárias para atendê-las.

Analisar a cidade do lazer como expectativa de prazer foi nosso principal objetivo. A cultura cotidiana do lazer, bem como os processos de subjetivação inerentes, impulsiona nossas inquietações diante de uma realidade calçada na razão instrumental e no consumo alienado como meio de satisfação. Produzir necessidades ‘falsas’ (cf. Marcuse, 1969) que condicionem a vida social e a condenem a cultura da inutilidade como forma de preencher o tempo livre, representa a crise de sentidos nas práticas de lazer. Ações refletidas espelham a vida como um grande espetáculo, recheadas de automatismos nas respostas manifestas pela pronta sugestão de um mercado sedutor. Diante disso, o homem, imerso na lógica da hipermodernidade, perde gradualmente a capacidade de pensar criticamente sobre si mesmo, os demais e o mundo em que vive, e assim se entrega espontaneamente, aspirando encontrar aquilo do qual sua inércia psíquica o impede de realizar.

Parafrazeando Sarlo (2004, p.81) ao afirmar que “a sociedade vive em estado de televisão”, diríamos que a cidade do lazer vive

em estado de embriaguez festiva, impregnada de ilusões de evasão das preocupações cotidianas e do trabalho. Além disso, é constituída basicamente de atividades que promovem o consumo como meio de bem-estar, oferecendo prazeres momentâneos, intensos e decalcando significados humanos. Neste cenário, a infelicidade passa a ser a principal realidade da qual o lazer hipermoderno pretende dissimular, produzindo como resultado “a euforia na infelicidade”. (Marcuse, 1969, p. 26).

Portanto, a cidade do lazer representa o lugar das angústias humanas disfarçadas em sentimentos e emoções exacerbadas numa busca constante pelo prazer e pela felicidade, o que garante ao modelo capitalista e neoliberal sua ascensão nos moldes da reificação do lazer como automação humana, no movimento de repetição e reprodução estereotipada de formas de diversão, distração e entretenimento.

## Notas

1. Dados do Centro de Estudos de Lazer e Turismo (CELT), da Fundação Getúlio Vargas (São Paulo, SP). Disponível em: <<http://www.eaesf.fgvsp.br/interna1coluna.aspx?PagId=DMGHMPQQ&ID=62>>, consultado em 10/12/2006.

## Referências

- Adorno, T. (1992). *Mínima Moralía*. São Paulo: Ática.
- Aubert, N. (2004). *L'individu hypermoderne*. Paris: Érès.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2004). *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: A orientação do mundo moderno*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). *A descoberta do fluxo: A psicologia do desenvolvimento com a vida cotidiana*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Dalgalarrodo, P. (2000). *Psicopatologia e semiologia dos transtornos mentais*. Porto Alegre, RS: Artmed.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada em Occidente*. Barcelona, España: Paidós.

- Dupas, G. (2001). *Ética e poder na sociedade da informação*. São Paulo: Unesp.
- Freud, S. (1974). *O mal-estar na civilização* (Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, Vol. 21). Rio de Janeiro: Imago (Originalmente publicado em 1930).
- Ianni, O. (2004). *A era do globalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Lefebvre, H. (1969). *Introdução à modernidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Lipovetsky, G. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Marcuse, H. (1969). *Ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Moraria, A. (2003). *Contos dispersos*. São Paulo: Cia das Letras.
- Nowotny, H. (1992). *Le temps à soi: Genre et structuration d'un sentiment du temps*. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de L'homme.
- Padilha, V. (2006a). *Shopping center: A catedral das mercadorias*. São Paulo: Boitempo.
- Padilha, V. (2006b). Introdução. In V. Padilha (Org.), *Dialética do lazer* (pp. 9-18). São Paulo: Cortez.
- Pascal, B. (1988). *Pensamentos* (Os Pensadores). São Paulo: Nova Cultural.
- Rybczynski, W. (1996). *Vida nas cidades: Expectativas urbanas*. Rio de Janeiro: Record.
- Sarlo, B. (2004). *Cenas da vida pós-moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

Severiano, M. F., & Estramiana, J. L. (2006). *Consumo, narcisismo e identidades contemporâneas: Uma análise psicossocial*. Rio de Janeiro: Eduerj.

Svendsen, L. (2006). *Filosofia do tédio*. Rio de Janeiro: Zahar.

---

*Recebido em 17 de fevereiro de 2009*

*Aceito em 13 de março de 2009*

*Revisado em 05 de maio de 2009*