



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

FERNANDO MASCARENHAS

**ENTRE O ÓCIO E O NEGÓCIO:
TESES ACERCA DA ANATOMIA DO LAZER**

Tese apresentada à Faculdade de Educação Física como requisito final para obtenção do título de Doutor em Educação Física.

Orientador: Professor Doutor Lino Castellani Filho

CAMPINAS - SÃO PAULO

Junho - 2005



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

AUTOR: FERNANDO MASCARENHAS

TÍTULO DA TESE:

“ENTRE O ÓCIO E O NEGÓCIO: TESES ACERCA DA ANATOMIA DO LAZER”

Este exemplar corresponde à redação final da tese de doutorado defendida por Fernando Mascarenhas e aprovada pela Comissão Julgadora em 3 de junho de 2005.

Prof. Dr. Lino Castellani Filho
(orientador)

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA da F.E.F. - UNICAMP**

M373e

Mascarenhas, Fernando.

Entre o ócio e o negócio: teses acerca da anatomia do lazer / Fernando Mascarenhas. - Campinas, SP: [s.n], 2005.

Orientador: Lino Castellani Filho.

Tese (doutorado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

1. Lazer. 2. Trabalho. 3. Mercado. 4. Educação. 5. Lazer-Aspectos sociais. 6. Lazer-História I. Castellani Filho, Lino, 1951-. II. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado a Ennio Helio Alves, um operário técnico especializado que acreditou na promessa integradora da educação e, apesar das dificuldades que a vida lhe impôs, é bom que se diga também, sob a influência e rigidez da razão-trabalho fordista, ao seu modo, soube cuidar da formação de seus filhos.

AGRADECIMENTOS

Ao PICD-CAPES, pela concessão do financiamento para a realização deste trabalho, tornando estruturalmente possível meu afastamento e deslocamento para a cidade de Campinas-SP.

Aos companheiros de trabalho na Faculdade de Educação Física da Universidade Federal de Goiás, que se desdobraram para garantir minha licença apesar de todas as dificuldades que apanham a Universidade Pública em nosso país.

Aos amigos da Educação Física de Goiânia, lembrando da Aneleyce, Lenir, Nivaldo, Guego e Alvina, Marcus e Fabiana, Marcus Fraga, Paulo Ventura, Alcir e Helena, Pitias, Renato, Marcelo, Laerson, Luzia, Jussara, Guina e Luciana, Chico e Climene, Antônio Celso, Waltinho, Zé Pedro, Almandino, Nilva, Marília, Margarete, dentre tantos outros que, seja pelas reuniões, pelos encontros, pelas conversas, pelas discussões, pelas festas, pelo futebol, pelos conflitos, pelo trabalho coletivo etc., de uma forma ou de outra, estão presentes nas entrelinhas deste estudo.

Aos amigos do Lazer Marcelo Húngaro, Wilson Lino, Simone Rechia, Tereza França e Gustavo Coppola pelos momentos descontraídos de aprendizado mútuo através do envolvimento com o Grupo de Trabalho Temático do CBCE ou em outras atividades divididas.

Aos companheiros de moradia em Campinas-SP, Edgard, Sandoval e Roberto Liao pela amizade, cumplicidade e solidariedade compartilhada.

Às professoras Ana Márcia Silva, Anita Azevedo Resende, Silvia Cristina do Franco Amaral, Valquíria Padilha e professor César Aparecido Nunes, pelas críticas, sugestões e contribuições oferecidas como membros da banca de qualificação ou de defesa desta tese.

Ao amigo e Professor Lino Castellani Filho que, para além de orientador, é alguém que admiro pela inquietude, esperança, engajamento e habilidade diante das relações de hegemonia e contradições da vida acadêmica e política brasileira, autêntico sujeito de seu tempo.

E, em especial, a Luciana Marcassa, pela ajuda na cansativa leitura e revisão deste texto, por suas críticas e sugestões sempre pertinentes e competentes, pelos poemas declamados, pela música entoada, por sua presença sempre marcante de paciência, sensibilidade, companheirismo e ternura, além, é claro, por seu amor de mulher e pessoa linda que é.

RESUMO

Este trabalho aborda a transição que apanha o lazer na sociedade contemporânea, tendo em vista as mudanças econômicas, políticas e culturais ocorridas ao longo das últimas décadas. Trata-se de uma investigação histórico-filosófica estruturada sobre revisão de literatura, pesquisa documental e discussão teórica que abarca momentos de classificação epistemológica, análise categorial e debate político em torno do lazer. Procura contribuir para a compreensão e explicação das novas práticas de divertimento e manifestações da cultura lúdica emergentes no Brasil a partir dos anos 1990, quando tal fenômeno, anteriormente vinculado às necessidades de produção e reprodução da força de trabalho – subsunção formal –, passa a subordinar-se diretamente à produção e reprodução do capital, sucumbindo à forma mercadoria – subsunção real. Ao discutir as transformações econômicas provocadas pela reestruturação produtiva, as mudanças políticas ditadas pela hegemonia do ideário neoliberal e as modificações culturais, cuja expressão se dá pela dinâmica da mundialização, tenta desvelar os fundamentos ocultos e contradições que estão na base deste processo de mercantilização, como também confrontar o desenvolvimento desta tendência com uma perspectiva superadora de lazer, buscando apontar os limites e as possibilidades de ação política colocadas para sua realização.

ABSTRACT

This work is concerned with leisure transition in contemporary society, considering the economical, political and cultural changes in the last decades. It was used a historical-philosophical investigation supported by a literature review, documental research and theoretical discussion about epistemological classification, categorial analysis and political debate around leisure. This work contributes to a better comprehension and explanation about the new leisure activities and manifestations of the playful culture growing in Brazil since 1990 years, when this phenomenon, previously related to production and reproduction necessities of the work force – formal subordination – becomes directly subordinated to production and reproduction of capital, defeated by the commodity - real subordination. Discussing the economical transformations related to productive restructuration, the political transformations related to neoliberal politics and cultural changes, whose expression is influenced by the dynamic of globalization, try to uncover the hidden basis and contradictions that are the fundamentals of the trading process. Besides, they also compare the development of this tendency with a new perspective of leisure, in order to expose the limitations and possibilities of a political action essential to their accomplishment.

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS	1
INTRODUÇÃO	4
CAPÍTULO I – O PEDAÇO SITIADO	26
1. Identidade mutante	27
2. Pedaco despedaçado	33
3. Periferia é periferia	42
4. Gritos na multidão	53
CAPÍTULO II – CAPITALISMO EM FÚRIA	56
1. A nova (des)ordem	57
2. O presente do trabalho	66
3. A sociedade involucral	84
4. Exclusão social clube	94
5. A cultura das saídas	112
CAPÍTULO III – DOMÍNIOS DO MERCOLAZER	140
1. Explosão divertida	142
2. O epicentro do boom	146
3. A mercogênese do lazer	150
4. Tudo vira shopping	160
5. Lazer monopolista	171
6. Fetichismo do mercolazer	177
7. Na balada do êxtase-lazer	200
CAPÍTULO IV - EM BUSCA DO ÓCIO PERDIDO	207
1. Espectro skholé	208
2. A miséria do ócio	213

3. Anatomia do macaco	223
4. O reino da liberdade	234
CAPÍTULO V - LAZERANIA TAMBÉM É CONQUISTA	241
1. Outro lazer é possível	243
2. Política de lazerania	251
3. Por uma pedagogia crítica do lazer	269
CONCLUSÃO	276
REFERÊNCIAS	287

LISTA DE SIGLAS

AABB – Associação Atlética do Banco do Brasil

ABRASCE – Associação Brasileira de Shopping Centers

ADIBRA – Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNDES – Banco Nacional para o Desenvolvimento

CBCE – Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte

CBV – Confederação Brasileira de Voleibol

CELAR – Centro de Estudos de Lazer e Recreação

CELAZER – Centro de Estudos do Lazer

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

CNI – Confederação Nacional da Indústria

CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CUT – Central Única dos Trabalhadores

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos

DORT – Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

EPT – Esporte Para Todos

FECEG – Federação dos Clubes do Estado de Goiás

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FMI – Fundo Monetário Internacional

IAAPA – Associação Internacional de Parques de Diversões e Atrações

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

LER – Lesões por Esforço Repetitivo

MCT – Ministério de Ciência e Tecnologia

MET – Ministério do Esporte e Turismo

OIT – Organização Internacional do Trabalho

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMS – Organização Mundial de Saúde

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

OTAN – Organização do Tratado do Atlântico Norte

PUC-RS – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

PDV – Programa de Demissão Voluntária

PIB – Produto Interno Bruto

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares

PT – Partido dos Trabalhadores

SESC – Serviço Social do Comércio

SESI – Serviço Social da Indústria

UFG – Universidade Federal de Goiás

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas

UNIFESP – Universidade Federal de São Paulo

USP – Universidade de São Paulo

WLRA – Associação Mundial de Lazer e Recreação

INTRODUÇÃO

Todo começo é difícil em ciência. Essa é uma asserção *marxiana* que também vale para os *estudos do lazer*. Muito embora figure aqui no início de nosso trabalho, esteve acompanhando toda sua construção, uma vez que foram vários os nossos recomeços desde a escrita do projeto de pesquisa que serviu de ponto de partida para sua realização. Como se não bastassem os limites que se impõem à atividade investigativa, através da qual buscamos apreender, sob a mediação do conhecimento, determinados aspectos da realidade experienciada pelo homem que, para nós, revelam-se como problemáticos, a exposição sistemática do conjunto dos dados organizados, dos nexos estabelecidos, das interpretações produzidas, das alternativas colocadas em perspectiva e dos sentidos atribuídos a partir deste processo constitui, igualmente, tarefa por demais desafiadora e complexa. Assim, a fim de dissolver possíveis dificuldades que podem surgir ao longo do texto é que trazemos ao cenário desta introdução o contexto social e epistemológico do qual este trabalho emerge, reavendo motivações, antecipando notas ao seu entendimento, identificando o caminho metodológico percorrido e anunciando a forma que julgamos a mais apropriada à sua exposição.

Vale então começar localizando o leitor de que os *estudos do lazer* no Brasil se desenvolvem e se consolidam, sobretudo, na década de 1970, quando emergem grupos, laboratórios, pesquisas, livros, teses,

eventos etc. envidando esforços para a descrição, avaliação e organização dos usos do tempo livre. Destaca-se, neste período, a criação de dois centros, o Celazer, em São Paulo-SP, no ano de 1970, e o Celar, em Porto Alegre-RS, no ano de 1973. O primeiro foi resultado de uma ação institucional do SESC, reunindo seu quadro pessoal especializado em torno do francês J. Dumazedier, uma das maiores referências do mundo em se tratando do assunto. O segundo, foi uma promoção conjunta da PUC-RS e da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, responsável pela organização, em 1974, do primeiro Curso de Especialização em Lazer no país, visando a capacitação de profissionais para atuação nos Centros de Comunidade,¹ projeto precursor dos Centros Sociais Urbanos, uma rede nacional de educação comunitária implantada em 1975 pelo governo federal.

Já no cenário internacional, os primeiros estudos voltados à problemática do lazer datam das décadas de 1920 e 1930, nos Estados Unidos e na França, igualmente orientados para o ajustamento dos trabalhadores ao uso moral e utilitário do tempo livre. Mas é no pós-2^a guerra, a partir da década de 1950, que a chamada *sociologia do lazer* toma corpo, com pesquisas sobre o assunto alastrando-se por outros países e estabelecendo interface com outros temas.² Há de se registrar que a preocupação com o lazer, ainda que sob o viés da recreação, já havia motivado também no Brasil, em datação anterior, estudos realizados por profissionais de diversas áreas.³ Todavia, mais do que um objeto de estudo constante de iniciativas individuais e particulares, só algumas décadas

¹ Para saber mais sobre os Centros de Comunidade, bem como de suas relações com o Projeto Nacional dos Centros Sociais Urbanos, ver Molina (2004).

² Sobre o desenvolvimento dos *estudos do lazer* no cenário internacional, consultar Parker (1978), Munné (1980) e Dumazedier (1999).

³ Merecem menção pela importância e visibilidade alcançada as obras de Sussekind, Marinho e Góes (1952), Marinho (1957) e Ferreira (1959).

mais tarde o lazer passaria a ser encarado como um *campo de estudos* capaz de aglutinar pesquisadores e estimular a realização de investigações, projetos e ações coletivas e institucionais (GOMES & MELO, 2003).

O marco inicial deste movimento – e isto parece ser consensual entre aqueles que têm se dedicado a análise da constituição do *campo do lazer* em nosso país⁴ – foi o *Seminário de 1969*, um congresso intitulado “Seminário sobre Lazer: perspectiva para uma cidade que trabalha”, realizado em São Paulo-SP, numa promoção conjunta do SESC e da Secretaria do Bem-Estar daquele município, um evento que, para além da participação individual de sociólogos, arquitetos, assistentes sociais, psicólogos, educadores etc., contou com várias representações de instituições ligadas à área social. Segundo Requixa (1977, p. 95), é deste momento em diante que a consciência social percebe a importância do lazer. “A própria palavra lazer passou a fazer parte do vocabulário dos profissionais da área do social e integrou-se, com destaque, no vocabulário da imprensa”. É certo que antes mesmo que o lazer se tornasse objeto de explicação e interpretação científica, ele já existia para as pessoas. Contudo, o que se intentava agora era difundir uma *teoria do lazer* que reorientasse os saberes inerentes a tal fenômeno a partir das experiências realizadas, analisando seus limites, possibilidades, falhas e êxitos, tudo em nome do bem-estar social, do desenvolvimento, do progresso, da integração e da produtividade.

A partir da separação e exclusão de certos programas de lazer, da crítica a certos usos do tempo livre, foi se delineando a necessidade de uma única e modelar identidade ao lazer e uma definição das diversões e do lúdico pautada pelas regras de um lazer responsável pelo desenvolvimento e integração social nos moldes dos planos de governo dos anos 1970. Tratava-se de uma

⁴ Ver, dentre outros, Sant’Anna (1994) e Gomes e Melo (2003).

operação dupla e simultânea: a verdade do lazer (aquilo que ele deveria ser) passava a prescrever e a conferir legitimidade à verdade dos discursos sobre ele, ao mesmo tempo em que o discurso verdadeiro (aquele que falava em nome do melhor lazer e dos legítimos programas de lazer) passava a constituir a verdade de seu objeto, que é o próprio lazer (SANT'ANNA, 1994, p. 59-60).

Em outras palavras, o lazer e seus discursos procuravam auto-sustentar-se na direção de uma definição e de uma prática que se admitiam e que se queriam como verdadeiras para os usos do tempo livre. O forte viés ideológico da *teoria do lazer* que ocupa a cena histórica da década de 1970 forja, conseqüentemente, uma dada “verdade” sobre o lazer, determinando suas representações e práticas. E esta “verdade” afirmada ancorava-se, justamente, naquilo que se esperava das práticas de lazer, algo não apenas lúdico e alegre, mas algo disciplinador e compensatório, contribuindo moral e fisicamente para a produção e reprodução da força de trabalho. Em sendo assim, a *teoria do lazer* que se desenvolveu nesta época tinha por base a crítica e a oposição a todo e qualquer tipo de lazer que expressasse hábitos e modos de vida dissonantes daqueles que não fossem a obediência e o rendimento. De tal modo, entrava em luta direta contra as concepções subjetivistas e hedonistas de lazer, via de regra, consideradas como um entrave à formação do operário-massa por se alicerçarem em teorias negadoras do trabalho.

Isto quer dizer que a *teoria hegemônica de lazer*, ditada a partir do aparelho estatal, organizada por suas instituições assessoras, como o SESI e o SESC, e difundida por ações e campanhas de massa, não era um todo homogêneo. Na margem da contradição, corriam outras concepções. O entendimento deste conflito começa a aparecer em Marcellino (1987), quando são colocadas lado a lado duas grandes linhas disputando o

conceito de lazer, uma que o considera uma *atitude* e outra que o define em relação ao *tempo*. Quando da abordagem em que se privilegia o aspecto *tempo*, o lazer tende a ser explicado a partir das informações resultantes da observação empírica dos comportamentos objetivamente empreendidos no tempo livre. Por outro lado, o enfoque ligado ao aspecto *atitude*, valoriza a interpretação dos sentidos que as pessoas atribuem e que orientam sua ação na experiência vivida de lazer. Entram em luta, portanto, duas diferentes visões de mundo, uma *realista-objetivista* e outra *idealista-subjetivista*, em maior ou menor escala, cada qual deixando suas influências sobre a pesquisa e a *teoria do lazer*.

Sob o ponto de vista epistemológico, vejamos o que está implícito em tal embate. Ao concebermos o lazer restritamente em sua dimensão subjetiva, encarando-o sob o enfoque privilegiado da *atitude*, este se constitui como a vivência de um estado subjetivo de liberdade em que predomina um tipo de relação onde o sujeito se coloca em atividades cujas finalidades esgotam-se em si mesmas, sempre marcadas pelo prazer e pela satisfação resultantes da escolha individual ou do livre arbítrio inerentes à fruição que se experimenta. Neste caso, o significado que as pessoas atribuem ao lazer, como sendo uma atividade desinteressada, voluntária e autônoma, eminentemente prazerosa e divertida, converte-se na sua verdade ou conceito. Logo, confundindo-se aparência com essência, a representação que o sujeito possui de tal fenômeno passa a ser apresentada como expressão autêntica daquilo que é o lazer.

No que se refere ao aspecto temporal, sob o ponto de vista subjetivista, o tempo livre não possui o significado de um tempo liberado do trabalho, mas do tempo que o indivíduo dispõe para si mesmo. Nesta direção, uma vez que o lazer não é definido em relação ao trabalho, percebe-se que não existe a antinomia tempo livre e tempo de trabalho, mas tempo livre e tempo das obrigações. Assim, da simples contemplação

até o trabalho, tudo aquilo que for prazeroso e gratificante, percebido como não-obrigação, insere-se no tempo livre. Por sua vez, se toda experiência prazerosa e gratificante vivenciada pelo indivíduo é igualmente identificada como lazer, este último acaba por ocupar a totalidade do tempo livre, o que faz com que ambos sejam tomados como sinônimos. Resguardadas as características do prazer e da satisfação, até o trabalho pode ser considerado como lazer. Tudo depende do sentido que o sujeito atribui à sua própria *atitude* perante uma determinada prática.

Embora trabalho e lazer possam ser confundidos, destaca-se que a tendência à identificação ou localização do prazer e da felicidade somente na esfera do lazer é o que predomina. Como o trabalho nos remete ao indesejável espaço da aparência e do público, fica a promessa de que o lazer, apresentando-se como um outro do trabalho, constitui-se como o tempo e o espaço da experiência privada, lugar da autonomia. O lazer se encontra, portanto, nas práticas opostas ao processo de produção, na entrega às experiências da fruição, onde silenciam as relações essenciais entre os homens originárias do processo de trabalho. Entretanto, nesta relação com as atividades de lazer, o indivíduo não se posiciona como sujeito autocondicionado, pois ao se exteriorizar no objeto da fruição – isto é, a própria atividade de lazer –, não se reconhece, muito pelo contrário, nega-se em um conjunto de atividades que são necessidades heterocondicionadas, em sua maioria, inventadas pela sociedade de consumo, não pertencentes a nós mesmos como pessoas.

Por outro lado, a liberdade não se apresenta como uma forma de comportamento em que o indivíduo orienta o seu sentir, pensar e agir de modo responsável, consciente das necessidades que determinam o seu modo de vida, mas como um princípio metafísico onde a ação espontânea e arbitrária do fazer o que se quer é o que prevalece. A satisfação de que se fala, não é aquela provocada e estimulada pelo acesso e apropriação da

cultura elaborada, nem se refere à alegria da criação, do triunfo, do conhecimento, da participação, do prazer estético e da qualidade, mas, predominantemente, do consumo, do egoísmo e do hedonismo. O homem foge de todas as situações que possam provocar dor e sofrimento – ou seja, as obrigações – buscando a imperturbabilidade pessoal das não-obrigações, quando somente pela posse e exercício dos sentidos, do gosto, dos sons, dos apetites, da satisfação das necessidades individuais e da total entrega à fruição conseguiria atingir o ideal de felicidade humana.

Enfim, para a visão *idealista-subjetivista* o acesso ao objeto é possibilitado mediante a compreensão do sentido que as pessoas atribuem à sua respectiva vivência. Incorre assim o pesquisador em um tipo de interpretação em que é recuperado o sentido ou acordo social – isto é, sentidos consensuais – construído em torno do lazer dentro de contextos restritos de significação. Desta forma, o aspecto atitude relaciona-se à subjetividade fundante do sentido atribuído à ação no lazer. A verdade está na mente do sujeito. Não queremos negar a validade e importância da subjetividade para os estudos do lazer, mas devemos reivindicar a autenticidade de seu significado.⁵ Queremos dizer com isto que a problemática do indivíduo, enquanto ser genérico, diz respeito ao conhecimento e reconhecimento de si mesmo sob determinadas condições e possibilidades da produção, sendo que na base deste processo está o trabalho, práxis primeira pela qual o homem supera sua condição de ser natural e se converte em ser social.

No outro extremo, está o olhar da *sociologia empírica do lazer*, portadora da perspectiva *realista-objetivista* que hegemonizou o campo à

⁵ A subjetividade não se traduz como o elemento exclusivo de explicação do indivíduo e da sociedade. O grande desafio é levar a subjetividade à objetividade, identificando nela a sociedade e a história (RESENDE, 2001). Este esforço aponta para uma teoria objetiva da subjetividade, sem o auxílio da qual o lazer não pode ser entendido em seu contraditório e complexo movimento no concreto real. Tal perspectiva destaca a importância da categoria trabalho na compreensão e apreensão concreta da subjetividade.

época. Em lugar da interpretação pela compreensão dos sentidos, opta-se pela observação controlada dos usos do tempo livre. Conforme anuncia Dumazedier (1999), tendo em vista que nas sociedades urbano-industriais o trabalho acabou por se distinguir de outras atividades do cotidiano, possuindo um limite não regulado pela natureza, sua organização e disposição no tempo ganharam uma especificidade própria, de tal maneira que o tempo livre nitidamente se separou deste, ganhando também um contorno bem definido. Desta forma, pela determinação de um conjunto de leis para os comportamentos empreendidos no tempo livre, normalmente construídas com o auxílio de categorias *a priori* e a partir do controle e tratamento quantitativo de dados obtidos pela *observação empírica*⁶, chegamos à definição ou conceito de lazer.

Assim como a realização das atividades ligadas diretamente à esfera da produção material da vida, tidas como obrigatórias e economicamente rentáveis, comprova a ocorrência de um tempo de trabalho, o conjunto das outras tarefas, obrigações e atividades que não se relacionam diretamente ao trabalho aponta para a existência de um tempo livre. Este último, por sua vez, é considerado como todo o tempo de não-trabalho dedicado ao estudo, destinado às tarefas domésticas, às obrigações cívicas, familiares, religiosas, políticas, sociais etc., bem como aquele reservado às atividades de lazer. Já o lazer é visto como um conjunto de atividades opostas ao trabalho e que se diferenciam das obrigações, possuindo determinado valor e cumprindo funções bem específicas no interior da nossa estrutura social, promovendo o *descanso*,

⁶ Como adverte Sant'Anna (1994, p. 69), “cabe lembrar que Dumazedier optou por uma *sociologia empírica do lazer* que, diferentemente da sociologia não empírica, exige a construção de categoriais operatórias e de uma teoria anterior ao percurso da pesquisa. Aqui, teoria e prática não estão numa relação em que uma informa a outra, mas separadas e numa posição de dominação e de enquadramento da primeira sobre a segunda”.

a *diversão* e o *desenvolvimento*⁷ através do correto preenchimento das horas livres residuais, aquelas que não foram tomadas pelas obrigações.

Ocorre que ao procurar neutralizar a interferência dos erros e ilusões da subjetividade, buscando sua explicação naquilo que já está dado na realidade como fato, a perspectiva *realista-objetivista* toma um caminho exterior aos indivíduos na definição das propriedades ditas dominantes de uma atividade de lazer. Confrontando aquilo que é positivo e negativo no tempo livre, abandonando-se o particular em favor do generalizável e replicável, dentro de uma lógica estritamente formal, busca-se anular a possibilidade da contradição. “Segue-se daí que, se o lazer obedece parcialmente a um fim lucrativo, utilitário ou engajado, sem se converter em obrigação, não é mais inteiramente lazer. Torna-se lazer parcial: chamá-lo-emos então de *semilazer*” (DUMAZEDIER, 1999, p. 95). Por outro lado, se na experiência de lazer, no lugar do descanso, da diversão e do desenvolvimento, ocorrem, por exemplo, o desgaste, a frustração e a violência, ou mais, se nela estão presentes os valores corruptores dos modismos e do consumismo, esta também deixa de ser lazer, assumindo agora o caráter de um *antilazer*.

O lazer tem seu conceito dado por uma utilidade social que o difere e o opõe ao trabalho, em uma relação que se coloca como contrapartida deste último. Não é definido pelo modo como o sujeito o representa, mas pela forma como se materializa objetivamente na realidade e por seu respectivo valor de uso, tendo o poder de compensação e reequilíbrio do indivíduo produtor. Mas se por um lado o lazer proporcionava a reposição da força de trabalho e promovia a circulação de

⁷ Os famosos *três D* podem, resumidamente, assim ser caracterizados: o lazer enquanto *descanso* libera o sujeito do cansaço físico criado pelas exigências do trabalho; já como *diversão* rompe com a monotonia e o tédio de toda rotina diária; finalmente, ao assumir sua função de *desenvolvimento*, em oposição aos automatismos gerados pela ação cotidiana, promove uma maior participação social das pessoas (DUMAZEDIER, 1976).

idéias e mensagens conformistas, por outro, já era percebido também como mercadoria ou tempo e espaço potencial de consumo. Não por acaso, a perspectiva em questão travava luta direta contra a mercantilização do lazer, uma vez que tal processo subtraía a utilidade desejada para o lazer, reduzindo-o a mero valor de troca e deixando vulneráveis os trabalhadores ante as características degradantes, passivas, imorais e viciosas dos prazeres e divertimentos mercantis.

A crítica em torno dos usos do tempo livre também ocorreu em detrimento às formas de conceber o lazer desenvolvidas pela indústria cultural [...]. Justamente com a ampliação do consumo de televisores, o investimento publicitário massivo ocorrido em torno do futebol e a construção dos *shopping centers* [...], é possível perceber uma preocupação em avaliá-los criticamente, de classifica-los segundo padrões e medidas que visam a implantação de um lazer verdadeiro. [...] Uma verdade capaz, em última análise, de justificar o lazer como um valor social imprescindível (SANT'ANNA, 1994, p. 62-63).

Instaurou-se, assim, uma compreensão que atravessou toda a década de 1970 e que alcançou a década de 1980, chegando até mesmo na década de 1990, sempre distinguindo, classificando e prescrevendo o lazer mais adequado, melhor e verdadeiro. Como representante da perspectiva hegemônica, o pensamento de Dumazedier (1976, 1980, 1994, 1999) tornou-se referência de várias instituições, estudiosos e educadores. Todavia, ao final da década de 1980 desponta uma nova vertente, imprimindo algumas alterações no modo de se conceber o lazer. Ocupam aí lugar de destaque as críticas dirigidas por Marcellino (1987) ao componente funcionalista da abordagem em questão, colocando as discussões em um outro patamar. De qualquer modo, o que não se percebe é que a funcionalidade criticada – fosse em seu viés *romântico*, *moralista*, *compensatório* ou *utilitário* – já dava seus sinais de fraqueza, não

só por causa do pensamento que lhe foi contra-posto pelo autor, mas, principalmente, pelas novas condições objetivas e subjetivas dadas pelo processo de mercantilização que apanhava o lazer.

É certo que o pensamento de Marcellino (1983, 1987, 1997) exerceu enorme influência no *campo*⁸, trazendo importantes contribuições para a constituição de um olhar mais crítico em relação aos *estudos do lazer*. Entretanto, o que se argumenta é que justamente aquilo que sua obra apresenta de descontinuidade e ruptura com o *funcionalismo da sociologia empírica*, acaba por ter o seu poder explicativo enfraquecido ao passo que, a partir da década de 1990, assistimos uma *refuncionalização* do lazer dada por sua subsunção à forma mercadoria. Seu antigo valor e utilidade sociais, propugnados como verdade e enormemente difundidos nas décadas anteriores como força auxiliar para a produção e reprodução da força de trabalho, passam a se subordinar aos interesses econômicos de uma heterogênea e crescente indústria do lazer. Além de ressignificar ou até mesmo implodir com a “verdade” e o *mundo do lazer* anteriormente edificadas, tal indústria resgata e confere nova vida às concepções subjetivistas, uma vez que a afirmação do prazer do indivíduo e de sua liberdade de escolha no mercado se misturam ao enaltecimento e estandardização de práticas de lazer cada vez mais individualistas e hedonistas, diante do objetivo primeiro da troca e do lucro, pouco importando seu valor moral e utilitário.

Voltando ao tema do olhar mais crítico que se propôs para o lazer, em que pese o tamanho da citação que destacamos a seguir, é instigante o fato de como ela levanta pontos interessantes para avaliarmos como este viés questionador, que veio a influenciar a pesquisa e os *estudos*

⁸ Para se ter uma amostra desta influência, segundo pesquisa de P. C. Almeida, citada por Pinto (1999), com base no levantamento dos trabalhos apresentados por ocasião do Encontro Nacional de Recreação e Lazer e do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, ambos realizados em 1997, N. C. Marcellino é o autor mais citado nos textos produzidos sobre o tema do lazer no país.

do lazer a partir da década de 1990, enxergava o processo de mercantilização deste fenômeno:

Godbey chega mesmo a afirmar que o que vem aumentando nos últimos anos não é o lazer, mas o que ele denomina de “antilazer”, atividade compulsiva e realizada a partir de necessidades impostas exteriormente, com baixo grau de autonomia pessoal e altos graus de pressões e preocupações com o tempo. Posições como essa são questionadoras da hipótese de que estamos caminhando para uma sociedade onde os valores do lazer exerçam influências significativas, em termos de mudança social. Parker, na sua “Sociologia do Lazer”, embora ponderando que esse não é o quadro da maioria da população, nem mesmo nas sociedades desenvolvidas, afirma que “é difícil dizer quando o antilazer irá superar o lazer, mas” – complementa – “parece cada vez mais provável que isso ocorrerá”. Seria ingênua uma posição que ignorasse essas possibilidades. Entretanto, não deixa de ser perigosa a posição que subordina toda a ação na área das atividades de lazer a esse fatalismo, que na verdade justifica o imobilismo e dessa forma fundamenta a ausência de reação, “o cruzar os braços”, a não consideração desse campo como área de intervenção, contribuindo assim para aumentar a sua vulnerabilidade e seus riscos (MARCELLINO, 1983, p. 13-14).

O principal ponto a ser observado diz respeito à necessidade de contextualização histórica da análise. Vale lembrar que tanto Godbey (1975) como Parker (1978) falavam de um observatório privilegiado. Situados, respectivamente, nos Estados Unidos e na Inglaterra, centros mais dinâmicos da economia mundial, já podiam perceber os antecedentes de transição para o capitalismo pós-crise dos anos 1970, quando havia nesses países uma retração do setor industrial em detrimento de uma forte expansão do setor de serviços privados. Especialmente naquelas nações, era perceptível uma tendência à expansão da mercantilização do lazer, algo

que foi compreendido e descrito pelos autores, em função da influência que tinham da categorização proposta pela sociologia empírica, como um movimento de expansão do *antilazer*.

Parker (1978, p. 42), por exemplo, dizia: “Evidentemente este quadro não é característico da vida da maior parte da população atual dos Estados Unidos, e menos ainda da Grã-Bretanha. Mas aplica-se a uma minoria significativa e crescente, e provavelmente vai continuar crescendo, tal a dinâmica do capitalismo”. Neste tipo de avaliação, não há nada de fatalismo, como sugerido por Marcellino (1983). Ao contrário, Godbey (1975) e Parker (1978), por uma contingência da realidade, não podiam deixar de considerar o que acontecia. O que não se pode achar, a partir de uma abstração teórica, é que o lazer seja puro poder positivo de transformação social, e que qualquer tipo de constatação que admita sua mercantilização seja *crítico-reprodutivista*, portadora do imobilismo. Queremos dizer com isso que a intervenção reativa desejada por Marcellino (1983), para ser mesmo colocada em prática, deve ser posta de “ponta a cabeça”, tendo na mercadorização, na alienação, no individualismo, no formalismo e na desefetivação que apanha o lazer contemporâneo o ponto de partida de crítica e de transformação.

De todo modo, o que queremos por em evidência é que as definições e conceitos de lazer colocados pelo campo, sejam de viés *realista-objetivista*, *idealista-subjetivista* ou *crítico-idealista*, precisam ter suas verdades submetidas ao crivo da realidade. E um dos grandes limites colocados para a significativa quantidade de pesquisas e produção de conhecimento a área do lazer no Brasil⁹ é, justamente, a apropriação

⁹ Conforme consulta realizada junto à base de dados da Plataforma Lattes/CNPq, sistema eletrônico de informações das agências de fomento à pesquisa do país, existem 31 grupos, congregando 117 pesquisadores, cadastrados no “Diretório de Grupos de Pesquisa”, que realizam algum tipo de pesquisa referente à problemática do lazer no Brasil. No “Sistema de Currículo Lattes”, foi possível identificar 1426 registros de pesquisadores que já tenham publicado ou produzido trabalhos relativos ao assunto. Disponível em: <<http://www.lattes.cnpq.br>>. Acesso em 25 mar. 2002.

apressada e irrefletida dos conceitos e “verdades” expostos ao debate. A ausência de profundidade teórica, bem como a confusão metodológica, permeiam o modismo e a facilidade de cooptação presentes no *campo*. Importa então saber que o critério de verdade para apreensão daquilo que é o lazer é a prática.¹⁰ Assim, o conceito de lazer deve expressar, sob o ponto de vista lógico, a síntese das múltiplas determinações que o atravessam e que são instituídas pela economia, pela política e pela cultura. Isto quer dizer que é a dinâmica da história que dita os limites para a explicação e compreensão do real.

Mas o que, afinal, constitui o lazer? Em não podendo entendê-lo abstratamente, tampouco como fato social dado, como algo fechado em si mesmo, auto-reprodutivo, temos de apanhá-lo na história, procurando desvelar suas mediações com o universo da práxis social. Nossa síntese ou consciência possível pode apanhar, de tal modo, apenas a contradição, o movimento e a tendência em desenvolvimento, o que por sua vez nos remete ao devido cuidado de não querer resolver na teoria aquilo que ainda não está resolvido na prática. Deste modo, quando nos interrogamos sobre o que é o lazer, problema que elegemos como objeto central desta pesquisa, postulamos a necessidade de que tal pergunta seja recolocada, tendo em vista que as condições encontradas no atual estágio do desenvolvimento capitalista não mais coincidem com aquelas que encontrávamos há duas ou três décadas atrás. Para não incorrerem em dogmas, devemos sempre submeter teorias advindas de outros momentos históricos aos acontecimentos do presente, reconhecendo a provisoriedade do conhecimento e compreendendo que tudo aquilo que se apreende como realidade no pensamento também necessita ser posto em movimento.

¹⁰ A teoria deve surgir como o concreto pensado fazendo-se expressão da realidade, pois ao compreendermos o processo de construção do conhecimento como produto social e histórico, entendemos também que não é a teoria que funda a realidade, mas a realidade que funda a teoria.

Partimos então do pressuposto de que o lazer não é um fenômeno acabado, mas em permanente transformação. E mais, julgamos que as contradições que o apanharam mais recentemente impulsionaram um salto que gerou algo qualitativamente novo em relação à sua identidade das décadas anteriores, quando tinha sua utilidade social subordinada a um projeto mais geral de educação e ocupação do tempo livre voltado para a produção e reprodução da força de trabalho. Diante disso, mais do que afirmações de verdade, é melhor dizer que este trabalho se ocupará do lazer em seu *devoir*, preocupando-se em identificar neste movimento não *o que ele é*, mas *o que ele foi, o que ele está sendo e o que ele tende a ser*. Nosso objeto de pesquisa coincide, deste modo, com a pretensão de aprofundar estudos sobre o fenômeno do lazer na sociedade brasileira contemporânea, tendo em vista as mudanças econômicas, políticas e culturais ocorridas ao longo dos últimos anos, considerando tanto o avanço de sua mercantilização, bem como ponderando as contradições inerentes a este processo e suas possibilidades superadoras.

Portanto, esta investigação procura contribuir para o conhecimento deste *novo lazer* que emerge no Brasil a partir dos anos 1990, quando tal fenômeno, anteriormente vinculado às necessidades de produção e reprodução da força de trabalho, passa a subordinar-se diretamente à produção e reprodução do capital, sucumbindo à forma mercadoria. Esta é nossa hipótese. Intenta-se, assim, compreender e explicar as determinações que operam sobre esta transição, quais sejam: as transformações econômicas, provocadas pela reestruturação produtiva; as mudanças políticas, ditadas pela hegemonia internacional do pensamento neoliberal; e as modificações culturais, cuja expressão se dá pelo processo de mundialização. De igual modo, é ainda nossa tarefa tentar desvelar os fundamentos ocultos e contradições que estão na base da produção do lazer como mercadoria, como também confrontar o

desenvolvimento desta tendência com uma perspectiva superadora de lazer, buscando apontar os limites e as possibilidades colocadas para sua realização.

Por seguir tal orientação, pode-se dizer que este estudo combina as dimensões histórica e filosófica. É histórico porque busca apanhar o lazer no processo de sua constituição em interface com a economia, a política e a cultura, como uma totalidade relacional em movimento, definindo, para tanto, marcos de caracterização do seu desenvolvimento. É também uma pesquisa de matriz filosófica, isto porque ao mesmo tempo em que realiza o balanço crítico, a indagação ético-política e a análise epistemológica da produção presente no *campo*, apresenta conceitos e categorias explicativas que fixam diretrizes teóricas e formulam novos quadros mentais de referência para os *estudos do lazer*. Quanto à natureza operacional e técnica da investigação, três momentos que se espiralam, se encontram, se sobrepõem e se entrecruzam sustentam a construção do trabalho, quais sejam: o primeiro referente à revisão de literatura, o segundo relativo à pesquisa documental e o terceiro voltado à discussão teórica, à classificação epistemológica, à análise categorial e ao debate político em torno do lazer.

A revisão de literatura assumiu numa primeira fase o caráter de um estudo exploratório. O levantamento das fontes sobre as *teorias do lazer*, com a subsequente seleção e análise das principais obras, proporcionou-nos uma melhor visão do problema, possibilitando torná-lo mais específico, bem como nos ajudando a construir hipóteses a seu respeito. Além disso, foi também selecionada e apreciada uma vasta bibliografia no campo das ciências humanas, em especial, materiais relativos às transformações econômicas, políticas e culturais em curso, procedimento que nos instrumentalizou para a realização de um balanço crítico do atual momento histórico, com a identificação tanto das origens

como das alternativas engendradas pela crise estrutural do capitalismo neste seu estágio de desenvolvimento mais avançado. Isto quer dizer que a revisão de literatura nos acompanhou durante todo o trabalho, revestindo-se também de um caráter analítico e interpretativo, pois nos forneceu elementos para apanhar o lazer no escopo mais amplo do sistema de metabolismo social presentemente estruturado pelo capital, ajudando-nos a entender as novas determinações que atravessam a sociabilidade contemporânea.

A pesquisa documental, que sucedeu a fase inicial da revisão de literatura, teve como objetivo central o levantamento, coleta e análise qualitativa de dados que nos permitiram acompanhar o movimento recente descrito pelo lazer na dinâmica social mais ampla. Para tanto, trabalhamos em duas direções. De um lado, construímos uma pesquisa temática por palavras chave ao arquivo digital do jornal *Folha de São Paulo* e da revista *Veja*, que nos permitiu realizar a análise de conteúdo de um volume bastante expressivo de material produzido pela mídia impressa a respeito do lazer e assuntos correlatos publicados entre os anos de 1994 e 2002, período correspondente ao Governo FHC, quando se intensifica a subordinação do país ao processo de globalização da economia e às políticas neoliberais.¹¹ De outro, o conjunto destas informações obtidas foi cruzado com dados estatísticos afetos a variados aspectos da realidade brasileira obtidos junto a bancos de dados de institutos oficiais de pesquisa, órgãos de governo, instituições não-governamentais e associações empresariais.

¹¹ Destaca-se que foi analisado também um conteúdo significativo de material – produzido por outros órgãos da mídia digital e impressa, ou, ainda, não coincidente com o recorte cronológico proposto – coletado de modo não sistemático. Isto, pois embora não tenham nos chegado às mãos pela técnica da pesquisa temática que realizamos junto aos arquivos digitais dos veículos citados, mas recolhidos de modo esporádico e espontâneo, tal material continha dados e elementos de análise considerados ricos e não desprezíveis para a compreensão e explicação do movimento mais recente descrito pelo lazer na dinâmica social mais ampla.

A discussão em torno da literatura e dos dados coletados compreendeu um processo não linear cheio de idas e vindas que foi dedicado a formular quadros de referência, questionar teorias, examinar conceitos, analisar discursos, relacionar informações e codificar de modo lógico e histórico a realidade e a dinâmica em que se inscreve o lazer. Sendo assim, para além da classificação epistemológica das variadas abordagens e concepções teóricas envolvendo o fenômeno do lazer, bem como da análise categorial que nos permitiu, ao mesmo tempo, tanto rever categorias já propostas pelo campo como formular novas categorias explicativas que assumiram a função metodológica de elementos construtores ou ponto de partida para uma nova teoria, empreendemos um debate procurando tornar a crítica à economia do lazer realizada num possível móvel para o estabelecimento de políticas mais efetivas para a superação da forma mercadoria e organização do lazer como prática educativa socialmente comprometida.

Ao seguir neste percurso, procurando construir uma estrutura articulada, coerente, consistente e original para a elaboração do texto, optamos por uma metodologia de exposição em que nossas reflexões, argumentos, problematizações, críticas, conceitos, considerações e enunciados seguiram uma lógica espiralada progressiva-regressiva segundo a qual os cinco capítulos que o compõe entraram em movimento recíproco de mútua relação e elucidação. Isto quer dizer que, embora cada capítulo possa ser lido e, até certo ponto, compreendido de forma independente e autônoma, eles se encontram em relação de interna interação entre si, de modo que tudo está ligado a tudo. Destarte, cada reflexão, argumento, problematização, crítica, conceito, consideração e enunciado é constantemente colocado e recolocado, num processo dialético de aprofundamento do conhecimento que vai e volta do todo às

partes, do visível ao oculto e do fenômeno à essência, sempre buscando captar e explicar o lazer em sua contradição e movimento.

No *primeiro capítulo*, abordando questões mais aparentes referentes à temática do lazer, objetivamos trazer ao debate elementos que nos permitissem apanhar tal fenômeno à luz das transformações sociais em curso, demarcando tanto suas tendências predominantes como suas singularidades, identificando mudanças, decifrando continuidades e desvelando desigualdades. Começamos, assim, por tencionar o particular e o geral, querendo saber o que contavam sobre o lazer os *pedaços* de nosso todo geográfico, a fim de conferir se neles não podíamos auscultar os ruídos da universalidade. Para tanto, optamos por revisitar a discussão sobre o desenvolvimento de identidades locais que suscita a categoria *pedaço* (MAGNANI, 1998), o que nos permitiu alargar nosso entendimento sobre o lazer e as formas de sociabilidade no contexto do *capitalismo avançado*. Deste modo, construímos uma reflexão sobre a sociedade de consumo e a cultura em suas inter-relações com a espacialidade urbana, articulação por demais importante para a compreensão dos sentidos e significados atribuídos ao lazer em tempos de globalização.

A partir desta aproximação, através da qual já foi detectado um processo que aponta para a mercantilização do lazer, fomos instigados a realizar uma investigação mais geral sobre a totalidade relacional dos acontecimentos que contribuem para o avanço de tal tendência. O *segundo capítulo* foi então dedicado ao reconhecimento e compreensão da crise que o capitalismo atravessa, com o esgotamento do *fordismo* e a adoção de uma nova estratégia de acumulação e de uma estrutura hegemônica a ela correspondente. Para este momento, portanto, nossa tarefa foi avaliar os principais desdobramentos econômicos, políticos e culturais desta transição, com especial atenção para as determinações afetas ao movimento desenhado pelo lazer, procurando apreender os nexos que lhe

subordinam à forma mercadoria. Foram aí analisados como elementos fundantes desta dinâmica a taxa crescente de exploração do trabalho, a taxa de utilização decrescente no capitalismo, a desintegração dos direitos sociais e a relativização do luxo e da necessidade.

No *terceiro capítulo*, passamos a nos dedicar à constituição identitária do lazer como mercadoria, procurando desvelar algumas nuances que envolvem a gênese e a afirmação desta que é a sua forma atualmente dominante. Para melhor nos posicionar, intentamos abordar questões concernentes ao contexto histórico que marca o aparecimento e difusão de tal tendência, chamando atenção para o seu desenvolvimento geograficamente desigual, seus principais antecedentes, as modalidades predominantes e mais desenvolvidas de sua manifestação, sua funcionalidade para o capital, as variáveis de flexibilidade envolvidas em sua produção e consumo etc. Se no capítulo anterior nos debruçamos sobre as determinações que, “de fora para dentro”, imputam ao lazer a forma mercadoria, neste, tratamos de procurar respostas sobre qual o papel que este tipo particular de mercadoria, cuja expressão utilizada para sua identificação corresponde à categoria *mercolazer*, “de dentro para fora”, exerce sobre a dinâmica social mais ampla, uma vez que o entendimento deste processo se faz igualmente importante para a compreensão do porque da configuração *involucral* e *ludocrática* da qual se reveste a sociedade contemporânea.

Além de desvelar os fundamentos ocultos e contradições que estão na base da produção do lazer como mercadoria, como anunciado, foi também nosso objetivo confrontar esta tendência com uma forma superadora de lazer, projetada sob a perspectiva da *lazerania*, apontando os limites e as possibilidades colocadas para sua realização. Todavia, o *quarto capítulo* foi antes dedicado a uma análise sobre o ócio, identificando-o como uma forma residual de apropriação do tempo livre

tendente ao desaparecimento, no entanto, ainda ativa nos dias de hoje. O intuito foi o de fornecer elementos de crítica aquele tipo de orientação idealista ou ideologizada que, ao se manifestar em favor da “marcha ré” na história em direção ao *ócio perdido*, enaltecendo sua *função preservadora*, na consciência, de valores já alcançados no passado, acaba por elevá-lo à posição de redentor da condição humana, muitas vezes obstaculizando a alternativa de construção de um *outro lazer* a partir do *aqui e agora* das condições concretas do presente, ato contínuo, esvaziando o projeto de conquista da *lazerania*.

No último e *quinto capítulo*, buscamos então mapear as possibilidades que se colocam e que se abrem para a construção de um *outro lazer*, procurando localizar, no jogo das forças sociais em disputa – isto é, nas relações de hegemonia –, aquilo que pode se viabilizar no sentido da *lazerania*. Foram assim discutidos os princípios e o norte necessário para a ação política de quem almeja e, ao mesmo tempo, compartilha a vontade coletiva de fazer frutificar um *outro lazer*, crítico, antagônico e superador em relação ao *mercolazer*. Ademais, apresentamos ainda proposições mais concretas no tocante às políticas sociais, fixando diretrizes para a base programática de uma política específica de lazer, além de apontar para a necessidade de construção de uma *pedagogia crítica do lazer* que, no desenrolar cotidiano de tais ações, possa organizar, junto à sociedade civil, um outro tipo de sociabilidade e cultura lúdica, alimentando a defesa do lazer como prática educativa e direito social, estimulando esta conquista alçada à conquista mais ampla de uma cidadania ativa e participativa.

Enfim, acreditamos que ser este o percurso mais apropriado para apanharmos o lazer em seu movimento histórico, identificando tanto *aquilo que ele foi*, como *o que ele vem sendo*, *o que ele é*, *o que ele não é* e, também, *o que ele tende a ser* e *o que ele pode vir a ser*, desvelando as

determinações, os fundamentos ocultos e as contradições que estão na base de sua hodierna e tendencial produção como mercadoria, o que nos possibilita estabelecer a tensão de seu desenvolvimento com a perspectiva superadora de um *outro lazer*, contribuindo para a deslegitimação da situação existente e buscando apontar os limites e as possibilidades das ações sociais e políticas para a mobilização de alternativas.

CAPÍTULO I

- O PEDAÇO SITIADO -

Na sociedade contemporânea, diante do complexo econômico, político e cultural das transformações em curso, podemos identificar, tanto em âmbito nacional como mundial, o contraste e a coexistência de antigas manifestações e modos de vida não dissolvidos convivendo com a antecipação de valores, costumes e formas de produção da existência ainda por serem concretamente definidos. Trata-se de um movimento não linear, progressivo-regressivo, que se reatualiza no tempo, redesenhando, monotonamente, a trama do cotidiano. Nosso grande desafio reside, portanto, em observar o lazer inserido nessa dinâmica, visando apanhar tanto as tendências predominantes como as suas singularidades mais marcantes, o que implica percebê-lo como expressão do contraditório, sempre determinado pelo jogo das forças sociais, fenômeno que envolve não só a alegria do lúdico, a fruição, a fantasia, o prazer estético e a experiência criativa, mas, também, a satisfação imediata, a utilidade prática, o lucro e a alienação.

Assim, situar o lazer no mundo de hoje significa identificar mudanças, decifrar continuidades, reconhecer diversidades e desvelar desigualdades, o que torna nossa tarefa por demais ambiciosa e difícil. Intentamos, neste primeiro capítulo do trabalho, apenas iniciar uma discussão, recolhendo pistas, conferindo dados e dialogando com

diferenças, procurando ler possíveis sinais de verdade ante o exagero relativista que marca a época presente. Começaremos por interrogar o particular, desejosos em saber o que contam, sobre o lazer, os *pedaços* de nosso todo geográfico, conferindo se neles não podemos auscultar os ruídos da universalidade. Propomos, para este momento, uma reflexão sobre a sociedade de consumo e a cultura em suas inter-relações com a espacialidade urbana, articulação por demais importante para a compreensão dos sentidos e significados atribuídos ao lazer em tempos de globalização.

1. Identidade mutante

Olhando para dentro, o Brasil nunca foi, ao mesmo tempo, tão integrado e tão singular. Tradição e modernidade, ainda que adjetivações opostas, em certa medida, podem ser entendidas em simultaneidade. Por este vasto território aumentam as aglomerações de edifícios, casas e barracos, entrecortados por avenidas, ruas, becos e ruelas, com seus centros, bairros, subúrbios, periferias e favelas, onde habitam tanto as cores e os odores das festas populares como as imagens da violência e da sobrevivência, por onde atravessam as modas, aonde se afirma e reafirma, em cada instante, potenciais mercados consumidores, sempre antenados naquilo que irradia a partir dos grandes centros produtores (SCHWARCZ, 2000). Em nossa paisagem urbana convivem antigos hábitos e costumes de origens as mais longínquas e distintas, misturados aos palcos e vitrines que anunciam as últimas invenções do momento, novas e fugazes mercadorias que vêm e que passam, numa frenética ciranda de reprodução e acumulação.

No tecido social das metrópoles, ao mergulhar no universo das experiências, atividades e práticas de lazer, nem seria preciso empreender

um estudo mais elaborado a fim de notar que ainda subsistem as conversas de botequim, o almoço de domingo, o circo tradicional, o salão de dança do bairro, a festa junina, a folia de reis, o futebol de várzea, a brincadeira de peão, o soltar pipa, a roda de samba, o churrasco depois do mutirão, o passeio e o namoro na praça etc., embora avancem também a prática da ginástica de academia, o espetáculo esportivo, os grandes *shows* de música, a audiência da TV, a locação de fitas de vídeo, o acesso à *internet*, as viagens de turismo, os passeios no *shopping*, os jogos eletrônicos, as pistas de caminhada, o esporte de aventura, o domingo no parque temático etc. Seguindo uma relação de ruptura e continuidade, algumas práticas desaparecem, outras persistem, transformam-se, apesar de nem sempre continuarem carregando os fortes traços de intimismo, solidariedade e identidade tão marcantes e característicos da cultura popular, com seu vasto repertório de manifestações lúdicas. Em grande parte, vêm sendo resignificadas, incorporadas e metamorfoseadas pela *sociedade global administrada*¹², na qual os comportamentos, também no lazer, convergem para o formalismo, o anonimato, a impessoalidade e o individualismo.

Frente às mudanças e à diversificação estimuladas por esta inusitada *explosão divertida*¹³, quando se reconfiguram as práticas de lazer, o terreno sobre o qual supostamente se assenta a tradição e o

¹² Segundo Marcuse (1967), na *sociedade administrada, unidimensional ou industrial*, a produção de diversões traz consigo atitudes e hábitos prescritos, os chamados *estilos de vida*. Surge, assim, uma padronização de pensamentos e comportamentos constantemente redefinidos pelo sistema metabólico estruturado pelo capital. Quando falamos em *sociedade global administrada*, estamos querendo dizer que tal administração se processa hoje em escala planetária, porém, com novas e diferentes nuanças que abordaremos mais adiante.

¹³ O termo *explosão divertida* foi tomado emprestado da reportagem de mesmo título, já explorada por Castellani Filho (1996), publicada na revista *Veja*, de 3/4/1996, que anuncia o suposto crescimento do consumo e das oportunidades de lazer no Brasil, fenômeno encarado como uma consequência da estabilidade econômica provocada pela implantação do Plano Real, em 1994, pelo então Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso.

singular, o chamado *pedaço*¹⁴, revela-se cada vez mais vulnerável aos apetites do mercado. Até então, tal categoria vem sendo usada para explicar o desenvolvimento de uma identidade local construída a partir do lugar de moradia, sobretudo, pelas mediações produzidas pela vida associativa presente na periferia das grandes cidades, onde o lazer aparece como elemento definidor das relações de vizinhança e reconhecimento inerentes a uma dinâmica cultural que, segundo Magnani (1998), pouco se articula à sociedade mais ampla e suas instituições. Sim, é certo afirmar que as manifestações de lazer e divertimento, bem como o arranjo espacial decorrente dessas práticas, permitem a formação de redes de sociabilidade que orientam a produção de determinadas territorialidades, como é verdadeiro dizer também que nas cidades contemporâneas há muito de festa e de encontro. No entanto, se a *festa no pedaço* ainda persiste, não é com o mesmo sentido de outrora, mas de uma festa que tem se renovado, tendencialmente, em conformidade com a lógica da produção de mercadorias.

É nos antigos costumes, rituais e folguedos, com seus fragmentos de uma cultura rural e pré-capitalista, sincretizados aos valores próprios da sociedade atual,¹⁵ que está o fermento para a organização da cambiante *festa no pedaço*. Na realização das festas

¹⁴ Magnani (1998), ao investigar as formas de divertimento com que a população preenchia seu tempo de lazer nos bairros da periferia de São Paulo-SP, em pesquisa desenvolvida no início da década de 1980, conseguiu localizar entre a *casa* e a *rua* – ou seja, entre o privado e o público – um espaço intermediário onde se desenvolvia um tipo particular de sociabilidade, mais ampla que aquela fundada nos vínculos familiares, porém mais densa, significativa e estável que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade, o chamado *pedaço*, categoria que procura expressar uma rede de relações que combina laços de parentesco, vizinhança e procedência.

¹⁵ Em que pese nossa discordância da análise, um estudo embrionário no campo do lazer contendo a tentativa de exame das permanências, transformações ou mesmo desaparecimento de algumas manifestações lúdico-religiosas ou lúdico-folclóricas, típicas das sociedades tradicionais, diante do processo de industrialização e urbanização do Brasil, pode ser encontrado em Requiça (1977). Do mesmo modo, Dumazedier (1994), ao desenvolver um estudo sobre a renovação dos valores sociais inerentes aos comportamentos presentes no âmbito do tempo livre, é outro autor que trata das distinções entre as festas de antigamente e práticas festivas atuais.

tradicionais religiosas, quando se reúnem famílias e conterrâneos, quando ocorre a “volta para casa”, reforçam-se os laços de solidariedade primária e o sentimento de pertencimento comunitário. Todavia, hoje ancoradas em outras instituições, tais celebrações podem resultar em outros tipos de interesse, pendendo cada vez mais para o profano, mantendo vínculos muito tênues com a religiosidade. Isto não quer dizer que nas festas propriamente modernas – como, por exemplo, o carnaval, a páscoa, o natal etc. –, típicas da sociedade de consumo, que guardam somente de longe alguma relação com suas origens, inexistam boas oportunidades de convívio e sociabilidade (MONTES, 2000).

A capacidade que determinados grupos possuem de dominar seu *pedaço*, coloca em posição de destaque a relação entre lugar e identidade social. Entretanto, a organização vinculada ao local de moradia, mesmo que apresente excelentes bases para o desenvolvimento de modos de vida peculiares, que por sua vez se desdobram na produção de uma “cultura própria”, em que coabitam conformismo e resistência, não consegue suportar sozinha a carga da mudança histórica em curso. A afirmação de identidades dependente do *pedaço* tem de apoiar-se, em algum ponto, na motivação derivada da tradição. De qualquer modo, a grande ironia está no fato de que a tradição também vem sendo mercadorizada e comercializada, frequentemente produzida e vendida como imagem, simulacro ou pastiche (HARVEY, 2000). Hodiernamente, a “qualidade” de nossas festas vem sendo medida pelos números, pois são os 2 milhões de foliões que frequentam o Carnaval de Salvador-BA, o público de 1 milhão de pessoas que festeja o São João de Campina Grande-PB, os 800.000 pagantes na Festa do Peão de Barretos-SP e os 400.000 turistas no Carnaval do Rio de Janeiro-RJ que conferem sua certificação de excelência como verdadeiras

mercofestas.¹⁶ E para os que procuram manifestação de fé e devoção, vale a consulta ao “Roteiros da fé católica no Brasil”, um catálogo contendo cinquenta opções de festas religiosas, organizado pela Embratur como uma dentre outras formas de estimular o fortalecimento de economias locais a partir do desenvolvimento do turismo religioso.¹⁷

De volta ao *pedaço*, o próprio espetáculo do circo-teatro e de variedades, *modalidade tradicional de lazer*¹⁸ e de diversão popular estudada por Magnani (1998), cheio de dramalhões, paródias de telenovelas, luta-livre, duplas sertanejas, números de mágica, concursos etc., torna-se, em larga medida, uma mercadoria desenraizada, desterritorializada, ganhando cada vez mais o mundo da TV. Lembramos aqui dos programas de auditório com seus concursos, shows de calouros, atores, repórteres por um dia, “o povo que fala” e a exposição pública de todo o tipo de miséria existencial, quando se comemora ao vivo e a cores a subida de audiência com gritos, música, aplausos da platéia e risos do telespectador, numa demonstração de como a televisão também atua como *pedaço eletrônico*, lugar de “estar junto”, em uma realidade virtualmente partilhada e festiva.¹⁹

¹⁶ Números fornecidos pelo MET, extraídos da reportagem “Menos trabalho e mais diversão”, publicada na revista *Veja*, de 1/5/2002.

¹⁷ Ver Embratur (2001)

¹⁸ Compreendemos a tradição articulada não somente ao folclore, ao patrimônio e ao pretérito, mas também “como um conjunto de instituições e valores, oriundos de uma história recente, e que se impõem a nós como uma moderna tradição” (ORTIZ, 1994, p. 195). Por isso, também podemos falar em *modalidades tradicionais de lazer*, apesar de compreendermos tal fenômeno como uma manifestação tipicamente moderna.

¹⁹ Conforme análise presente no artigo “Guerrilha de sofá”, de I. Bentes, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, em 31/3/2002, os tipos sociais tradicionais e modernos também se colocam em disputa nos programas de TV, quando “o machão, o *cornio*, o efeminado, a *gostosa*, a *virgem*, o tarado sexual de A praça é nossa, Ratinho, Linha direta ou Zorra total, que ainda regem certo imaginário popular rural, estão ao lado de novos tipos – notadamente nos programas da Rede Globo – que fazem parte de um imaginário mais próximo da classe média urbana: a empresária paulista, o artista plástico, a designer, o cabeleireiro chique, o dançarino de axé, a modelo-manequim, a *socialite*, as subcelebridades, crias da própria mídia, a *ninfomaniaca*, o *rapper* irado, os *marmorbeiros* etc.” (p.7).

A televisão de massa associada com a comunicação por satélite possibilita a experiência de uma enorme gama de imagens vindas de espaços distintos quase simultaneamente, encolhendo os espaços do mundo numa série de imagens de uma tela de televisão. O mundo inteiro pode assistir aos Jogos Olímpicos, à Copa do Mundo, à queda de um ditador, a uma reunião de cúpula política, a uma tragédia mortal [...] A imagem de lugares e espaços se torna tão aberta à produção e ao uso efêmero quanto qualquer outra. Em suma, testemunhamos outra difícil rodada do processo de aniquilação do espaço por meio do tempo que sempre esteve no centro da dinâmica capitalista (HARVEY, 2000, p. 264).

Presente e ativa no cotidiano das pessoas, entre os mais diversos grupamentos, sempre registrando, selecionando, interpretando e enfatizando variados fatos, eventos, coisas e personalidades, mobilizando comportamentos, inquietações e convicções, a televisão realiza não só a transformação do real em virtual, mas também “da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania (...), combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e a reprodução do capital (...), operando decisivamente na formação de *mentes* e *corações* em escala global” (IANNI, 2000, p. 152). Ao passo que a TV se integra à vida privada dos brasileiros como uma das principais formas de lazer,²⁰ tornando-se um poderoso veículo de difusão da cultura, os *colegas*, *manos*, *companheiros*, *camaradas*, *compadres* e *chegados* – isto é, o *povo do pedaço* – também buscam orientação e informação.

²⁰ Reunimos aqui alguns dos indícios que sustentam tal afirmação: conforme dados extraídos da revista *Meio e Mensagem*, citados por Mello e Novais (2000), já em 1980, no Rio de Janeiro-RJ e em São Paulo-SP, de segunda a sexta, a televisão ficava ligada cerca de seis horas diárias, e no domingo, em São Paulo-SP, atingia a média de oito horas diárias; de acordo com a pesquisa “Juventude: cultura e cidadania”, realizada pela Fundação Perseu Abramo, em 1999, junto à juventude residente em regiões metropolitanas do Brasil, quando perguntados sobre o que costumam fazer em suas horas livres, nossos jovens indicaram “assistir televisão” como sua principal atividade de lazer; e, finalmente, conforme números da PNAD/IBGE, no ano de 2001, o percentual de moradias com televisão (89,0%) ultrapassou pela primeira vez na história de nosso país o de moradias com rádio (88,0%).

Apresentando-se como a grande “auxiliar” da família e da escola na educação de nossos filhos, este poderoso meio de comunicação social, que escapa ao controle público, faz penetrar no interior dos lares de todo e qualquer *pedaço*, um complexo de valores morais, estéticos e políticos que acabam por determinar hábitos e modos de vida. “Trata de vender a sensação de que o consumo pode preencher o doloroso vazio da vida, trazido pelas agruras do trabalho subalterno e pelas misérias morais e espirituais que preenchem parte do cotidiano” (MELLO & NOVAIS, 2000, p. 641). O mercado surge, então, como um “verdadeiro” professor, o próprio *grande irmão*, com uma linguagem hipnótica e universal, que sinaliza e gesticula, com sua *mão invisível*, para a busca do interesse próprio, o amor ao dinheiro, o apetite insaciável por bens, a satisfação pessoal e imediata, a escravidão ao consumo etc., combinando sons, cores e imagens, seja através do jornal, da novela, do esporte, do filme, do desenho, do musical, do *circo eletrônico* ou do especial. E, assim, na *cultura eletrônica*, dissolvem-se e deslocam-se *pedaços*, territórios e fronteiras, envolvendo os espaços público e privado, o consumo e a liberdade, o real e a virtualidade, a segmentação e a identidade (IANNI, 2000).

2. Pedaço despedaçado

Como o mundo transformou-se num espaço global, os espaços locais devem ser convertidos pela lógica imposta pelo todo. E aí não importa se os sujeitos do *pedaço* apreendem esta realidade em termos ideológicos pois, à sua maneira, compreendem o processo de globalização. Entretanto, ainda que sejam muitas as formas pelas quais o *príncipe*

*eletrônico*²¹ possa ser aceito, absorvido, reproduzido, venerado ou reinterpretado, como também, de modo implícito ou explícito, negado ou afastado como o “soberano” do *pedaço*, as festas e divertimentos populares são perpassados pela totalidade das relações inerentes ao sistema em desenvolvimento, e as tradições afetadas em seus elementos mais essenciais. Sem dúvida, como processo em marcha, a globalização enfrenta obstáculos, encontra resistências e sofre seus reveses, mas generaliza-se e aprofunda-se como tendência. Se de fato nos encontramos diante de uma *totalidade-mundo*, não podemos ignorar que as mediações e os mecanismos hoje presentes em seu interior são moldados, em larga escala, pelas *indústrias culturais globalizadas*²². Neste cenário, a economia mundial penetra, pouco a pouco, os mais diversos *pedaços* do planeta. Assim, a *desterritorialização*, percebida como uma das características mais marcantes do *mercado-mundo* em formação, alcançando todos os níveis da vida social, tende a desenraizar as coisas, as gentes e as idéias, fazendo com que tudo se movimente, sem restrições, em todas as direções, redefinindo os quadros sociais e mentais de referência.

O conceito de *desterritorialização* aplica-se não apenas a óbvios exemplos como corporações transnacionais e mercados monetários, mas também a grupos étnicos, lealdades ideológicas e movimentos políticos que atuam crescentemente em moldes que

²¹ Como uma categoria que procura representar o poder midiático, o *príncipe eletrônico* pode ser compreendido como uma entidade que permeia continuamente todos os níveis da sociedade. “É óbvio que não é nem homogêneo nem monolítico, no entanto, expressa principalmente a visão de mundo prevalente nos blocos de poder predominantes, em escala nacional, regional e mundial, habitualmente articulados” (IANNI, 2000, p.148-149). Em trabalho anterior, pudemos tratar mais especificamente das relações entre o lazer e o *príncipe eletrônico*. Ver Mascarenhas (2001b).

²² A noção de *indústria cultural globalizada*, presente em Ortiz (1994), procura atualizar, em conformidade com as determinações da *sociedade global*, quando as fusões entre os conglomerados de base transnacional revelam a tendência à oligopolização, o conceito de *indústria cultural* cunhado por Adorno e Horkheimer (1985), referindo-se ao processo de padronização e à racionalização das técnicas de produção e distribuição dos bens culturais que, em sua época – a apresentação desta categoria data da segunda metade da década de 1940 –, já haviam sido, em grande medida, transformados em mercadorias.

transcendem fronteiras e identidades territoriais específicas. A *desterritorialização* tem afetado as lealdades de grupos envolvidos em diásporas complexas, suas manipulações monetárias e outras formas de riqueza e investimento, bem como as estratégias de Estados. O debilitamento dos vínculos entre povo, riqueza e territórios, por sua vez, tem alterado a base de muitas interações globais significativas e, simultaneamente, põe em causa a definição tradicional de Estado (IANNI, 1999, p. 93).

Porém, vale o registro de que para o funcionamento daquilo que se pode chamar por *shopping center global*, a afirmação do todo não nega a diversidade e a heterogeneidade da cultura mundializada. Destarte, a antinomia local *versus* global é para o capital, no fundo, aparente, pois não há, necessariamente, oposição entre si, pelo contrário, os dois pólos encontram-se interligados. Portanto, o movimento de globalização associa, combina e potencializa, aos pares, o nacional e o mundial, o particular e o universal, o provinciano e o cosmopolita, o tradicional e o moderno no interior de um grande e vasto mercado mundial. Comporta tanto a padronização como a segmentação, manifestando um processo cultural complexo e abrangente. Ao mesmo tempo em que se processa a convergência de comportamentos administrados pelo alto, preservam-se as diferenças e desigualdades entre os diversos níveis de vida. A padronização não é negada, mas ajustada às segmentações sociais, quando indivíduos e coletividades são cada vez mais identificados pelo consumo e pela renda, em conformidade com seus respectivos hábitos e estilos de vida (ORTIZ, 1994). Estamos falando, é bem verdade, da formação dos nichos de mercado, poderoso instrumento na definição da difusão e do consumo das práticas de lazer.

A produção e a distribuição em massa vêm sendo substituídas pela produção especializada para segmentos específicos. Para além da gradação de “classe” segundo o poder aquisitivo, combinada ainda às

distinções de faixa etária e gênero, os estilos de vida, a despeito da localização geográfica, passam a constituir unidades de agrupamento portadoras de características universais, balizando as mudanças dos padrões de consumo. O problema central da produção global consiste, portanto, em identificar segmentos mundializados e homogêneos. Como exemplo, citamos: os *video kids*, jovens aficionados por jogos eletrônicos, que não são muito diferentes no que se refere aos hábitos de consumo, seja em Tóquio ou em Londres; a *geração diet* que, formada pelos adeptos dos alimentos naturais e dietéticos, em maior ou menor escala, assinala sua presença entre paulistanos e nova-iorquinos; as *tribos* da contracultura, com sua rebeldia já domesticada pela indústria cultural, como os adeptos da moda *neo-hippie*, que apresentam semelhanças quanto ao seu comportamento tanto no mercado de Berlin como da Cidade do México.

Isto sem contar outros consumidores potenciais, como: os homossexuais; os jovens solteiros que moram sozinhos; os casais sem filhos; os diversos praticantes das mais variadas modalidades esportivas, sejam olímpicas, radicais, náuticas, de aventura ou da natureza; das mulheres do tipo *senhora de si*, *caseira*, *igualitária* ou *conservadora*; dos homens “liberais”, inclinados às viagens, conformados ao dia-a-dia etc. Sob permanente e atento monitoramento das agências de *marketing*, tais segmentos representam importantes e lucrativas fatias daquilo que podemos denominar por *intermercados*, categoria que confere base transnacional ao consumo. Atendendo esta lógica, os produtos e mercadorias são classificados como culturalmente *restritos*, a exemplo de alguns alimentos cuja determinação local é maior, e *menos restritos*, como os automóveis, os cartões de crédito, o *jeans*, o esporte, os filmes de

Hollywood, dentre outros.²³ Tudo se resume a uma questão de equilíbrio entre padronização e diferenciação, dosando-se cuidadosamente repetições e variações (ORTIZ, 1994).

No domínio das experiências de lazer, a atenção se volta para a *cultura das saídas*, com seus vários segmentos e nichos de mercado, correspondendo cada qual a um pacote de *tipos de saída*. Entre os considerados sedentários, que em seu tempo livre permanecem em casa, e os que aproveitam a vida, ou seja, os que saem muito, localizam-se os mais distintos perfis, para os quais estão sempre à espreita as agências de turismo, os promotores de *shows* e de eventos, as redes de hotéis, os oligopólios do cinema, as grandes corporações do rádio e da TV, os mega portais da *internet* etc.²⁴ Ante as opções de *saída*, uma autêntica cantina italiana conta mais que um *fast-food*, sendo que este supera um *self-service*. O cinema de arte, a ópera e o concerto de *rock* situam-se no mesmo *mix de saídas*, mas aí importa a frequência de tais atividades. O cinema comercial, as boates e os espetáculos esportivos integram um *mix* diferente, identificando outro segmento. Ocupando o seu devido lugar, o lazer *em casa* também não escapa à observação. Exemplo disso é que na

²³ Segundo pesquisa realizada pela Research International sobre *intermercados*, divulgada no jornal *O Popular*, de 9/3/2003, através da matéria “Consumidor mantém preferência por importado”, as mercadorias e marcas globais são classificadas como *dominantes*, reconhecidos como marcas mundiais de valor universal, como Coca-Cola, Nike e Disney; *de prestígio*, que se destacam pela identidade cultural ou de procedência, como Chanel, BMW, Rolex e Gucci; *superiores*, as que mesmo sem serem líderes são consideradas *superiores*, a exemplo da IBM, McDonald’s e Pepsi; e, *globais* – isto é, globais-locais – que embora globais como Dove, Nestlé e Danone, se comportam como marcas de origem reconhecida, e devido ao chamado *marketing* social, conseguem se fixar localmente.

²⁴ Cabe recordar que Magnani (1998), ao investigar as práticas de lazer presentes na periferia de São Paulo-SP, valeu-se das categorias *em casa* e *fora de casa*, subdividindo a última em *no pedaço* e *fora do pedaço*. Por sua vez, Ortiz (1994), ao tratar dos estilos de vida e, neste íterim, da *cultura das saídas*, acaba por indicar que uma classificação próxima, com o diferencial de dispensar maior preocupação aos *tipos de saída*, vem sendo construída pela indústria cultural em âmbito global, não só com o propósito de entender, mas também de forjar novos códigos e preferências entre determinados grupos, o que se consegue, dentre outras maneiras, pelos modismos, quando são redefinidos constantemente o ultrapassado e o moderno das *saídas*, bem como pela distinção do *status* que a frequência e o *tipo de saída* conferem ao seu consumidor.

“TV aberta” veiculam-se os comerciais dirigidos aos níveis C e D da população, extratos inferiores quanto ao nível de renda. Já as mercadorias destinadas às “classes” A e B, têm sua publicidade ancorada nos canais por assinatura. Por sua vez, na *internet*, aonde as categorias *em casa* e *fora de casa* se desmancham no ar, a *saída virtual* pode levar o *internauta* às mais variadas “salas de conversação”, cada qual com o seu perfil e com o seu respectivo *mix* de produtos associados.

Diante desta vastidão de opções e oportunidades de consumo, seria procedente o questionamento sobre as desigualdades existentes tanto no plano do *mercado-mundo* como do *intramercado* brasileiro, pois sabemos que a distribuição de nossas riquezas ocorre de maneira socialmente injusta. Um enorme abismo entre as rendas separa os nova-iorquinos dos paulistanos, e os paulistanos do centro e dos bairros considerados nobres dos paulistanos das periferias. Com 4,5% da população mundial, os EUA consomem pouco mais de um quarto de todo o petróleo produzido. Segundo estatísticas da ONU, um habitante de Madagascar só dispõe de 5 litros de água por dia, enquanto cada americano consome 600 litros e os europeus 200. Um americano precisa em média tanta energia quanto três suíços, quatro italianos, 160 tanzanianos e 1.100 ruandeses. Os Estados Unidos devoram 100 quilos de carne *per capita* por ano, e se a somatória dos habitantes do planeta adotassem os mesmos padrões de alimentação daquele país, toda comida disponível alimentaria somente 2 bilhões de pessoas, o equivalente a menos de um terço da população mundial.²⁵ Certamente, o *american way of life* não se compara nem de longe ao modo de vida presente nas

²⁵ Dados extraídos do artigo “E se todo mundo fosse como os americanos?”, de N. Carlos, publicado na revista *Fórum Outro Mundo em Debate*, n. 2, de 2001.

periferias de São Paulo-SP, mas para 35% dos brasileiros os Estados Unidos é disparado o melhor modelo de país do mundo.²⁶

Os Estados Unidos são o centro de irradiação da vida financeira e cultural do planeta. [...] Não estamos afirmando que toda produção de cultura mundial é originada nos Estados Unidos e que o resto do mundo se limita a absorver aquilo que é produzido pelos norte-americanos. Apenas afirmamos que qualquer produto cultural que pretenda lançar um impacto significativo tem que passar pelo circuito norte americano, mais particularmente por Nova York, símbolo máximo de cosmopolitismo (ARBEX & TOGNOLI, 1996, p. 28).

Não por acaso, o brasileiro tem os EUA como sua maior referência de consumo e supervaloriza também suas marcas, é o que constata a Research International, instituto de pesquisa que a mais de uma década realiza pesquisa em 40 países distintos sobre hábitos e perfis de consumo.²⁷ Nossos sucessos, fortunas e carências são sempre determinados com referência no apetite e performance da economia *yankee*. Assim, o gráfico sobre o aumento do consumo *tupiniquim* oscila buscando convergir com os hábitos e costumes do *Tio Sam*. Não por acaso, para alguns, já somos primeiro mundo, pois se apressam por dizer que o consumidor brasileiro está ficando cada vez mais parecido com o norte-americano. Seus argumentos sustentam-se em indicadores como o de que “nas prateleiras dos hipermercados, o número de itens oferecidos aos clientes passou de 20.000 a 70.000 dos anos 80 para cá. Até o fim dos anos 80, havia apenas vinte marcas renomadas de roupas no país. Na

²⁶ Informação contida na matéria “EUA são eleitos modelos para o Brasil”, veiculada pelo jornal *Folha de São Paulo*, de 23/3/2000.

²⁷ Pesquisa divulgada através da reportagem “Consumidor mantém preferência por importado”, do jornal *O Popular*, de 9/2/2003.

última década foram lançadas mais 130”.²⁸ É verdade que a variedade e diversidade de mercadorias à venda aumentou, mas fica a dúvida sobre quem tem se beneficiado com isto, pois é certo que nem todos os brasileiros vão ao “paraíso”, podendo se deliciar nos *shoppings* e hipermercados.

Especificamente, sobre o mundo encantado do lazer, as maravilhas contadas não são tão diferentes:

O dispêndio das famílias de classe média com ingressos de cinema, parques e viagens subiu cerca de 10% na última década. Os investidores perceberam grandes oportunidades de negócios no setor e aplicaram 500 milhões de reais em teatros, cinemas e parques. Parques de diversão ocupam uma área equivalente à da cidade de São Paulo. Já existem 120.000 poltronas oferecidas em salas de cinema múltiplex e casas de espetáculos dotadas de equipamentos semelhantes aos utilizados nos Estados Unidos. A montagem feita em São Paulo do musical *Les Misérables* tem o mesmo nível técnico da versão em cartaz na Broadway, em Nova York, e em Londres. Poucos anos atrás, as capitais brasileiras recebiam os lançamentos de Hollywood com meses de atraso e no interior a demora chegava a anos em alguns casos. As fitas produzidas pelo cinema americano já são lançadas simultaneamente em mais de cinquenta cidades, entre capitais e interior.²⁹

À primeira vista, diante deste aparentemente belo e admirável quadro, em que fica a ilusão de que as oportunidades de lazer são iguais para todos, o Brasil pode muito bem ter seu desempenho de consumo comparado ao dos Estados Unidos. Todavia, sabemos que a apropriação de todos estes objetos de divertimento, fruição, alegria e fantasia vai variar

²⁸ Pequeno trecho da reportagem “Chega de Miami”, *Veja*, 1/5/2002, p. 42.

²⁹ Extrato da matéria “Menos trabalho e mais diversão”, *Veja*, 1/5/2002, p. 48.

segundo a posição que ocupamos no interior da atual forma de organização societal, e aqui vale acusar a determinação de classe subjacente à divisão social do trabalho e à injusta distribuição de seu produto.³⁰ Encontramo-nos, pois, conforme bem apontam Mello e Novais (2000), perante um país dividido em três diferentes “mundos”. O *primeiro mundo* é o dos magnatas e endinheirados, cujas características do verdadeiro primeiro mundo estão presentes. Situam-se aí o empresariado, com o imenso leque de profissionais responsáveis por seus problemas materiais e “espirituais”, e o pessoal da linha de mando nas empresas privadas e no setor público. O *segundo mundo*, simulacro do *primeiro*, habitado pela classe média, é hoje lugar de instabilidade, pois o rendimento em declínio, forçando a mobilidade para baixo, coloca seus membros em permanente estado de alerta. Finalmente, o *terceiro mundo*, este sim, guardando enorme distância do *primeiro*, é dos pobres e dos miseráveis.

De um lado, os 10% mais ricos que abocanham 46,9% de toda a renda gerada no país, no outro, são 24,7 milhões (14,6%) de pessoas vivendo na miséria – ou seja, pessoas sobrevivendo com menos de 1 dólar por dia, quantia insuficiente para suprir suas necessidades de alimentação – e 56,7 milhões (33,94%) abaixo da linha de pobreza – isto é, pessoas sobrevivendo com uma renda que varia entre 1 e 2 salários mínimos, sem o atendimento adequado às suas necessidades básicas de alimentação, saúde, habitação, transporte, vestuário, educação e lazer –, totalizando

³⁰ Conforme Marcuse (1997), a fruição pode ser compreendida como uma atitude possível nas relações do homem com as coisas e com outros homens. No marco da sociedade capitalista, as coisas são mercadorias disponíveis no mercado segundo o poder de compra de cada indivíduo isolado. A maior parte deles só tem acesso ao mais barato. Entretanto, a mercadoria mais barata não é tão boa quanto a cara. No que diz respeito às relações entre os homens, geralmente são construídas entre membros da mesma classe. Portanto, para a maioria das pessoas o companheiro na fruição será também um parceiro na miséria, cujas condições de vida constituem um terreno pouco fértil para a experiência da felicidade.

quase metade dos brasileiros.³¹ Entre os extremos, com a perda real do rendimento médio alcançando o índice de 10,3% nos últimos cinco anos,³² a exclusão e o empobrecimento geral da população trabalhadora seguem o seu caminho, enquanto a banda do *terceiro mundo* cada vez aumenta mais.

3. Periferia é periferia

Apesar das disparidades na distribuição da renda nacional, o que importa, para efeito deste estudo, é perceber como o capitalismo contemporâneo se reproduz de maneira desigual em um espaço geográfico que não é homogêneo. Ainda que concentrando pobreza e riqueza, o Brasil detém um considerável mercado de consumidores,³³ possuindo cidades e regiões com traços similares aos de países desenvolvidos. São nestas áreas, e entre determinados segmentos, que os produtos do *mercado-mundo* circulam com maior fluidez. Entretanto, ainda que as variações na renda *per capita* de nova-iorquinos para paulistanos e, também, entre os próprios paulistanos, sejam gritantes, as grandes marcas e franquias, como, por exemplo, a Nike, a Rebook, a Microsoft ou a *big* rede McDonald's, tanto em Nova York como em São Paulo, podem alcançar excelentes resultados de venda. O que muda é o número de lojas e o volume do comércio. Apesar de toda sua selvageria e perversidade, a

³¹ Números obtidos a partir da análise de dados da PNAD/IBGE de 2001, realizada pelo IPEA.

³² Dados extraídos da PNAD/IBGE de 2001.

³³ Segundo o relatório "State of the World", elaborado pelo WorldWatch Institute, com sede em Washington, nos EUA, divulgado através da matéria "Brasil é 7º em consumo, mas quase 70% são excluídos", do jornal *O Popular*, de 10/1/2004, no *ranking* mundial dos países com maior mercado consumidor está o Estados Unidos, com 242,55 milhões (84% da população); seguido, pela ordem, da China, com 239,8 milhões (19% da população); da Índia, com 121,9 milhões (12% da população); do Japão, com 120,7 milhões (9% da população); da Alemanha, com 76,3 milhões (9% da população); da Rússia, com 61,3 milhões (4% da população); e, do Brasil com expressivos 57,8 milhões de consumidores (30% da população).

modernidade-mundo é uma realidade, mesmo nos países do chamado terceiro mundo. É certo que a Avenida Paulista pertence a uma constelação socioeconômica diametralmente oposta ao distante Jardim Três Corações – *pedaço* de São Paulo-SP estudado de perto por Magnani (1998) –, não só no que se refere às desigualdades sociais, mas na diferente dinâmica dos segmentos culturais que habitam cada um destes lugares. Da mesma maneira que a economia mundial encontra-se estruturada nas relações entre centro e periferia,³⁴ as metrópoles brasileiras revelam uma segregação análoga, o que, no entanto, não contradiz o movimento de convergência dos hábitos de consumo, pois a mundialidade da cultura penetra os *pedaços* mais heterogêneos de nossa sociedade (ORTIZ, 1994).

De qualquer forma, ainda que as periferias das grandes cidades, assim como suas regiões mais centrais, estejam também submetidas à influência da lógica cultural do *capitalismo avançado*³⁵, vale reconhecer algumas de suas singularidades. Ao destacar a importância do lazer nos bairros da periferia de São Paulo-SP, Magnani (1998) toma este fenômeno como ponto de partida para a compreensão da vida cotidiana de seus moradores, quando estão presentes o encontro, a troca e o reforço dos vínculos de sociabilidade. Ocorre que, passados os mais de vinte anos que nos separam de sua pesquisa, muita coisa parece ter mudado no *pedaço*. A própria década de 1980, mas conhecida como década perdida, marca o início de um quadro econômico de profunda estagnação, que traz consigo o desemprego, o aumento da violência, a escalada das drogas etc. Somente

³⁴ Para uma maior compreensão das relações entre centro e periferia na divisão espacial do trabalho própria ao atual estágio de desenvolvimento do capitalismo, ver Pochmann (2001).

³⁵ A expressão *capitalismo avançado* é por nós utilizada com o mesmo sentido usado por Mészáros (2002), o de assinalar sua continuidade em relação ao estágio menos desenvolvido que o precedeu, sem demarcar qualquer tipo de quebra ou ruptura do sistema como o sugerido pelo conceito de *sociedade pós-industrial*.

nos últimos dez anos, a soma da população das regiões metropolitanas de São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Belo Horizonte-MG, Vitória-ES, Porto Alegre-RS, Curitiba-PR, Recife-PE e Salvador-BA, saltou de 37 milhões para 42 milhões de habitantes, sendo que neste mesmo período, o crescimento das periferias dessas cidades foi de 30%, enquanto o das regiões mais ricas oscilou perto da taxa dos 5%. Afora tal desproporção, novos contrastes adquirem força ainda maior, pois não só a média da renda *per capita* do centro é hoje 6 vezes superior à registrada na periferia, como o total de moradores desempregados atinge os 18% na periferia contra os 5% verificados no centro, isto sem falar das disparidades referentes à escolaridade, habitação, saneamento etc.³⁶ O certo mesmo é que as periferias das grandes cidades estão crescendo, e não só em tamanho, mas em pobreza e exclusão, com a vertiginosa degradação das condições de vida de sua população.

Com a globalização, conforme os números já vistos, cada vez mais faltam empregos, a mobilidade social torna-se descendente e há um forte rebaixamento do padrão de vida e do nível de consumo. “Consequentemente, acirra-se a concorrência, que, do sistema econômico, expande-se para todas as outras esferas da vida, esgarçando o tecido social. A competição exacerbada, selvagem, transforma a violência num recurso cotidiano para a sobrevivência” (MELLO & NOVAIS, 2000, p. 652). E se tal brutalidade se generaliza pela sociedade como um todo, abarcando as relações de trabalho, a escola, o trânsito, a família, manifestando-se até pelo assassinato, na periferia o processo é ainda mais agudo. Há dez anos, estas áreas apresentavam taxas na casa de 30 homicídios por 100.000 habitantes. Atualmente, o índice chega a 150 mortes, número semelhante

³⁶ Informações constantes da reportagem “A explosão da periferia”, da revista *Veja*, de 24/1/2001.

aos de países em guerra.³⁷ Mas a violência não pode ser explicada exclusivamente pela determinação econômica, que se materializa nas dificuldades financeiras e na privação dos direitos sociais. Por certo, relaciona-se, também, com o progressivo aumento do individualismo. Esta sociedade que não dá valor às pessoas, e sim às coisas as quais são portadoras, dificilmente pode cobrar das vítimas do abandono e da exclusão que respeitem e dêem a merecida importância à vida humana.

Diante da dissolução de valores como dever, responsabilidade, participação, liberdade, democracia etc., nossa juventude se vê desprovida de princípios que possam balizar seu comportamento social. Sem demora, logo surgem os discursos moralistas apregoando sua redenção pela ocupação do tempo, seja através da escola, do lazer ou da religião. Não por acaso, conforme pesquisa realizada em regiões metropolitanas do Brasil, quando interrogados sobre sua participação em atividades associativas, nossos jovens indicam os grupos religiosos como os mais procurados.³⁸ Soma-se a esta informação o dado de que os evangélicos tiveram um aumento de praticamente 100% no tamanho do seu “rebanho”, passando de 13,2 milhões em 1990 para 26,16 milhões em 2000.³⁹ Assim, podemos facilmente chegar à conclusão de que as formas associativas às quais estes jovens buscam filiação são, em sua maioria, os grupos de evangélicos. E é na periferia das cidades que eles encontram o terreno ideal para o seu crescimento, pois o número de fiéis nestas áreas é três vezes maior que o

³⁷ Índices também obtidos a partir da matéria “A explosão da periferia”, publicada na revista *Veja*, de 24/1/2001.

³⁸ Em pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo, junto a um universo de jovens de 15 a 24 anos, residentes em 9 regiões metropolitanas do Brasil – Grandes São Paulo-SP, Rio de Janeiro-RJ, Belo Horizonte-MG, Porto Alegre-RS, Curitiba-PR, Salvador-BA, Recife-PE, Fortaleza-CE, Belém-PA – e no Distrito Federal, os grupos religiosos aparecem como a forma de associativismo mais procurada, superando, pela ordem, os grupos de música, de dança, de teatro, de *skatistas*, de ciclismo, de capoeira, de grafiteiros e de futebol. Constatou-se que 49% de nossos jovens já fizeram ou fazem parte de algum grupo religioso. Para outras informações, ver Fundação Perseu Abramo (1999).

³⁹ Dados extraídos do censo demográfico de 2000, realizado pelo IBGE.

registrado nas regiões centrais.⁴⁰ Embora habituados ao convívio cotidiano com a *cultura da violência*, parcela significativa dos populares do *pedaço*, acuados no seu limite, quando já estão contaminadas tanto suas relações familiares como suas redes de vizinhança, perante os apelos de um poderoso “mercado de bens de salvação”, da “reforma evangélica” e “contra-reforma carismática”, acabam se vendo “obrigados a procurar em outro lugar uma ancoragem simbólica para dar conta de uma experiência do mundo que parece chegar aos confins de sua inteligibilidade” (MONTES, 2000, p. 135).⁴¹

Em paralelo, é notório também o movimento que descrevem as agências multilaterais ao anunciarem o lazer como política necessária ao combate à violência. Um mapeamento encomendado pela OMS sobre as possibilidades de ocupação do tempo livre na periferia de São Paulo-SP, salvo o mérito de ter precisado a quantidade e a localização dos equipamentos, acabou por comprovar o óbvio: as bibliotecas, museus, centros culturais, parques e teatros estão instalados concentradamente no perímetro central do município. A intenção da OMS foi de avaliar as relações entre as opções de cultura e lazer com a drogadição, o alcoolismo e o tráfico, ou seja, identificar como os fatores de risco e “recuperação” estão geograficamente distribuídos pela cidade.⁴² Ocorre que, como um direito social, pouco interessa se 15% de nossos jovens nunca tiveram a oportunidade de ir ao cinema, 46% ao teatro, 29% a um *show* de música brasileira, 86% a um concerto de música clássica, 52% ao museu, 72% a uma exposição fotográfica, 77% a um espetáculo de dança moderna, 88%

⁴⁰ Fenômeno noticiado pela reportagem “A explosão da periferia”, da revista *Veja*, de 24/1/2001.

⁴¹ Para uma análise sobre como a expansão do fundamentalismo evangélico e do burocratismo tecnicista servem à aliança neoliberal e neoconservadora que confere sustentação ideológica e recomposição hegemônica dos interesses do capital em escala mundial, alastrando-se pelo sistema de organização da cultura, ver Apple (2003).

⁴² Informações divulgadas através da matéria “Mapa revela exclusão do lazer na periferia”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, de 6/5/2001.

a um espetáculo de *ballet*, 22% ao circo, 49% a um jogo de futebol no estádio e 40% à biblioteca.⁴³ O que conta mesmo, do ponto de vista *sistêmico*, cuja finalidade mais típica, embora não exclusiva, resvala no controle social, é administrar possíveis conflitos, tornando as áreas de instabilidade pelo menos toleráveis, garantindo a ordem necessária à preservação e reprodução do atual sistema de metabolismo societal.⁴⁴ Assim, os programas governamentais e não-governamentais de lazer, em sua maioria, inspirados na “filosofia” de manter a juventude ocupada, longe dos “males” e “perigos” da ociosidade, são pensados como uma espécie de redutor dos índices de violência e criminalidade urbana.

Na esteira deste mesmo mapeamento, considerado como um dos espaços de lazer mais queridos do *pedaço*, os bares também não escapam à vigilância. Ao lado dos templos, os bares são os estabelecimentos que mais se proliferaram na periferia, em grande parte, clandestinos. Nas regiões mais violentas de São Paulo-SP, existem na proporção de 1 para cada 10 moradias. A bebida que mais vendem é a cachaça, ao preço médio, cotado em 2001, de 15 centavos. Nos finais de semana, os índices de violência dobram nestes recintos, e um terço dos crimes praticados no Brasil estão associados à embriaguez.⁴⁵ Preocupada, a própria OMS recomenda o controle dos pontos de venda de álcool, e vários municípios já impõem, através da apelidada *lei seca*, hora marcada para o seu fechamento.⁴⁶ Como se vê, os bares estão na pauta do dia. Entretanto, não

⁴³ Dados extraídos da pesquisa “Juventude: cultura e cidadania”, realizada pela Fundação Perseu Abramo, em 1999.

⁴⁴ Segundo Demo (1995), no campo da ação política, a abordagem *sistêmica* caracteriza-se pela previsão de conflitos através do amplo levantamento de dados e identificação de focos de instabilidade, o que orienta a definição das políticas sociais como introdução de compensações e garantias para o funcionamento do sistema e manutenção da institucionalidade.

⁴⁵ Dados veiculados pela reportagem “A explosão da periferia”, da revista *Veja*, em 24/1/2001.

⁴⁶ Recomendação analisada no artigo “O controle social e político do álcool”, de R. Laranjeira, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, em 29/10/2001.

estamos falando de qualquer bar. Contrariamente ao *barzinho* da classe média, lugar de agito e badalação, considerado como um autêntico equipamento de lazer, o *botequim* da periferia, lugar de encontro dos *chegados*, é o bar sem controle, lugar ameaçador. Portanto, o que distingue o *botequim* do *barzinho*, é que o primeiro, verdadeira morada do “ócio”, ao longo de toda nossa história, vem sendo tratado, oficialmente, de modo preconceituoso e simplista, visto como problema de saúde pública ou como caso de polícia.⁴⁷

Para agravar a situação, nem a escola escapa à violência. Um outro levantamento, este realizado pela Unesco, procurou examinar os níveis de insegurança no ambiente escolar. Foram verificados registros de agressões, ameaças, roubos, assaltos, estupros, depredações, porte de armas e discriminação racial. Entre os alunos que têm arma de fogo, 70% já a levaram para a escola. Em São Paulo-SP, metade dos professores já sofreram algum tipo de agressão. A explicação para a violência, segundo 25% do corpo docente está no envolvimento dos estudantes com as drogas. Por sua vez, considera-se que 50% dos alunos têm o aprendizado prejudicado pela violência dentro da escola, e que esta é a principal causa da evasão. Contudo, o estudo não conseguiu concluir quais são as medidas necessárias para aumentar a segurança interna nas escolas, mas constatou que o custo é elevado. Apressado, o governo de São Paulo resolveu não esperar por sugestões, despendeu logo 500 milhões de reais para a instalação de câmaras e reforma dos prédios.⁴⁸ Ao pior estilo do

⁴⁷ A distinção entre *barzinho* e *botequim* foi por nós construída com base em L. Silva, comentado por Chauí (2000). Já a discussão sobre o bar como equipamento de lazer, embora considerado como um equipamento não-específico, pode ser encontrada em Dumazedier (1999), Requiça (1980), Camargo (1992) e Marcellino (1996a). E, finalmente, no que se refere ao processo histórico de criminalização do ócio no Brasil, consultar Sant’Anna (1994) e Marcassa (2002).

⁴⁸ Informações conseguidas a partir da matéria “Tão violenta como a rua”, da revista *Veja*, de 27/3/2002.

*panoptismo eletrônico*⁴⁹, tal solução limita-se ao incremento de novas técnicas sociais de ajustamento e vigilância. Já incorporado ao cotidiano e intimidade atuais, apresentando-se como reforço disciplinar a uma ideologia política que prescinde cada vez mais do controle do tempo, dos lugares e das pessoas, o Big Brother estende seus domínios, extrapolando as telas da TV.

Enfim, estamos diante de um *pedaço* sitiado, cuja rede de relações e de sociabilidade, baseada na vizinhança, na solidariedade e no compadrio, vê-se permanentemente ameaçada pelo acirramento da concorrência, pelo desemprego estrutural, pelo aumento do individualismo, pela competitividade exacerbada, pela ausência de perspectivas, pela escalada das drogas, pela patologia do crime e pela difusão generalizada da chamada *cultura da violência*. Nesta direção, quem conhece de perto a vida difícil, trágica e breve que ronda a periferia de São Paulo-SP, “sobrevivendo no inferno”, assim como canta o *rap* dos Racionais MC’s, não hesita em afirmar que “periferia é periferia, em qualquer lugar”, com todas as suas características, personagens, paisagens, alegrias, tristezas e mazelas.

Fica no pico numérico de população. [...] O chefe da casa, trabalha e nunca está. Ninguém vê sair, ninguém escuta chegar. O trabalho ocupa todo o seu tempo. Hora extra é necessário pro alimento. [...] Ser escravo do dinheiro é isso, fulano! 360 dias por ano sem plano. [...] Lei do Cão, Lei da Selva, há... [...] Muita pobreza, estoura violência! Periferia é periferia. Em qualquer lugar. Milhares de

⁴⁹ Ao nos valermos da figura foucaultiana do *panóptico*, fazemo-lo apenas para ilustrar como as técnicas atuais nos colocam em um estado aparente de permanente visibilidade, o que confere maior eficácia aos modernos esquemas de vigilância. Entretanto, diferentemente de Foucault (1977), para quem as relações de poder estão submetidas a um sistema formal autônomo, independente de alguém que o exerça, advertimos, assim como Harvey (2000), que ao submeter tal mecanismo à força das determinações sociais e históricas, percebemos facilmente a marca da intencionalidade humana, lembrando que a hegemonia ideológica e política dos representantes do capital está intrinsecamente ligada ao necessário controle, tanto temporal como espacial, das mais variadas experiências pessoais e sociais.

casas amontoadas. Periferia é periferia. Gente pobre. Vários botecos abertos. Várias escolas vazias. Periferia é periferia. E a maioria por aqui se parece comigo. Periferia é periferia. Mães chorando. Irmãos se matando. Até quando? Periferia é periferia. Aqui, meu irmão, é cada um por si. Periferia é periferia. Molecada sem futuro eu já consigo ver. Periferia é periferia. Aliados, drogados, então... Periferia é periferia.⁵⁰

Todavia, torna-se preciso esclarecer que nas periferias das grandes cidades age um complexo de leis e processos capaz de gerar as mais diferentes e inusitadas reações, pois qualquer que seja a variação das condições objetivas iniciais de vida de uma população, ela traz como consequência uma infinidade de possibilidades e resultados no que se refere ao material simbólico a ser produzido numa determinada região ou lugar.

Da mesma maneira como as leis da dinâmica dos fluidos são invariantes em todo rio do mundo, assim também as leis de circulação do capital não variam de supermercado para supermercado, de um mercado de trabalho para outro, de um sistema de produção de mercadorias para outro, de país para país, nem de uma casa para outra [nem de cidade para cidade, de periferia para periferia e de *pedaço* para *pedaço*]. No entanto, Nova Iorque e Londres são tão diferentes entre si como o Hudson do Tamisa (HARVEY, 2000, p. 307).

De modo análogo, ainda que as determinações objetivas que operam sobre o Jardim Três Corações em São Paulo-SP, o bairro da Restinga em Porto Alegre-RS, a Brasília Teimosa em Recife-PE, a Vila Mutirão em Goiânia-GO e o Alto Vera Cruz em Belo Horizonte-MG sejam muito próximas, tal como o Tietê, o Guaíba, o Capibaribe, o Meia-Ponte e o

⁵⁰ Trechos da música “Periferia é periferia (em qualquer lugar)”, de autoria de E. Rock, constante do álbum “Sobrevivendo no inferno”, de 1998, do grupo Racionais MC’s.

Arruda são díspares entre si, as manifestações culturais e lúdicas presentes em cada uma destas áreas carregam várias distinções umas em relação às outras. Assim como pela música do *rap* conseguimos captar a expressão e a denúncia das condições de vida presentes na periferia de São Paulo-SP, pelo embalo do *funk* podemos obter um desenho aproximado daquilo que acontece nas favelas do Rio de Janeiro-RJ, duas realidades, ao mesmo tempo, tão iguais e tão diferentes. Daí a validade e contribuição da categoria *pedaço* para a apreensão daquilo que é particular das redes de sociabilidade, práticas de lazer e criações artísticas características e identificadoras de uma dada territorialidade, mesmo que a tendência geral indique para o “despedaçamento” ou quase completo sítio destas mesmas práticas. Contudo, isto não quer dizer, como salienta Harvey (2000), que podemos considerar a cultura como um plano alheio à dinâmica capitalista, onde as pessoas e os grupos constroem sua história de maneira especial e inesperada, a depender apenas de seus valores, aspirações, tradições e normas. Ainda que na “famosa” última instância, o econômico – sem poder ser confundido aqui com o *economicismo*⁵¹ – exerce um papel decisivo nos processos constitutivos da experiência e da cotidianidade.

O aprofundamento das relações sociais capitalistas, embora com efeitos diferenciados, estende-se sobre o conjunto da vida social, submetendo um número cada vez maior de áreas à lógica do dinheiro e da circulação de mercadorias. Neste contexto, a *explosão das periferias* é acompanhada, *pari passu*, pela dissolução ou deterioração dos atuais valores e padrões de referência. As tradições, as festas, o lazer e outros

⁵¹ O *economicismo* pode ser compreendido como uma corrente interna ao marxismo que, segundo seus críticos, na relação estrutura e superestrutura, acaba por conferir ênfase em demasia à determinação da vida social pela base econômica, o que suscita um importante debate sobre o peso que o desenvolvimento das forças produtivas desempenha na história em contraposição à influência exercida pela ideologia, pela consciência ou pela ação política como manifestações da ação dos homens (BOTTOMORE, 1988).

elementos culturais estão, inegavelmente, impregnados ou revestidos por valores, símbolos e signos que, em sua origem, transcendem os limites do *pedaço*. De acordo com Mello e Novais (2000), como o sujeito se vê encurralado por técnicas e mecanismos sociais que lhe são cada vez mais estranhos, surgem, a fim de apaziguá-lo, uma vasta literatura de auto-ajuda e um sem número de pastores eletrônicos, magos, videntes, adivinhos etc. Como não existem instituições sólidas nem confiança na justiça, as disputas e querelas são “resolvidas” à bala ou expostas nos teleprogramas do “mundo cão”. Como até a intimidade dá lucro, apressam-se por vulgarizá-la, seja através da espetacularização do corpo ou da exploração do sexo, hoje onipresentes nas imagens das revistas, *outdoors*, novelas, filmes ou propagandas. Como predominam a alegria e o prazer imediatos, multiplicam-se e avançam as piadas grosseiras, o sentimentalismo fácil, a artificialidade do riso, a caricaturização das misérias, a degradação do gosto musical etc, tudo no mesmo e vertiginoso ritmo de descida em que se localizam as baixarias da TV, o “requebra” das danças “da garrafa”, “da bundinha” ou “da manivela”, o disk-sexo, a pornografia virtual e toda espécie de sortilégios de uma ciranda mercantil que se produz e reproduz com velocidade e obsolescência impressionantes. Combinando a descontinuidade, a fragmentação e o simulacro, o modo de vestir-se, informar-se, entreter-se, divertir-se ou ocupar o tempo livre, de indivíduos e coletividades, bem como a maneira como pensam seus problemas, são indícios da tendencial mundialização da cultura em processo, capturando, moldando aqui, ali e acolá, a matéria-prima da *sociedade de consumo*, ou seja, a própria subjetividade reificada.

4. Gritos na multidão

Estamos, portanto, ante um paradoxo. A esta altura da história, a cidadania vigente, indiscutivelmente, vem sendo aquela que substitui a figura do cidadão pela do contribuinte e do consumidor. O sistema que primeiro exclui para em seguida incluir, agora de modo precarizado e cada vez mais subalterno, como já dissemos, empurra a mobilidade social para baixo. Sem perspectivas fora da vida implacável e selvagem da competição e do consumismo, resta ao sujeito contabilizar a quantidade de dor e prazer que o acompanha na caminhada rumo ao “salve-se quem puder” do individualismo que contamina o *pedaço*. Por outro lado, apesar da desefetivação, da desrealização e da brutalização que forjam a *multidão solitária*⁵², reconhecemos que a emergência da sociedade global não ocorre de forma homogênea e nem linear. São muitos os que continuam territorializados, dedicando-se todos os dias à organização de novas formas de sociabilidade, empenhados em juntar e desconjuntar o passado, o presente e o futuro, o particular e o universal, a tradição e a modernidade, agindo, pensando e explicando, à sua maneira, a realidade e a possibilidade (IANNI, 2000).

Nesta perspectiva, se é verdade que sob os efeitos do capitalismo mundial o movimento de reprodução e concentração ampliado acelera o processo de pauperização, fabricando miséria, intensificando desigualdades e gerando alienação, é certo dizer também que coexistem as contra-tendências, quando as populações se apropriam de padrões, valores, signos, tradições, normas, condutas e ideais com os quais nutrem

⁵² No campo do lazer, a expressão *multidão solitária* poderia nos remeter a Riesman (1995), tendo em vista que uma de suas obras, de mesmo título, possui significativa difusão na área. Entretanto, baseamo-nos aqui em Ianni (1999), para quem a *multidão solitária*, inventada pelo alto, eletrônica e desterritorializada, compõe-se de trabalhadores, populações ou coletividades, dispersos em grupos, etnias, minorias, credos, regiões, culturas, seitas, línguas, tradições etc, todos membros individualizados e desenraizados desta estranha “aldeia global” que se tornou a sociedade mundial.

suas formas de resistir, de lutar e de se emancipar. Entretanto, faz-se necessário alertar que a leitura que pleiteamos nos remete não para uma posição intermediária entre o *localismo* e o *globalitarismo* de mão-única, mas para uma visão de conjunto, pois tanto a menor parte do todo, aqui representada pela categoria *pedaço*, bem como outras territorialidades ou nacionalidades, sejam elas do norte ou do sul, do ocidente ou do oriente, do centro ou da periferia, resguardadas as diferenças e desigualdades que possuem entre si, articulam-se no interior de uma mesma totalidade histórica.

Enfim, ao considerarmos a produção do espaço como uma faceta importante da reprodução e transformação da ordem simbólica, conferindo a devida importância às práticas estéticas e culturais de uma dada territorialidade, acentuando aí o papel das comunidades, das resistências locais, dos movimentos sociais, das redes de sociabilidade, do associativismo de bairro, da solidariedade grupal, do respeito pela alteridade etc., como adverte Harvey (2000), não podemos descambar para a miopia da auto-referencialidade que desconsidera a força universalizadora da circulação ampliada do capital. Isto não quer dizer, no entanto, que estamos perseguindo uma verdade absoluta. Tentamos apenas chegar a um acordo provisório com as verdades históricas e geográficas que caracterizam o lazer, especialmente no Brasil e em sua fase presente.

Assim, ao tentar apanhar o que de velho e de novo revela a metamorfose do lazer, dirigimo-nos ao *pedaço* descobrindo-o como expressão de uma totalidade marcada, sobremaneira, pela violência do mercado, cuja tendência, embora contraditória, corrói cada vez mais o tipo de sociabilidade que vem se produzindo. Nesse sentido, ao enxergarmos o lazer, deparamo-nos, também, com uma cultura, uma estética, uma ética, uma política e uma economia que, em princípio, extrapolam os limites de

nosso campo visual, o que não implica, sob qualquer hipótese, na negativa diante de categorias como a universalidade, a objetividade, a ideologia, a verdade etc. Munidos de um referencial que se constrói na análise crítica das relações capitalistas, seguimos com nosso exame, intentando alargar nosso entendimento sobre os significados que envolvem o lazer, situando-o na dinâmica das transformações impostas pela materialidade em curso.

CAPÍTULO II

- CAPITALISMO EM FÚRIA -

Procuramos apresentar, com a exposição construída até aqui, algumas reflexões referentes à temática do lazer no contexto presente. Em caráter ainda introdutório, esboçamos uma tentativa de apanhar as múltiplas relações e os nexos de interdependência que articulam tal problemática ao escopo mais amplo dos modos de vida hodiernamente estruturados pelo capital. Já nesta primeira aproximação ao objeto de nossa pesquisa, conseguimos identificar um processo que aponta, de maneira progressiva-regressiva, embora sem um contorno mais preciso, para a exponencial subordinação do lazer à forma mercadoria, processo que se articula a uma tendência de mercantilização de todas as coisas. Acontece que no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo, de expansão global, quando o apelo ao consumo tudo submete à lógica venal, os impactos são enormes, abarcando não somente a realidade das coisas materiais, mas, também, o universo da cultura. Por conseguinte, as relações mercantis, coisificantes, invadem a cotidianidade e todas as esferas da sociabilidade, afirmando-se, assim, como o padrão dominante das experiências de lazer.

Desta forma, seria oportuna uma investigação sobre a totalidade relacional dos acontecimentos que contribuem para o avanço de tal tendência. Tal empreitada cobra, no entanto, o reconhecimento e a

compreensão de que o capitalismo atravessa um período de crise estrutural. Com a adoção de uma nova estratégia de acumulação e de articulações hegemônicas a ela correspondentes, como resultado do esgotamento do regime de acumulação *fordista*, para além de uma nova ordem econômica e política, de igual modo, percebe-se a criação de uma nova ordem cultural, o que expressa a solução encontrada para a recomposição e reprodução do sistema. Para este momento, constitui-se como nossa tarefa situar tal crise, com seus devidos desdobramentos, seguindo-se a esta investida um olhar mais atento e cuidadoso sobre o contraditório movimento que descreve o lazer no fluxo das modificações que caracterizam o atual momento histórico.

1. A nova (des)ordem

O objetivo central da produção e investimento capitalista aponta, necessariamente, para o crescimento, com a permanente perseguição à maximização dos lucros e acumulação de capital. Quase nada ou pouco importam as consequências políticas, sociais e ambientais decorrentes deste movimento, cujas leis envolvem a concentração e a centralização. Aos capitalistas interessa produzir sempre mais mercadorias, e que estas sejam consumidas em escala também cada vez maior e o mais rápido possível. Produzem para reproduzir. Isto quer dizer que não produzem para si e tampouco para o bem estar coletivo. Só vale a pena produzir algo para o consumo se a venda deste algo resultar no lucro esperado. Este algo, nas palavras de um representante do capital, conforme cita Harvey (2000, p. 317), pode ser qualquer coisa, de pregos, máquinas, casas, carros, tecidos, aviões, sexo, comida, ciência, música, viagens, drogas etc. “Se houvesse um mercado de armas nucleares portáteis produzidas em massa, nós também as venderíamos”, é o que diz.

Como se nota, parece não haver escrúpulos nem limites para este movimento. Todavia, os preceitos sob os quais funciona o capitalismo não são harmônicos. Ao contrário do que se possa pensar, são bastante conflitantes. Isto não só em função da luta concorrencial travada entre os diferentes agentes econômicos que se colocam em disputa no mercado, mas, sobretudo, pela permanente tensão produzida pela dominação e exploração que funda a relação de classe entre capital e trabalho. Ocorre que, para obter melhores condições de competitividade, buscando baratear o preço de suas mercadorias, obviamente que sem perda de lucratividade, o capitalista é sempre obrigado a incrementar organizacional e tecnologicamente sua empresa, diminuindo o total de capital empregado com a força de trabalho. Como explica Marx (1971b), uma dentre as maiores contradições do capitalismo localiza-se justamente aí, pois ao mesmo tempo em que o capitalista individual necessita que suas mercadorias sejam realizadoras de lucro e sejam competitivas no mercado, o que se consegue pelo acréscimo de *capital morto* em detrimento do *capital vivo* investido na sua produção, ocasionando tanto a exclusão de trabalhadores excedentes como a expulsão do mercado de capitalistas concorrentes, o sistema, no seu conjunto, tende a reproduzir a força de trabalho como mercadoria, uma vez que, regra geral, é precisamente no tempo de sobretrabalho ou *mais-valia*⁵³ que reside a “fórmula mágica” para a obtenção do tão ambicionado lucro.

Compreendida esta contradição, fica entendido o porque das crises que vêm à tona explicitando a instabilidade do modo de produção capitalista. Sob as mais variadas formas e portadoras de conteúdos diversos, as dinâmicas de crise enfrentadas pelo capital são permanentes e

⁵³ Tempo de sobretrabalho que corresponde ao excedente do tempo necessário à recomposição, sob a forma de salário, da força de trabalho empregada no processo de produção que se converte em lucro.

cíclicas, ocorrendo historicamente quando um dado modelo de acumulação e uma dada estrutura hegemônica não mais se revelam capazes de frear a tendência à queda das taxas de lucro inerente ao sistema, exigindo sua recomposição sobre uma nova base social. Nesta direção, o próprio regime *fordista* se materializou por uma série de estratégias que buscavam restabelecer a unidade entre as relações de produção, os aparelhos de hegemonia e as novas exigências de acumulação colocadas pela crise de 1914/1930. Entretanto, a implementação deste modelo já trazia em si o germe para a posterior crise de 1970/1990 (GENTILI, 1995). Conseqüentemente, novas condições tiveram de ser criadas para que o processo de acumulação pudesse se perpetuar.

O *fordismo* pode ser identificado por um conjunto de inovações técnicas combinadas a mudanças de gestão que se articulavam visando à produção em larga escala e o consumo em massa, o que se somava a uma forma de organização do trabalho baseada tecnologicamente num sistema de máquinas de caráter rígido e um modo de regulação social com a produção de normas, valores e instituições cuja atuação objetivava o controle tanto dos conflitos intercapitalistas como das tensões entre capital e trabalho. Conforme assinala Frigotto (1999), seu desenvolvimento efetivo tem impulso na crise de 1930, mas é somente no pós-2ª guerra, quando as *teses keynesianas* abrem caminho para a intervenção estatal na economia e quando, no plano da superestrutura, toma corpo a idéia do *Welfare State* – ou seja, do Estado de Bem-Estar Social –, que tal modelo veio a se consolidar como um verdadeiro modo social e cultural de vida. A periodização 1950/1973, correspondendo aquela que Hobsbawm (1995) chamou por *Era do Ouro* do desenvolvimento capitalista, caracteriza-se como um momento de espetacular crescimento da economia mundial e incrível expansão do comércio internacional. Assinala um ciclo de entre-

crises que permite um “grande salto adiante” na reestruturação e reforma do capitalismo, realizando, também, uma rápida e profunda revolução nos assuntos sociais que a história tem registro.

Apresentando-se, por um lado, como alternativa ao “capitalismo selvagem” e, por outro, ao socialismo real, o Estado do Bem-Estar dá novo fôlego ao *fordismo*, colocando em prática uma série de políticas que procuravam garantir a estabilidade do sistema. Isto se viabiliza pela construção de um inusitado pacto social em que o fundo público, através do financiamento da reprodução da força de trabalho, atingindo toda a população por meio dos gastos sociais, produziu um enorme leque de bens e serviços. Assim, por se tratarem de riquezas que não se constituíam propriamente em capital, mas que favoreciam-no indiretamente, subsidiando o chamado “bem-estar” da força de trabalho, a imensa gama destes bens e serviços públicos passa a ser vista como *antimercadorias sociais* (FRIGOTTO, 1999). Para além da previdência, do seguro-desemprego, da proteção legal ao trabalhador etc., não por caridade, mas como uma “assistência” necessária, implementam-se, naquele momento, os chamados direitos sociais de cidadania, dentre os quais o direito ao lazer.

O esgotamento do modelo *fordista* e a conseqüente exaustão do Estado intervencionista começam a se fazer sentir então logo no início da década de 1970. Os aspectos mais evidentes desta nova crise, conforme aponta Antunes (1999), explicitam-se pelos seguintes aspectos: a queda da taxa de lucro causada pelo crescimento da massa salarial; a intensificação das lutas sociais objetivando o controle social da produção; a retração do consumo diante da saturação dos mercados; a crescente autonomia do sistema financeiro frente ao capital produtivo; a intensificação da concorrência intercapitalista; a concentração de capitais acelerada pelo processo de fusões; e a crise fiscal que obriga a diminuição dos gastos

públicos. Nesta direção, as privatizações, a desregulamentação e a flexibilização, dentre tantos outros ingredientes desta nova situação, precipitam a volta às leis “naturais” de mercado. Uma série de experiências introduzidas tanto na organização industrial como na vida social e política em várias regiões do mundo dão forma aos primeiros indícios do aparecimento de um novo regime de acumulação. Contrapondo-se à rigidez do *fordismo*, apoiada na flexibilidade dos processos produtivos, do mercado, dos produtos e do consumo, a hoje denominada *acumulação flexível* marca uma nova fase do modo de produção capitalista.

A passagem para um regime de acumulação e regulação social novo, representando profundas transformações na vida social e política, coincidem, portanto, com uma grande “revolução” da base técnica do processo produtivo. A reengenharia do *just in time*⁵⁴ traz consigo as células de produção, as equipes de trabalho, a eliminação de postos, o trabalhador polivalente, o aumento da produtividade, a qualidade total, a terceirização, a empresa enxuta etc. “Trata-se de um processo de organização cuja finalidade essencial, real, é a intensificação das condições de exploração da força de trabalho” (ANTUNES, 1999, p. 53). Não coincidentemente, estas mudanças na base técnica do processo produtivo trazem severas implicações para o mundo do trabalho de um modo geral, dentre as quais, de acordo com aquilo que assinala Pochmann (1999), podemos enumerar: o declínio da participação das ocupações na indústria e a expansão do setor de serviços; a expansão do emprego com múltiplas especializações; a exigência de habilidades cada vez mais variadas como requisito para a empregabilidade; a criação de obstáculos para o desenvolvimento da solidariedade e identidade entre os trabalhadores; a crescente

⁵⁴ Constituinto-se como um dos princípios basilares da *acumulação flexível*, o *just in time* materializa-se por uma nova forma de administração industrial que visa o melhor aproveitamento possível do tempo de produção. Para saber mais, ver Antunes (1999).

instabilidade provocada pelo desemprego; a individualização do salário com sua vinculação à produtividade; a desregulamentação das leis trabalhistas; a descentralização das negociações; e o refluxo do movimento sindical.

A reestruturação e reorganização do capitalismo face à crise, buscando, a qualquer custo, assegurar os processos de maximização e acumulação, representam todo um reordenamento do mundo de trabalho em escala planetária. Deduz-se, deste quadro, que a sociedade do capital parece cada vez menos precisar do trabalho estável, realizador e bem remunerado, o que significa, na outra ponta, necessitar cada vez mais das variadas formas de trabalho precarizado, seja ele autônomo, parcial, subcontratado, domiciliar, terceirizado, informal, temporário etc. (ANTUNES, 1999). Outra coisa que muda é o próprio conteúdo do trabalho, pois este deixa, quase que em absoluto, de se materializar como um meio de realização e satisfação das necessidades pessoais e coletivas, passando a mera forma de obtenção, quando muito, da subsistência individual.

Com efeito, este novo e diferente cenário caracteriza-se ainda pelo acirramento das desigualdades no interior de uma sociedade cada vez mais dual, onde setores crescentes da população são colocados à margem dos processos econômicos, políticos e culturais de sua época. Nunca se produziu tanta exclusão com tamanha “naturalidade”. De um lado os vencedores e noutra os vencidos, os ricos e os pobres, os ganhadores e os perdedores, os *insiders* e os *outsiders*, os integrados e os marginalizados, os consumidores e os devedores etc. O que deveria causar espanto, ou pelo menos estranheza, parece não incomodar. Numa sociedade refém do mercado, cada vez mais dividida, individualista e competitiva, o que vale é

o *princípio do mérito*⁵⁵. Impingido pela ideologia *laissez faire*, da livre concorrência, tal princípio acaba por legitimar a negativa do Estado ante a garantia dos direitos sociais, uma vez que sua defesa e existência potencializam a acomodação, inibindo o esforço e a conquista individual. “Semelhante esquema questiona a noção mesma de cidadania (ou melhor, dá-lhe novo significado). Daí que, em seus discursos, neoconservadores e neoliberais tenham maior predileção pelas referências aos consumidores que aos cidadãos” (GENTILI, 1995, p. 234-235). Esta sociedade partida parece, portanto, uma sociedade sem cidadãos, pois o consumo foi estandardizado, a exclusão naturalizada e o outro tornado coisa.

Desta breve apreciação em que foram evidenciados alguns dos componentes que emprestam formato ao processo de mudanças e rupturas em andamento deve ficar claro para nós que as dinâmicas de crise do capitalismo sempre implicam desdobramentos que se fazem sentir não apenas sobre a vida econômica, mas, também, sobre o desenho das forças políticas, sobre a legislação e as relações jurídicas, sobre a produção e manifestação de diferentes culturas, sobre a natureza e sobre todos os domínios da existência humana. Exemplo disto é que já no contexto da crise dos anos 1914/1930, as modificações introduzidas pelo *fordismo* reclamavam uma nova organização social, pois a racionalização advinda daquele modelo trazia consigo a exigência de um novo tipo de trabalhador e, por conseguinte, de um novo homem, pois as consequências da aplicação de “novos métodos de trabalho estão indissolavelmente ligados a um determinado modo de viver, de pensar e de sentir a vida; não é possível obter êxito num campo sem obter resultados tangíveis no outro”

⁵⁵ Ao se valerem do *princípio do mérito*, os neoliberais argumentam que os antigos modelos de organização premiavam os ineficientes. Já hoje, como alerta L. Vuolo, citado por Gentili (1995, p. 234), “os novos, ao aumentar a dependência de cada um do valor de troca no mercado de sua capacidade individual, farão com que as retribuições sejam de acordo com sua maior ou menor eficiência como participante do sistema no trabalho social”.

(GRAMSCI, 1976, p. 396). Estamos falando, portanto, de uma investida que exprime o realinhamento entre uma dada estrutura sócio-econômica e uma determinada superestrutura político-ideológica, cobrando, para aquele momento, grande habilidade por parte dos grupos dirigentes do sistema hegemônico em questão.

Certamente, o conjunto das transformações que ocorrem hoje, aqui já enunciadas, como a reestruturação produtiva, o caráter estruturalmente dualizado da sociedade e o fim do Estado de Bem-Estar Social, materializando-se através de uma série de intervenções que se dão tanto no plano material como simbólico, representam as estratégias levadas a cabo pelos grupos dominantes⁵⁶ como resposta à crise instaurada a partir do início da década de 1970. Estes fatores pré-configuram o retrato de um novo modo de regulação, qual seja: o *pós-fordismo*. A rigor, a construção desta nova ordem não significa outra coisa senão a instituição de uma “nova desordem”. Trata-se de um modelo em que setores de grande riqueza contrastam com uma imensa massa de miseráveis, atacados em seus direitos mais essenciais. Isto, por não gerarem lucro, hodiernamente, a medida de todas as coisas, inclusive as pessoas. Vale então destacar, parafraseando Mészáros (2002), que uma reestruturação na economia corresponde, em outros termos, a uma reestruturação na sociedade, de cima a baixo. Em que pese toda a perversidade deste processo, atualmente, é o que estamos testemunhando.

Cabe dizer que muitas perguntas ainda pairam sobre esta breve exposição. Em se tratando de uma apresentação bastante panorâmica, cujos objetivos se concentraram tão somente na tentativa de melhor situar

⁵⁶ Os neoliberais constituem a expressão histórica dominante do grupo que luta pela construção de uma nova ordem. Entretanto, ao combinarem à visão de um Estado mínimo, guiado pelo livre mercado, à visão de um Estado forte no que diz respeito à vigilância e garantia da estabilidade política e ideológica do sistema, aliando-se aos neoconservadores, acabam por ter potenciados os mecanismos necessários ao cumprimento de seus propósitos (GENTILI, 1995).

nosso interlocutor diante deste debate, optamos por não verticalizar nossa análise. Procuramos apenas explicitar a natureza estrutural do atual momento de crise, pontuando alguns de seus antecedentes e principais desdobramentos a fim de evidenciar a transição pela qual estamos passando. Enfim, se muda a economia, se muda a política e se muda a cultura, muda também o lazer. Doravante, percorrendo cada um destes planos, ao passo que retomaremos alguns dos pontos já levantados, interessa-nos apanhar os nexos que imputam ao lazer sua subsunção à forma mercadoria, o que será feito a partir do exame daqueles fatores que julgamos essenciais à compreensão deste fenômeno, quais sejam:

- o aumento da taxa de exploração do trabalho, dada pelo prolongamento da jornada e a intensificação do trabalho, com a diminuição, fragmentação e flexibilização do tempo livre, na esfera econômica;
- a taxa de utilização decrescente no capitalismo, com a necessidade de aceleração do tempo de giro do capital e aumento da produção de descartáveis, ainda no palco da economia;
- o ataque aos direitos sociais, com a prevalência do princípio do mérito em face do fim do Estado do Bem-Estar e avanço das teses neoliberais, no terreno da política; e
- a relativização do luxo e da necessidade, dada pelo relaxamento do proibicionismo, pelo crescente apelo ao consumo e pela constante redefinição dos chamados estilos de vida, o que se verifica no plano da cultura.

2. O presente do trabalho

A despeito da tese de que graças ao progresso tecnológico o tempo livre da população em geral tem aumentado em função da produção crescente de bens e serviços com o aporte cada vez menor de trabalho humano, e que por isso, na *sociedade pós-industrial*, o trabalho não mais representa a categoria central que explica o universo da práxis social,⁵⁷ as mudanças que estão afetando o mundo do trabalho parecem apontar numa outra direção. O otimismo expresso pela idéia de que os problemas decorrentes de um desenvolvimento econômico acelerado – isto é, o desemprego, o subemprego, a exclusão etc. – seriam o resultado de uma sociedade com duas velocidades, quando as pessoas estariam ainda inadaptadas para a valorização do tempo livre e exercício do *ócio ativo*, o que, segundo De Masi (1999), corresponde à ideação, à introspecção e à invenção tão peculiares ao *trabalho criativo*, contrasta com o papel que a reorganização do trabalho vem cumprindo no concreto real do mundo globalizado.

Cabe reconhecer, portanto, que o trabalho precarizado, bem como as atividades informais, estão desempenhando uma importante função na economia contemporânea, mesmo nos países ricos. No Brasil, em consequência da posição periférica que ocupa no mapa da divisão internacional do trabalho, tal fenômeno revela-se de modo ainda mais exasperado. Conforme dados levantadas por Pochmann (2001), embora não existam estratos sociais imunes ao desemprego, as pessoas com menor grau de escolaridade, jovens, do sexo masculino, não-brancas e que buscam o primeiro emprego são aquelas que menos sofrem com o problema. Em outras palavras, se você possui boa instrução, idade mais

⁵⁷ Nesta linha, ganham notoriedade no *campo do lazer* no Brasil as teses de De Masi (1999, 2000, 2001). Todavia, faz-se importante lembrar que posições muito próximas a esta podem também ser encontradas já em Dumazedier (1994).

avançada e procura uma recolocação no mercado, não estranhe se sua condição de desempregado qualificado perdurar por mais algum tempo, pois nestas terras suas chances de arrumar prontamente um emprego cujas habilidades envolvam a livre criação e a capacidade inventiva são bastante reduzidas.

Enquanto isso, fazendo coro à propalada *economia do ócio*, os especialistas em recursos humanos não se cansam em oferecer seus conselhos. Ensinam como sobreviver num mundo de empregos escassos e enfrentar as mudanças do mercado de trabalho. Dentre outras peripécias, sugerem que tenhamos todas as “armas” à mão, aprendendo línguas e se familiarizando com informática. Diploma universitário é necessário, admitem, mas numa realidade em que nunca foi tão importante vender a própria imagem, vestir-se bem também é fundamental, é o que avaliam os *personal-styles*. Para terminar, não se deixe acomodar, aconselham. Considere sua carreira um projeto pessoal, advertem. Mantenha-se bem informado, faça cursos, conheça outros países e invista na sua própria formação, recomendam.⁵⁸ Mas o que dizer diante de tudo isso quando números da OIT de 1999, citados por Antunes (1999), já indicavam para mais de 1 bilhão de pessoas desempregadas ou subempregadas, algo próximo da terça parte do total da força de trabalho. Fica parecendo que a questão do emprego não é tema para sociólogos, economistas ou cientistas políticos, tampouco assunto de governo, mas, antes de tudo, um problema particular do indivíduo.

Acontece que, em virtude das tendências mais gerais do capitalismo, com o forte aumento da competição, “os patrões tiraram

⁵⁸ Dentre outras, estas indicações foram extraídas da reportagem “O que está havendo com seu emprego”, veiculada pela revista *Veja*, em 7/2/1996. Na mesma matéria, que abre o debate sobre o desemprego no Brasil do Real, dentre aquelas profissões consideradas em alta no mercado, o especialista em lazer e turismo aparece em posição de destaque, talvez pela precariedade dos contratos a que estão submetidos a maioria destes profissionais, problema que abordaremos mais adiante.

proveito do enfraquecimento do poder sindical e da grande quantidade de mão-de-obra excedente para impor regimes de trabalhos mais flexíveis” (HARVEY, 2000, p. 143).⁵⁹ Esta flexibilização das relações de trabalho – diga-se de passagem, perda de direitos –, fruto da mudança qualitativa da base técnica do processo produtivo, engloba e afeta mais de perto os empregados parciais, os casuais, os temporários, os terceirizados, os comissionados, enfim, todos os subcontratados que, submetidos a condições precárias, muito cobrados em sua produtividade e sem contar com o maior amparo legal, amargam com a instabilidade e a insegurança. Enquanto isso, na outra ponta, a estabilidade no emprego está restrita a uma parcela cada vez mais reduzida de trabalhadores de grandes empresas.

Ao mesmo tempo em que se exige uma elevada qualificação e capacidade de abstração para um grupo de trabalhadores estáveis (mas não de todo) cuja exigência é cada vez mais supervisionar o sistema de máquinas informatizadas (inteligentes!) e a capacidade de resolver, rapidamente, problemas, para a grande massa de temporários, trabalhadores precarizados ou, simplesmente, para o excedente de mão-de-obra, a questão da qualificação [...] não se coloca como um problema para o mercado (FRIGOTTO, 1999, p. 77).

Não obstante a toda inovação tecnológica, com os processos de automação alçados ao incremento da robótica e da microeletrônica, o que poderia resultar numa real redução do tempo de trabalho e aumento do tempo livre, o que assistimos, em escala planetária, é o orquestrar de uma

⁵⁹ Segundo dados do DIEESE (2002), a taxa de desemprego medida de 1990 a 1998, com exceção ao que se verificou no Estados Unidos (- 1,1%) e na Inglaterra (- 0,8%), que oscilou negativamente, em vários outros países aumentou. No Canadá (+ 0,3%) e em Portugal (+ 0,5%) a variação foi pequena, mas no Japão (+ 2,0%), na Suíça (+ 2,2%), na Espanha (+ 2,5%), na França (+ 2,7%), na Itália (+ 3,2%), na Alemanha (+ 4,6%), no Brasil (+ 4,7%), na Suécia (+ 6,6%) e na Argentina (+ 7,2%) os números apontam para um contingente de mão-de-obra excedente em franca expansão. Obs.: Para Brasil e Argentina a variação percentual obtida corresponde ao período de 1990 a 1999.

ação destrutiva que corrói a quase totalidade da força humana que trabalha. Diante da crise do *fordismo*, a desvalorização da mão-de-obra revelou-se como que uma saída “natural” do capital para impedir a queda das taxas de lucro. Assim, na balada do “cada um por si” do mercado flexibilizado, o enorme fosso das desigualdades mantém apartadas as “sub-classes” dos mal-pagos, excluídos e sem-poder. Estão decididamente afastados dos postos de trabalho com alta ou média remuneração e de caráter qualitativamente superior, oportunidade circunscrita apenas para aqueles que pertencem à nova *aristocracia do trabalho* (HARVEY, 2000), aquela que, para atualizar T. Veblen⁶⁰, poderia também ser chamada por *classe ócio-criativa*.

Com efeito, a reestruturação do mercado de trabalho tem provocado o revigoramento de antigas formas e sistemas de produção, tendência que pode ser explicada pelo processo de recombinação das duas estratégias básicas de busca do lucro assinaladas por Marx (1971a). De uma parte, o prolongamento das horas de trabalho e a queda no valor das remunerações potencializam a extração da chamada *mais-valia absoluta*. De outra, o corte de empregos e dos custos do trabalho decorrente da reorganização da produção, somado à inovação tecnológica, converte a grandeza extensiva em grandeza intensiva, com a maximização da exploração da *mais-valia relativa*.⁶¹ No que se refere à primeira estratégia, o aumento do excedente da força de trabalho vem tornando sua utilização cada vez mais fácil, inclusive nos países capitalistas mais centrais. É o retorno da superexploração.

⁶⁰ Estamos nos reportando à definição *classe ociosa*, cunhada por Veblen (1985) para se referir ao seletivo grupo das pessoas que podiam gozar do poder, do prestígio e da riqueza exibidos pelo consumo conspicuo e pela vida de façanhas levada na sociedade estadunidense do século XIX.

⁶¹ Para um melhor entendimento do significado e do lugar que ocupam as categorias *mais-valia absoluta* e *mais-valia relativa* na teoria marxiana, especialmente para a compreensão do processo de produção do capital, consultar Marx (1971a, especialmente as partes 3^a, 4^a e 5^a).

Somente a título de exemplo: até o Japão e seu modelo *toyotista*, que introduziu o “emprego vitalício” para cerca de 25% de sua classe trabalhadora, vem procurando extinguir esta forma de vínculo empregatício, para adequar-se à competição que reemerge do Ocidente “toyotizado”. Dentre as medidas propostas para o enfrentamento da crise japonesa encontram-se ainda aquela formulada pelo seu capital, que pretende ampliar tanto a jornada diária de trabalho de 8 para 9 horas quanto a jornada semanal de 48 para 52 horas. Podemos mencionar também o exemplo da Indonésia, onde as mulheres trabalhadoras da multinacional Nike ganhavam 38 dólares por mês, realizando uma longa jornada de trabalho. Em Bangladesh, as empresas Wal-Mart, K-Mart e Sears utilizaram-se do trabalho feminino na confecção de roupas, com jornadas de trabalho de cerca de 60 horas por semana e salários inferiores a 30 dólares por mês (ANTUNES, 1999, p. 16).

Todos os limites naturais, legais e morais de nossa época que servem de empecilho ao impulso imanente da produção capitalista em apropriar-se do trabalho de outrem durante as 24 horas do dia, na maior intensidade possível, parecem esmaecer. No embate atual entre capital e trabalho em torno do uso do tempo, aos olhos do trabalhador, o dia parece ficar mais longo e o ritmo do relógio mais acelerado. E se, como relembra Thompson (1998, p. 294), passo a passo, “a primeira geração de trabalhadores nas fábricas aprendeu com seus mestres a importância do tempo; a segunda geração formou os seus comitês em prol de menos tempo de trabalho no movimento pela jornada de dez horas; [e a] terceira geração fez greves pelas horas extras”; hoje em dia, o espectro do desemprego vem ensinando a quarta geração a ceder, trabalhando mais por menos dinheiro.

Não se pode questionar o fato de que o reconhecimento oficial do direito ao tempo livre representa, antes de tudo, uma conquista social e

histórica dos trabalhadores.⁶² Como consequência de uma luta secular travada contra os proprietários do capital, eles conseguiram arrancar junto ao Estado inúmeras disposições que fixaram o período, os limites e os intervalos da jornada normal de trabalho. Contudo, o que se coloca para o momento é que este direito está sob ameaça, correndo o risco da flexibilização.⁶³ Com a reestruturação produtiva e a mudança das relações de trabalho, diante da enorme sobrecarga a que vem sendo submetida a população trabalhadora, o prejuízo causado ao seu já combalido tempo livre, seja em quantidade ou qualidade, é mais do que evidente.

De qualquer modo, vale aqui rememorar alguns episódios recentes:

- Em São Bernardo do Campo-SP, a Ford, empresa multinacional do setor automobilístico cuja sede nos Estados Unidos serviu de berço para o *fordismo*, com o argumento de querer evitar possíveis demissões, instituiu a jornada flexível, estipulando um limite mínimo de 38 horas, e máximo, de 44 horas para o conjunto de seus funcionários, variação calculada em cima da jornada base de 42 horas semanais de trabalho. Como resultado, tanto o tempo livre *do final do dia* como o *do fim de semana* encurtam numa determinada época e se expandem noutra, a depender do ritmo da produção. Talvez por este motivo, a proposta sugerida pela empresa de ampliação da flexibilidade da jornada para uma faixa de 36 a 46

⁶² Para a compreensão da luta em torno da definição da jornada normal de trabalho, ver Marx (1971a, especialmente capítulo 8). Em outro estudo, ao nos determos sobre as relações entre trabalho e lazer, pudemos salientar nosso entendimento do tempo livre como uma conquista social e histórica dos trabalhadores. Ver Mascarenhas (2000).

⁶³ Assim como em outros países tomadores de empréstimos, por imposição do Banco Mundial, já se avizinha no Brasil uma grande reforma jurídico-trabalhista. Ante a proposta de flexibilização da CLT, conquistas como aposentadoria, férias, 13º salário, adicional por trabalho noturno, remuneração da hora extra superior a 50% da hora normal de trabalho, FGTS, o salário-família, adicionais de remuneração para atividades penosas, insalubres ou perigosas, licença à gestante, licença-paternidade etc, ficam sob ameaça.

horas tenha sido rechaçada pelos metalúrgicos. Preferiram continuar decidindo, com o mínimo de autonomia possível, sobre quando e em que quantidades vão poder desfrutar de suas horas livres;⁶⁴

- A Volkswagen fez diferente. Inicialmente, instituiu o *fundo de tempo livre*, um complicado mecanismo pelo qual, a pretexto de investir no futuro do lazer de seus funcionários, conseguiu reduzir a folha de pagamentos do presente. O trabalhador poderia investir no fundo, sob a forma de poupança, parte do seu salário, as férias ou o pagamento de horas extras, para recuperar o valor aplicado, acrescido de juros, em *ações de tempo livre*, a serem resgatadas, mais tarde, por unidades de tempo que lhe permitiriam a antecipação da aposentadoria;⁶⁵
- Não satisfeita, a mesma VW do Brasil foi ainda mais longe. Depois de demitir 3.075 trabalhadores por carta, num inusitado acordo negociado na Alemanha com representantes do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, acabou voltando atrás. Ao invés das demissões, optou pela redução da jornada e a diminuição dos salários pagos aos seus empregados em 15%. Além disso, criou um PDV para atingir 700 pessoas, terceirizou outras 500, transferiu 1400 do setor de logística para a manufatura, instituiu um *banco de horas*, para que parte das horas extras seja paga com *folga de segunda-feira*, e diminuiu o piso salarial para novos contratados,

⁶⁴ Informações contidas na matéria “Metalúrgicos da Ford não votam proposta”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 3/3/1998.

⁶⁵ Notícia do jornal *Folha de São Paulo*, intitulada “VW cria fundo de tempo livre”, veiculada em 3/3/1998.

também em 15%, mas sem a contrapartida da diminuição da jornada;⁶⁶

- Na esteira da flexibilização, ainda em São Bernardo do Campo-SP, a direção da fábrica de caminhões da Scania aproveitou o embalo e propôs o corte de 20% dos salários diminuição da jornada de 40 para 36 horas para evitar a dispensa de 400 dos seus 2.300 funcionários. E não ficou só nisso, sugeriu a igual criação de um *banco de horas*, o parcelamento do 13º salário e das férias em até 12 parcelas, além de não conceder o reajuste salarial de 8,16% previsto em convenção;⁶⁷ e
- Já em outra cidade do ABC paulista, São Caetano do Sul, mais uma montadora, agora a General Motors, alegando ter de reduzir o gasto com a folha de pagamentos para garantir a competitividade da fábrica, demitiu 808 funcionários. Como condição para a suspensão de tal medida, também propôs aos trabalhadores a redução da jornada e dos salários em 25%, implementando o esquema de três semanas de trabalho e uma de folga para quatro grupos de 350 empregados. Para outros 700 funcionários, adotou o sistema de *lay-off*, com corte de 20% dos salários, oferecendo a contrapartida da participação nos lucros e resultados da empresa.⁶⁸

A diminuição da jornada tem sido o pivô de uma das mais importantes lutas travadas no mundo do trabalho, constituindo-se como a principal reivindicação dos trabalhadores contra a extração de

⁶⁶ Dados extraídos da reportagem “Pacote da Volkswagen”, do Jornal *Folha de São Paulo*, de 20/11/2001.

⁶⁷ Informações contidas na matéria “Funcionários da Scania entram em alerta”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 25/11/2001.

⁶⁸ Dados obtidos a partir da reportagem “GM aceita negociar e reduzir demissões”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 20/7/2002.

sobretalho realizada pelo capital (ANTUNES, 1999). Nestes casos, porém, a diminuição da jornada não implica, necessariamente, aumento do tempo livre. Isto porque a redução formal do horário de trabalho pode significar, ao contrário, um aumento do tempo de trabalho despendido no mesmo período. Nesse sentido, “o tempo de trabalho é medido agora de duas maneiras, segundo sua extensão, sua duração, e segundo seu grau de condensação, sua intensidade” (MARX, 1971a, p. 467), pois com a aplicação de novas tecnologias e a preparação de trabalhadores a ela ajustados, aumenta sua velocidade e, em consequência, a magnitude das exigências requerida à força de trabalho.

Um trabalhador contemporâneo, cuja atividade seja altamente complexa e que cumpra um horário de sete horas por dia, trabalha muito mais tempo real do que alguém de outra época, que estivesse sujeito a um horário de quatorze horas diárias, mas cujo trabalho tinha um baixo grau de complexidade. A redução formal de horário, corresponde a um aumento real do tempo de trabalho despendido durante este período (J. Bernardo apud ANTUNES, 1999, p. 175).

Perde-se em duração, mas ganha-se em eficácia. E uma vez potenciada a capacidade de trabalho envolvida na produção, aumenta também a lucratividade. Prova incontestemente disto é que a produtividade da indústria vem crescendo. Um bom exemplo é justamente o da indústria brasileira. Somente no período de 1995 a 1997, os valores que cada trabalhador do setor produziu em um ano subiu de 61.000 para 73.000 reais, oscilando para mais em quase 20%.⁶⁹ Enquanto isso, na repartição do PIB,⁷⁰ ao passo que, em 1992, 44% do montante das riquezas

⁶⁹ Valores obtidos a partir do “Anuário dos trabalhadores 2000-2001”, publicado pelo DIEESE, no ano de 2002, correspondentes ao total da receita líquida da indústria, subtraído o custo da matéria prima, dividida pelo número de empregados na produção.

⁷⁰ A taxa do PIB de um país corresponde ao valor total de bens e serviços finais nele produzidos durante um determinado período.

produzidas no país foram destinadas ao trabalho, através do gasto com a remuneração de empregados, e 38% com o capital, a título de excedente; em 1998, a situação já se inverte, quando as taxas de lucro, antes em declínio, dão claros sinais de revitalização, com o capital passando a abocanhar 44% do valor total contra 36% dos trabalhadores.⁷¹ Apesar de a produção industrial ter crescido, o par representado pela reestruturação e flexibilização tem apontado, deste modo, para a uma menor participação ainda do trabalho na lógica distributiva de nossas riquezas, o que se reflete não só no problema do desemprego, mas, ao mesmo tempo, na corrosão dos salários, no empobrecimento geral da população trabalhadora e no aumento das desigualdades e injustiças sociais.

Dentre todas estas transformações, outro aspecto importante ser destacado é que a recombinação das estratégias de busca de lucro operadas pelo capital, hora pela extração de *mais-valia absoluta*, hora pela extração de *mais-valia relativa*, pode encarnar as mais variadas formas, alcançando volumes muito diferentes, a depender da multiplicidade dos intervenientes geopolíticos dados pela divisão internacional do trabalho. Neste sentido, se a média quantitativa de horas semanais de trabalho cresce em alguns países, como é o caso da Argentina, de 43,7 horas em 1992 para 46,7 em 1998; do Canadá, de 38,3 para 38,6; da Espanha, de 36,3 para 37,1; do Chile, de 43,6 para 43,7; dos Estados Unidos, de 41,0 para 41,7; do México, de 45,0 para 46,0; e da Inglaterra, de 41,5 para 41,8; em outros cai, como na Alemanha, de 38,9 para 37,5; e em Singapura, de 48,7 para 48,4; e noutros permanece a mesma, como é o

⁷¹ Dados também extraídos do “Anuário dos trabalhadores 2000-2001”, do DIEESE. No que se refere ao total da repartição do PIB, para além dos percentuais auferidos ao trabalho e ao capital, sem grandes oscilações, o restante se dividiu entre o rendimento dos autônomos (6%) e o fundo público (12%-14%).

caso da Suíça, estacionada em 41,4; e do Brasil, em 42,0 horas.⁷² Mas ainda assim, em escala mundial, ao contrário do que se ventila, não há qualquer sinal mais expressivo que indique para um movimento uniforme de aumento geral do tempo livre.

Entretanto, um exemplo que chama bastante atenção é o da França, país onde, desde 1998, em substituição à jornada formal de trabalho de 39 horas, foi introduzida a semana de 35 horas. É bom dizer que a esta lei se aplica somente a metade dos 26,6 milhões dos trabalhadores franceses e que, apesar de muitos anunciarem tal medida como o prelúdio da *civilização do tempo livre*, os sindicatos têm reclamado da redução de intervalos e das exigências quanto a uma maior produtividade.⁷³ Ao que parece, apesar do peso e da importância social deste gesto político, é que a introdução da nova jornada na França contribuiu muito mais para a moderação salarial do que propriamente para o bem estar da população trabalhadora, pois o estímulo que se verificou para a criação de empregos foi muito pouco significativo, ao passo que os salários foram reduzidos ou congelados para compensar os efeitos das horas a mais que os franceses, de maneira suposta, passaram a dispor fora do ambiente de trabalho.⁷⁴

Agora, se na França a dupla jornada, os denominados “bicos” e as horas extras, prolongando o tempo normal de trabalho, configuram-se aqui apenas como uma suposição, no Brasil, antes mesmo de qualquer anúncio de redução da jornada, isto já acontece na prática. O caso mais

⁷² Números mais uma vez obtidos a partir do “Anuário dos trabalhadores 2000-2001”, do DIEESE.

⁷³ Ao tecer análise sobre o processo de produção do tipo *toyotista*, e de sua correspondente ocidentalização, Antunes (1999), citando S. Kamata, adverte que todo o tempo livre dos trabalhadores, até mesmo aquele que vigora durante as horas de trabalho, tem sido usurpado pelo capital. Sob a lógica do *just in time*, todo e qualquer intervalo é visto como desperdício. Todo o tempo, até o último segundo, é consagrado à produção.

⁷⁴ Informações retiradas da reportagem “Jornada de 35 horas amplia lazer na França”, veiculada pelo jornal *Folha de S. Paulo*, de 9/9/2001.

emblemático é o da região metropolitana de São Paulo, onde o percentual de assalariados que trabalhavam mais do que a jornada legal de 44 horas semanais subiu dos 36,1% verificados em 1990 para os 42,4% registrados em 1999,⁷⁵ o que ilustra muito bem a tendência de diminuição do tempo livre em nosso país. Embora a média geral semanal de trabalho no Brasil tenha sido registrada como estacionária, na órbita das 42,0 horas, estamos chegando perto de uma situação em que quase a metade dos brasileiros está trabalhando bem acima daquilo que a ordem legal estipula.⁷⁶ Portanto, por de trás da média, que já indica, em vários países, para o aumento das horas de trabalho, esconde-se uma enorme população de superexplorados, trabalhando por um tempo ainda maior e em troca de muito pouco dinheiro.

Como se não bastasse, ao passo que se multiplicam as ocupações do chamado mercado de trabalho informal,⁷⁷ aquele que não tem existência oficial e abarca desde o vendedor ambulante até os trabalhadores por conta própria e das “fábricas” de fundo de quintal que se espalham por todo o país, em pleno século XXI, ainda se pode constatar a existência de inúmeros focos de trabalho escravo no Brasil,⁷⁸ e aí não dá para se falar em tempo livre, muito menos em lazer. Soma-se a isso a exploração do trabalho feminino, do *tele-trabalho*, do trabalho *part-time*, do

⁷⁵ Dados extraídos do “Anuário dos trabalhadores 2000-2001”, publicado pelo DIEESE, em 2002.

⁷⁶ No Brasil, a última redução da jornada normal de trabalho data da promulgação da Constituição, em 1988. Em substituição à antiga jornada de 48 horas, através do Art. 7º inciso XIII da Constituição brasileira, ficou definida a “duração do trabalho normal não superior a oito horas diárias e quarenta e quatro semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho” (BRASIL, 1988, p. 12).

⁷⁷ Conforme números do IBGE, publicados pela revista *Veja*, de 18/10/2000, em reportagem intitulada “O drama silencioso dos sem-carteira”, dos 69 milhões de brasileiros que trabalhavam naquela data, 60%, ou seja, 41 milhões, estavam no mercado informal, completamente desassistidos pela legislação social. Na década de 80, os informais não ultrapassavam 40% da população ativa.

⁷⁸ Segundo números do DIEESE (2002), somente de 1991 a 1997, foram flagrados 159 casos de escravidão no Brasil, com 95.864 pessoas libertadas.

trabalho em casa, do trabalho terceirizado ou do trabalho temporário, isto sem contar o trabalho infantil.⁷⁹ Lado a lado, sistemas alternativos de contratação disponibilizam para a livre escolha dos empreendedores capitalistas um imenso exército de trabalhadores isolados (HARVEY, 2000). No mesmo palco social, antigas e novas formas de trabalho, misturadas ao discurso da flexibilidade, conferem forma à expressão contemporânea do trabalho, para a grande maioria, cada vez mais precarizado.

Assim sendo, de São Bernardo do Campo-SP a Paris, na França, o padrão de acumulação flexível e a economia internacional globalizada, apesar de sua notável capacidade produtiva, fundam uma nova realidade, a de um mundo novo de subempregados e desprotegidos. Somente entre 1979 e 1992, as 500 maiores empresas do mundo mandaram embora 4,4 milhões de seus funcionários. Dentre os que sobraram, só 10% mantiveram empregos de expediente integral. Os demais trabalham em meio expediente, têm contratos temporários ou são prestadores de serviço. Nos Estados Unidos, 34 milhões de trabalhadores são autônomos contratados por projeto, por hora ou por temporadas.⁸⁰ Em diferentes proporções e em quase todo o planeta, os efeitos da reestruturação produtiva fazem-se sentir na forma, no conteúdo e nas relações de trabalho, e não é por outro motivo senão o de adaptar o trabalho ao mercado, jamais de valorizar o trabalhador, que todas estas transformações acontecem.

⁷⁹ Também conforme dados do DIEESE (2002), do total de quase 17 milhões de crianças de 10 a 14 anos no Brasil, aproximadamente 3 milhões estavam trabalhando no ano de 1999. Em estudo anterior, abordamos a relação entre o trabalho e o lazer na vida de crianças trabalhadoras, sobretudo daquelas em situação de risco pessoal e social. Ver Mascarenhas (2003, especialmente capítulo 3).

⁸⁰ Informações obtidas a partir da matéria “O que está havendo com o seu emprego”, publicada pela revista *Veja*, em 7/2/1996.

Neste contexto, como mais uma dentre as várias mutações que se processam, o estratagema do *trabalho por peça*, forma pretérita de estruturação do trabalho, analisada por Marx (1973), reaparece com grande vigor. Diferentemente do assalariamento convencional estipulado por tempo, com valor negociado e estabelecido em convenção coletiva,⁸¹ a remuneração dos *trabalhadores por peça* varia conforme sua capacidade individual de produção. Predetermina-se, desta maneira, o tempo de trabalho necessário para a produção de cada mercadoria ou serviço, bem como o de seus preços. Assim, sob essa forma de serviço, ao trabalhador interessa produzir de modo o mais acelerado e intensivo possível, habitualmente prolongando sua jornada durante a noite e adentrando os finais de semana, facilitando ao capitalista majorar sua exploração. Mas apesar disto, o trabalhador se sente mais livre, uma vez que agora, aparentemente independente e autônomo, não precisa mais se submeter a um sistema estranho e opressor que organiza seu tempo de trabalho e seu tempo de vida a revelia de sua vontade.

Ele se sente como um cidadão que trabalha no seu próprio local de produção, sem ninguém para vigia-lo ou lhe dar ordens. Ele se sente patrão de si mesmo, dono de seu próprio negócio. Sente-se proprietário. Igualmente livre, porque é ele quem organiza o processo de trabalho e estabelece, por iniciativa própria, a duração de sua jornada de trabalho. E mais: na condição de vendedor de “trabalho objetivado”, sente-se um verdadeiro comerciante, parceiro de seus antigos empregadores (TEIXEIRA, 1998, p. 72).

Estamos, portanto, ante a seguinte situação: de um lado, sob uma forma de organização do trabalho baseada no fornecimento de mercadorias, os trabalhadores, agora metamorfoseados em produtores

⁸¹ A convenção coletiva é o termo resultante de um processo de negociação firmado entre um ou mais sindicatos representativos dos trabalhadores com um ou mais entidades patronais.

independentes, dominados pelo sentimento de liberdade, propriedade e autocontrole de si mesmos, não mais se defrontam com o capitalista como representantes de interesses antagônicos, ou seja, representantes de classe, mas como simples comerciantes, isto é, como vendedores de um trabalho já materializado; de outro, para os empregados formais, o ecletismo das práticas contratuais de trabalho mistura, dilata, encolhe, derruba, muda, corta e transfigura tudo o que antes era sólido, certo e direito. É o capitalismo tentando se libertar das amarras que obstruem seu completo domínio sobre o tempo de toda a sociedade.

Mas a despeito de todo esse processo de exacerbação das estratégias de extração de sobretrabalho e procura de lucro, os conceitos de *ócio criativo*, de *sociedade pós-industrial*, de *sociedade do conhecimento*, de *civilização do lazer*, de *fim do trabalho*, de *adeus ao proletariado*, de *cognitariado* etc., dão a entender e insistem que a estrutura de exploração capitalista foi superada, entretanto, como bem adverte Frigotto (1995), sem que se tenham sido superadas as próprias relações capitalistas. Vale dizer, portanto, que o desenvolvimento das forças produtivas, neste estágio do capitalismo, não tem redundado na melhoria das condições de vida e bem-estar geral da população, muito menos na criação de um tempo livre como possibilidade efetiva de humanização e emancipação, com o atendimento multilateral das necessidades físicas e intelectuais do indivíduo. Ao contrário, conforme lembra Antunes (1999), as condições de desefetivação, de desrealização, de brutalização e de sofrimento a que está submetida a *classe-que-vive-do-trabalho*⁸² são ainda maiores do que aquelas antes vivenciadas.

⁸² A expressão *classe-que-vive-do-trabalho*, cunhada por Antunes (1999), procura dar validade contemporânea à noção de classe trabalhadora, englobando todos aqueles que vendem sua força de trabalho. Incorpora desde o proletariado industrial, os trabalhadores rurais, os assalariados sem carteira, os trabalhadores por conta própria, os prestadores de serviços etc., até os desempregados, excluindo-se os gestores e altos funcionários de grandes empresas, os detentores de capital que vivem da especulação e dos juros, os pequenos empresários e a pequena burguesia proprietária.

Deste modo, as respostas produzidas para crise experimentada pelo capital têm levado as pessoas a trabalharem cada vez mais, sendo responsável, portanto, por um “nítido processo de intensificação do trabalho, com o conseqüente aumento da insegurança no emprego, do *stress* e das doenças decorrentes da atividade laborativa” (ANTUNES, 1999, p. 72). Não sem propósito, ao passo que tentam colar à imagem do capitalismo alguns traços de humanidade, no contexto da denominada “empresa cidadã”, multiplicam-se os ditos programas de lazer e qualidade de vida, implementados durante o próprio expediente de trabalho como medida de precaução e combate ao *stress*⁸³. Com a alegação de suavizar o cansaço imposto pelas rotinas do trabalho, das *férias fragmentadas*⁸⁴ à *ginástica laboral*⁸⁵, os gestores do capital se apressam por apresentar as suas armas. Sim, doenças como a LER, a DORT, a depressão⁸⁶ etc., constituem um sério problema para a humanidade, e por isso reclamam nossa atenção. Contudo, a responsabilidade por tais enfermidades tem geralmente recaído sobre o indivíduo que, para enfrentar os desafios desta

⁸³ Como lembra Inácio (1999), *stress* foi o estrangeirismo encontrado para substituir nominalmente o sofrimento, a frustração, a insatisfação, a ansiedade e o medo provocados pelas novas formas de gerenciamento e organização do trabalho, com seus ritmos e processos cada vez mais intensificados. Para saber mais sobre as doenças do trabalho, ver Dejours (1992).

⁸⁴ Constam na reportagem “Guia para usar 20 minutos de férias”, publicada na revista *Veja*, de 9/5/2001, as seguintes dicas e argumentos para nos convencer das vantagens das férias fragmentadas, em substituição às tradicionais férias de 30 dias: podemos dominar a arte de cochilar, adotar uma planta, virar o “rei dos passatempos”, ser grandes apreciadores de comidas rápidas, viajar o mundo pela *internet*, criar nossos próprios jogos de caça-palavras e adquirir o hábito da escrita em companhia do nosso “querido diário”.

⁸⁵ A matéria “Empresas incentivam as folgas durante expediente”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 16/12/2001, apresenta algumas corporações que já tomaram a iniciativa de dar uma “folga” aos seus funcionários através da oferta da *ginástica laboral*. Podemos dizer que a *ginástica laboral* surge como uma proposta que se adequa muito bem às finalidades do capital, ocupando os intervalos de trabalho e convertendo-os em ganho de produtividade, uma vez que se preocupa em melhor condicionar a aptidão física do trabalhador, potencializando sua capacidade produtiva, conforme Sousa (2002), apresentando-se como uma nova tecnologia de organização do trabalho.

⁸⁶ Preocupada com a vida produtiva dos trabalhadores, a OMS aponta a depressão grave como a principal causa de incapacidade do planeta. Segundo pesquisa realizada pela OMS constante da matéria “Sem medo de enfrentar a dor”, do jornal *O Popular*, de 6/7/2004, os transtornos psíquicos respondem por 31% de anos de vida saudável perdidos por incapacidade, sendo que a depressão é, sozinha, responsável por 12% dessas perdas.

época, sem poder questionar as condições de trabalho a que está sujeito, vê-se frequentemente estimulado a otimizar seus poucos momentos de lazer.⁸⁷

Conforme esta mesma lógica, talvez por estarmos vivendo naquele que, convencionalmente, já vem sendo denominado o *século do estresse*⁸⁸, nunca se tenha falado tanto em ócio, turismo, lazer, diversão e entretenimento como nos dias de hoje. De igual maneira, talvez por termos cada vez mais tempo de trabalho, nunca se tenha falado tanto em tempo livre como agora. Mas o que fazer então com tão pouco tempo livre? Como gastá-lo? Como se divertir? Como se comportar no lazer? O próprio capital responde. “Além de controlar o corpo e a mente dos trabalhadores por meio da gerência científica (...), a sociedade administrada também controla as conquistas proletárias sobre o tempo de descanso, ou o chamado tempo livre” (CHAUI, 1999, p. 48). As práticas hegemônicas do turismo, do esporte, do lazer e as diversas formas de entreter-se, estruturam-se de acordo com as exigências e conveniências do capitalismo.

Nesta vertente, a acentuação dos processos de opressão e exploração, bem como da exclusão de mais e mais pessoas do mercado de trabalho, articuladas ao individualismo, à violência e às formas contemporâneas de estranhamento que se processam fora da esfera produtiva, no terreno do consumo, conduzem-nos à conclusão de que uma vida dotada de sentido no espaço reprodutivo fora do trabalho – ou seja, no

⁸⁷ Segundo Adorno (1995, p. 73), para que depois se possa trabalhar melhor, o tempo livre não deve lembrar em nada o trabalho. “Esta é a razão da imbecilidade de muitas ocupações do tempo livre. Por baixo do pano, porém, são introduzidas, de contrabando, formas de comportamento próprias ao trabalho, o qual não dá folga às pessoas”. Todavia, atualmente, este contrabando parece não ser tão mascarado assim, uma vez que a opção pela atividade de lazer é muitas vezes orientada, justamente, por sua eficácia quanto ao efeito *compensatório* capaz de produzir. Não por acaso, entidades como o SESI, já buscam na ISO 9001/2000, norma certificadora de qualidade de produtos e serviços, validação e reconhecimento para seus programas de lazer. Ver Fonseca (2002).

⁸⁸ Conforme artigo de M. N. Lipp, intitulado “Depressão, DORT e estresse rondam o novo século”, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, de 26/5/2002.

tempo livre –, só é possível quando a vida for igualmente cheia de sentido no espaço do trabalho (ANTUNES, 1999).⁸⁹ Entretanto, sob a prevalência das atuais formas de sociabilidade, o tempo fora do trabalho também se subordina à lógica do capital, pois as experiências do tempo livre se restringem, de um lado, às necessidades do descanso e da acumulação de novas energias,⁹⁰ uma funcionalidade hoje secundarizada para aquela que, de outro lado, tornou-se a pedra angular do lazer no capitalismo avançado, a promessa da felicidade dada pelo estímulo à fruição e gozo das relações feitichizadas de consumo.

Enfim, ante o prolongamento da jornada, a intensificação do trabalho e a aceleração dos ritmos e processos que imprimem movimento à circulação econômica, fenômenos impostos pela reestruturação produtiva, a definição de “um tempo e lugar certo para tudo”, referência sobre a qual estabelecemos nossas rotinas, necessariamente se altera, fundando novas relações e motivando uma imensa reviravolta na direção das práticas culturais (HARVEY, 2000, p. 198). Ao passo que os limites e fronteiras que antes demarcavam com certo grau de nitidez os períodos de tempo livre do *final do dia*, do *fim de semana*, do *fim de ano* – ou seja, as férias – e do *final da vida* – isto é, da aposentadoria – são também flexibilizados,⁹¹ os

⁸⁹ Assim como já fizemos em texto anterior, chamamos atenção para o fato de que ao concordarmos com Antunes (1999), quando afirma que uma vida carregada de sentido *fora* do trabalho pressupõe uma vida igualmente dotada de sentido *dentro* do trabalho, não estamos negando o princípio da contradição. Perpassado por relações de hegemonia, o lazer pode sim se apresentar como importante força de reorganização da vida social, permitindo, desde já, sentido para a vida *fora* do trabalho. Ver Mascarenhas (2001a).

⁹⁰ Interessante dizer que naquilo que se refere ao descanso e à acumulação de novas energias através do sono, conforme indica pesquisa realizada pela Unifesp, divulgada pela reportagem “Dormindo em pé”, da revista *Veja*, de 17/11/1999, que os brasileiros estão dormindo cada vez menos. Com a crescente privação do sono, é comum para muitas pessoas dormir de olhos abertos, por períodos de até trinta segundos, sem se dar conta. São o que os médicos chamam de episódios de *micro-sono*. Em tempos de reestruturação produtiva, até o sono foi flexibilizado.

⁹¹ Faz-se necessário dizer aqui que, ao admitirmos a flexibilidade atual dos períodos de tempo livre, assinalados por Dumazedier (1999), não estamos invalidando por completo tal classificação, muito menos acreditando que a oposição entre tempo de trabalho e tempo livre, tão cara aos trabalhadores, tenha sido já superada, conforme, dentre outros, sugerido por Bramante (1998).

lapsos temporais que passam a ser dispensados ao lazer, agora sem um contorno mais preciso, ficam cada vez mais curtos, quase sempre fragmentados, descontínuos, incertos e, para muitos, inexistentes. Quando raramente ou rapidamente ocorrem, nada mais conta a não ser o desejo e a vontade imediatos. Deixando-se seduzir, o indivíduo não resiste, curva-se ao prazer e ao consumo instantâneo dos objetos de fruição hodiernamente despejados no mercado.

3. A sociedade involucral

Para além do aumento da taxa de exploração do trabalho, dada por uma recombinação das formas de extração da *mais-valia absoluta* e *mais-valia relativa*, com a conseqüente diminuição do tempo livre, um outro fator decisivo que corrobora para a aceleração dos ritmos e processos de vida e para a compressão do espaço-tempo⁹² na sociedade contemporânea, contribuindo também para a afirmação da felicidade e do prazer efêmeros do consumo imediato, é a taxa decrescente do valor de uso das mercadorias. Segundo Mészáros (2002), trata-se este de um mecanismo histórico ao qual o capitalismo deve, em grande parte, o mérito por seu desmesurado crescimento. Valendo-se deste artifício, ao se reduzir o valor de uso ou durabilidade de uma determinada mercadoria, o capitalista consegue agilizar seu ciclo reprodutivo, o que, nos dias atuais,

⁹² A compressão do espaço-tempo no mundo capitalista se deve, também, como destaca Harvey (2000), ao desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte envolvidos na produção e no circuito da circulação das mercadorias, aumentando os poderes de flexibilidade e mobilidade do capital, o que tem influenciado decisivamente a *desterritorialização* das culturas, transformando o *mercado-mundo* num grande “empório de estilos”. No campo do lazer, embora a imagem de lugares, espaços e eventos tornem a experiência simulada de tudo aquilo que o mundo contém acessível a um número significativo de pessoas, o processo de “aniquilação” do espaço pelo tempo, parece ter mesmo implicações mais diretas é sobre as práticas de turismo, com a desmedida expansão do setor. Conforme estimativas da OMT, divulgadas pela reportagem “Número de turistas deve dobrar até 2020”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 11/7/2000, o descontrole e a explosão do turismo já coloca sob risco inúmeras populações e localidades, constituindo-se também em séria ameaça para os patrimônios artísticos, culturais e naturais da humanidade.

tem resultado em descarte e obsolescência em escalas impressionantes, com a produção generalizada do desperdício.

Vejam os mais de perto então como funciona o mecanismo de redução do valor de uso das mercadorias. Na posse de uma determinada quantia em dinheiro, o capitalista tem de comprar uma mercadoria por um certo valor, vendê-la pelo seu valor, e, apesar disso, conseguir, ao término deste processo, mais dinheiro do que empregou. Mas como se opera este milagre? Nosso possuidor de dinheiro deve encontrar, no mercado, uma mercadoria especial com a propriedade particular de ser, ela própria, fonte de valor, qual seja: a *força de trabalho*. Deste modo, o capitalista pega o seu dinheiro e compra determinadas mercadorias, ainda sob a forma de *matéria-prima*. Pelo emprego da *força de trabalho* por ele contratada, combinado à utilização dos *meios técnicos* necessários, submete-as à transformação, produzindo, portanto, novas mercadorias, vendendo-as no mercado e conseguindo um acréscimo do dinheiro investido. Este feito só é possível porque a remuneração dos proprietários da *força de trabalho* corresponde somente ao valor dos meios necessários à sua produção e reprodução, apropriando-se, o capitalista, de todo o valor excedente. Esta é o que Marx (1971a) chama de *fórmula geral do capital*.

Ocorre no interior desta *fórmula* que, quanto menor for a distância temporal que vai do exato momento em que o capitalista empata uma soma de dinheiro na produção até quando ele consegue vender a mercadoria produzida, possuindo agora maior valor, mais rápido será o *ciclo do capital*. Considerado não como uma operação isolada, mas sim como um processo que continuamente se reproduz, este ciclo equivale, precisamente, como ensina Marx (1973), à *rotação do capital*. O tempo desta *rotação* compreende o *tempo de produção* associado com o *tempo de circulação*, findando com a *troca* da mercadoria. Esta soma resulta, portanto, no *tempo de giro do capital*. Desta feita, quanto mais dinâmica a

rotação, menor o *tempo de giro* e mais rápida a *valorização do capital*, maior será o lucro do capitalista.

Uma vez que a intensificação da concorrência intercapitalista reclama a produção de mercadorias cada vez mais baratas e competitivas no mercado globalizado, é reduzida ao máximo a sua utilidade. Não por outro motivo, “em seu sentido e tendência mais gerais, o modo de produção capitalista converte-se em inimigo da *durabilidade* dos produtos. (...) As empresas, em face da necessidade de reduzir o tempo entre produção e consumo, (...) incentivam ao limite essa tendência” (ANTUNES, 1999, p. 51). Da mesma maneira que o prolongamento da jornada e a intensificação do trabalho ajudaram a frear queda das taxas de lucro imposta pelo esgotamento do modelo de acumulação *fordista*, o recurso contingencial para a sobrevivência do sistema de decréscimo do valor de uso das mercadorias também se manifesta como uma resposta do capital à sua crise estrutural, contribuindo, sobremaneira, para a aceleração e expansão da produção.

Estamos vivendo a plenitude da sociedade involucral, geradora do descartável e do supérfluo. [...] Na presente fase de intensificação da taxa de utilização decrescente do valor de uso das mercadorias, visando aumentar a velocidade do ciclo reprodutivo do capital, [...] o apregoado desenvolvimento dos processos de “qualidade total” converte-se na expressão fenomênica, involucral, aparente e supérflua de um mecanismo produtivo gerador do descartável e do supérfluo, condição para a reprodução ampliada do capital e de seus imperativos expansionistas e destrutivos. (ANTUNES, 2002, p. 35-38).

Por uma questão de sobrevivência no *mercado-mundo*, necessitando ganhar competitividade no seu ramo, os capitalistas desencadeiam um processo que é o da redução ao máximo dos ciclos de vida útil dos produtos e serviços. Nesta renovada *sociedade do consumo* –

isto é, a *sociedade involucral* ou a própria *sociedade do desperdício* –, passa-se a consumir artificialmente e em enorme velocidade uma grande quantidade de mercadorias, muitas das quais anteriormente tidas como bens duráveis, agora enviadas prematuramente e aos montes, muito antes do término de sua vida útil, à indústria do lixo e da reciclagem (MÉSZÁROS, 2002). Não obstante ao prejuízo e ação degradante que causam, com implicações irreversíveis para a sustentabilidade da relação metabólica entre homem e natureza, a superfluidade, o desperdício e a destrutividade revelam-se hoje como necessidade imperativa para a reprodução ampliada do capital.

Na fase de intensificação da *taxa de utilização decrescente do valor de uso* das mercadorias, necessária para a reposição do processo de valorização do capital, a falácia da *qualidade total*, tão difundida no “mundo empresarial moderno”, na empresa *enxuta* da era da reestruturação produtiva, torna-se evidente: [...] quanto mais “qualidade” as mercadorias aparentam (e aqui *aparência* faz diferença), menor tempo de duração elas devem efetivamente ter. [...] Não falamos aqui somente dos *fast foods* (do qual o Mc Donalds é exemplar), que despejam toneladas de descartáveis no lixo, após um lanche produzido sob o ritmo *seriado* e *fordizado*, de qualidade mais que sofrível. Poderíamos lembrar o tempo médio de vida útil estimada para os automóveis modernos e mundiais, cuja durabilidade é cada vez mais reduzida (ANTUNES, 1999, p. 50-51).

A aparente e falsa qualidade e as diversas técnicas de diminuição do tempo de uso das mercadorias, encurtando deliberadamente sua vida útil, é algo que vem sendo discutido também, como assinala Haug (1997), sob o conceito de *obsoletismo artificial* ou *obsoletismo planejado*. De um lado, as mercadorias já saem da fábrica com uma espécie de detonador, um relógio de contagem regressiva que dá início à sua destruição depois de

um tempo devidamente pré-calculado, a *obsolescência embutida*.⁹³ De outro, os esforços de manipulação e propaganda concentram-se no descarte antecipado de objetos ainda em condições de perfeita utilização. Esta técnica, da *obsolescência prematura*, é bem mais sofisticada. “Mediante a mudança periódica da aparência da mercadoria, ela diminui a duração dos exemplares do respectivo tipo de mercadoria ainda atuante na esfera do consumo (...) Largue o velho! Pegue o novo!” (HAUG, 1997, p. 53-54). Ditando novas necessidades a partir da moda, sateletizada pelo alto, entra em cena a *inovação estética da mercadoria*, que é justamente a beleza que se desenvolve a serviço do domínio sobre as pessoas a ser exercido pela aparência involucral das mercadorias.

Quando a produção não tem mais como objetivo principal a utilidade, mas a *vendabilidade* dos mais variados bens e serviços – isto é, tendo em vista que a necessidade, a qualidade e o uso cedem lugar à expansão da riqueza mercantilizada como finalidade quase que exclusiva da produção –, e quando a taxa de utilização decrescente assume a posição de domínio na estrutura capitalista de metabolismo social –, “a aparência estética, o valor de uso prometido pela mercadoria, surge também como função autônoma no sistema de compra e venda. O valor de uso estético prometido pela mercadoria torna-se então instrumento para se obter dinheiro” (HAUG, 1997, p. 27). Assim, sob o império da estética reificada, o conhecimento sensível e a beleza agregam-se às mercadorias servindo à pura realização de seu *valor de troca*, buscando estimular no consumidor o desejo de posse e motivá-lo à compra. Toda necessidade

⁹³ Atualmente, como aponta Antunes (1999, p. 51), um dos exemplos mais emblemáticos deste tipo de obsolescência, vem da indústria de computadores. Com a frequente inovação dos sistemas computacionais, “os capitais não têm outra opção, para sua sobrevivência, senão inovar ou correr o risco de ser ultrapassados pelas empresas concorrentes, conforme o exemplo da empresa transnacional de computadores Hewlett Packard, que com a inovação constante de seu sistema computacional reduziu enormemente o tempo de vida útil de seus produtos”.

possível ou imaginável do homem sensível torna-se, portanto, sua própria fraqueza.

Toda a necessidade constitui uma oportunidade para se aproximar do vizinho, com amizade fingida, e lhe dizer: “caro amigo, te darei o que precisas, mas conheces a *conditio sine qua non*; sabes com que tinta terás de escrever para mim a tua assinatura; irei burlar-te enquanto te causo prazer”. O produto remete às mais pervertidas extravagâncias do vizinho, exerce o papel de alcoviteiro entre ele e suas necessidades, desperta nele apetites patológicos, fiscaliza todas as fraquezas, para depois exigir o pagamento por este serviço amoroso (MARX, 2001a, p. 150).

No sentido econômico, as mercadorias são criadas na produção capitalista à imagem e semelhança da ansiedade dos consumidores. Imagem que será divulgada e renovada, de tempo em tempo, pela propaganda, doravante, separada do corpo da mercadoria. Um verdadeiro bombardeio de estímulos patrocinados pela publicidade e pela mídia, voltam-se cada vez mais para a corrupção de gostos, desejos, prazeres e alegrias, exaltando as mudanças no invólucro e na aparência das mercadorias, o que eleva, sobremaneira, o seu poder fetichizante de sedução. Uma nova imagem não significa outra coisa senão uma nova moda e uma nova necessidade. A essência da inovação estética consiste, justamente, na caducidade do que já existe, incitando sua dispensa e eliminação antecipada, a fim de libertar a produção capitalista das limitações impostas pelo consumo dado – isto é, pré-existente –, estimulando, dentro de uma nova e mais dinâmica reciprocidade, a demanda conduzida pela oferta.

Perseguindo tal objetivo, várias empresas de consultoria em *marketing* e pesquisas de mercado vêm se especializando em detectar as tendências de consumo, antecipando o modo como vamos viver, trabalhar e nos divertir nos próximos anos. Com informações desse tipo, as

indústrias – do fabricante de alimentos, roupas, serviços de lazer aos produtores de Hollywood – podem desenvolver projetos baseados em determinada tendência e faturar alto com a antecipação de novos produtos.⁹⁴ Não obstante ao papel da publicidade, que foge inteiramente à idéia de informar, voltando-se cada vez mais para a manipulação, a própria imagem, descolada da mercadoria, torna-se também uma mercadoria. Transformando incessantemente o mundo das coisas, com renovadas promessas de utilidade, o artifício do tratamento estético dispensado à mercadoria pela *indústria cultural globalizada*, o que significa o aprimoramento do invólucro como uma função de estímulo e incremento à venda, expressa a posição de relevo que ocupa a aparência no capitalismo como indutora do sistema de necessidades.

Nesse contexto, o aspecto sensível, torna-se portador de uma função econômica: o sujeito e o objeto da fascinação economicamente funcional. Quem domina a manifestação, domina as pessoas fascinadas mediante os sentidos. A inovação estética como portadora da função de reavivar a procura torna-se uma instância de poder e de consequências antropológicas, isto é, ela modifica continuamente a espécie humana em sua organização sensível: em sua organização concreta e em sua vida material, como também no tocante à percepção, à estruturação e à satisfação das necessidades (HAUG, 1997, p. 57).

Mas vale ainda dizer que toda a *obsolescência planejada* – seja ela *embutida* ou *prematura* – não se restringe somente aos produtos da família de duráveis. Para além do estímulo ao consumo ampliado de geladeiras, televisores, máquinas de lavar, automóveis etc. – e aí vale lembrar que hoje todo esse leque de produtos possui menor tempo de vida

⁹⁴ A título de exemplo, vale a consulta à reportagem “Faith Popcorn: a guru do marketing”, publicada pela revista *Veja*, em 13/2/2002.

útil do que já possuiu em outro momento histórico, quando da vigência do regime *fordista* –, as necessidades de expansão da produção capitalista são ainda satisfeitas de duas outras maneiras habitualmente articuladas. De um lado, abrem-se novos mercados em diferentes regiões e, de outro, atraem para esfera do consumo algo mais que o chamado consumo básico, tornando disponível, para segmentos com menor poder de compra, mercadorias que antes estavam reservadas apenas aos estratos superiores da população. Combinando *expansão extensiva*, pela abertura de novos mercados, com *expansão intensiva*, induzida pelo mimetismo dos “de baixo” pelos hábitos e estilos de vida divulgados a partir dos centros mais dinâmicos do *mercado-mundo*, a *internacionalização do lixo* – isto é, a internacionalização da aparência, do invólucro, do desperdício, da fluidez etc. – se propaga a passos largos.

Na última década, como expressão deste movimento de diversificação e ampliação do consumo no Brasil daquilo que é considerado não essencial, apesar da queda do rendimento médio, uma incrível mudança nos comportamentos e hábitos de consumo pôde ser notada entre as famílias brasileiras. Para além da TV, do rádio, da geladeira etc., novos produtos vêm conquistando o seu lugar nos domicílios, como, dentre outros produtos, o forno de microondas, o videocassete, o microcomputador e o aparelho de ar-condicionado. Afora o descarte, quando uma família, ao comprar um equipamento novo, acaba doando o antigo à outra ou alimentando a revenda de usados, e a queda dos preços, as explicações dadas para essa mudança podem incluir ainda a composição da renda familiar, uma vez que a necessidade do trabalho agora se estende para toda família.⁹⁵ Ocorre que, de um jeito ou de outro, grupos inteiros de mercadorias são arrastados para a produção em escala,

⁹⁵ Dados obtidos a partir da PNAD/IBGE de 2001.

conferindo fabuloso impulso à indústria da moda, do turismo, do esporte, do entretenimento, do lazer etc.

A título de exemplo, somente a indústria do esporte, no Brasil, conforme informações referentes à pesquisa encomendada pela CBV a FGV (KASZNAR & GRAÇA FILHO, 2002), movimentou sozinha, de 1996 a 2000, R\$ 24 bilhões por ano, alcançando o crescimento médio de 12,34% – no setor de *surf wear* esta taxa chega a 33% –, enquanto o PIB brasileiro avançou à taxa média de apenas 2,25% verificados no mesmo período. Metade desta soma é atribuída à indústria de artigos esportivos, como roupas, calçados e equipamentos. Outra parte advém dos serviços mais ligados ao esporte propriamente dito, como sua prática em clubes e academias, arrecadação em estádios e outros espaços, marcas e direitos de imagem, *marketing* e comunicação esportiva. O restante diz respeito ao valor gerado pelo setor através de gastos com atletas e manutenção de infraestrutura. Mas se o crescimento desta indústria já é acelerado, argumenta-se que o seu potencial ainda continua muito alto, tendo em vista que apenas 1,1% da população economicamente ativa possui o hábito da prática regular de esporte.

Dentre os muitos desenvolvimentos da arena do consumo, dois têm particular importância. A mobilização da moda em mercados de massa (em oposição aos mercados de elite) forneceu um meio de acelerar o ritmo do consumo não somente em termos de roupas, ornamentos e decoração, mas também numa ampla gama de estilos de vida e atividades de recreação (hábitos de lazer e de esporte, estilos de música pop, videocassetes e jogos infantis etc.). Uma segunda tendência foi a passagem do consumo de bens para o consumo de serviços – não apenas serviços pessoais, comerciais, educacionais, e de saúde, como também de diversão, de espetáculos, eventos e distrações. O “tempo de vida” desses serviços (uma visita a um museu, ir a um concerto de rock ou ao

cinema, assistir a palestras ou freqüentar clubes), embora difícil de estimar, é bem menor do que o de um automóvel ou de uma máquina de lavar. Como há limites para a acumulação e para o giro de bens físicos [...], faz sentido que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços bastante efêmeros em termos de consumo (HARVEY, 2000, p. 258).

Agora, se boa parte dos bens e serviços culturais já haviam sido transformados em mercadorias, ao passo que se desenvolve um novo conceito de obsolescência, a *obsolescência instantânea*, no mercado-mundo do desperdício, a produção e distribuição capitalista penetram setores os mais diversificados, ampliando o leque de variáveis expansionistas da *indústria cultural globalizada*. Até mesmo aqueles setores tidos anteriormente como intocáveis, *antimerchantis*, desde a educação até a religiosidade, dentre outros tantos exemplos, são transformados em meros objetos de negócio.⁹⁶ “As mesmas coisas que até então eram transmitidas mas nunca trocadas; dadas mas nunca vendidas; adquiridas mas nunca compradas – virtude, amor, opinião, ciência, consciência etc – tudo, enfim, passou ao comércio” (MARX, 2001b, p. 31). No estágio atual do capitalismo avançado, toda e qualquer coisa, seja ela material ou simbólica, é levada ao mercado. Mas fica aí denunciada a

⁹⁶ No Brasil, a presença do setor privado na educação não é um fenômeno recente, todavia como concessão e sob o controle estatal. Ocorre que, com a expansão desenfreada deste setor, cada vez mais os serviços educacionais têm se subordinado à lógica da circulação de mercadorias. Somente a título de exemplo, movimentando cerca de R\$ 20 bilhões, segundo dados da matéria “As multinacionais do ensino”, da revista *IstoÉdinheiro*, de 18/2/2003, o mercado educacional brasileiro é hoje um dos mais atrativos do mundo. Não por acaso, nos acordos firmados no quadro da OMC, em particular no Acordo Geral de Comércio e Serviços, estabeleceu-se que todos os serviços devem submeter-se às normas da organização, inclusive aqueles ligados ao meio-ambiente, saúde e educação. Já sobre outro mercado, o de bens de salvação, é emblemático o exemplo do segmento evangélico que, como já vimos, reúne atualmente cerca de 26 milhões de consumidores, perto de 15% da população brasileira. Bastante ilustrativo, portanto, é o caso da chamada “rua dos evangélicos”, em São Paulo-SP. Conforme conta a reportagem “Atrás da Sé, lojas evangélicas dominam rua”, publicada pelo jornal *Folha de São Paulo*, em 9/12/2002, o local figura entre um dos 19 *clusters* – isto é, uma espécie de nicho de mercado com endereço fixo – que o BID, através do Programa de Reabilitação do Centro, sob responsabilidade da prefeitura municipal, pretende financiar, a pretexto de apoiar o desenvolvimento da capital do consumo no país.

preferência por aquelas mercadorias que possuem as “virtudes” da descartabilidade rápida e consumo imediato.

Na mesma direção da superfluidade, ao penetrar também a relação entre o homem e sua diversão, como nunca, o capital converte a busca do prazer – incluso aí tal busca corporificada ou coisificada nas práticas de lazer – num poderoso instrumento para sua autovalorização (HAUG, 1997). Na *sociedade involucral*, na *sociedade dos descartáveis*, com a mesma velocidade que valores, comportamentos, estilos e modos de vida caem em desuso, os gostos, desejos e toda a parafernália de objetos que envolvem as práticas de lazer, de tempo em tempo, também vão ao “lixo”. Isto sem falar da instantaneidade com que podem ser consumidas as próprias práticas. Seguindo esta lógica, de um serviço público a um serviço cada vez mais privatizado, como a chave na fechadura, o lazer se converte numa mercadoria singular, encaixando-se perfeitamente no recorte das novidades e perspectivas abertas pela taxa decrescente do valor de uso, especialmente, aquelas despertadas pela *inovação estética*, pela *obsolescência prematura* e pela *obsolescência instantânea* das mercadorias.

4. Exclusão Social Clube

No âmbito da economia, já conseguimos reunir uma série de elementos que nos permitem compreender como a superexploração do trabalho e a flexibilização da jornada, resultando no encurtamento ou fragmentação do tempo livre, articulados à utilização decrescente das mercadorias, com a aceleração do giro do capital, atuam como determinações basilares junto ao processo de mercantilização do lazer. Agora, adentrando o debate político que suscita esta dinâmica, procuraremos ampliar nosso campo de observação, trazendo a baila o

tema da desintegração dos direitos sociais. Isto implica avaliar o recuo participação estatal na definição, financiamento e implementação de políticas públicas setoriais de lazer, tendência que se vincula ao fim do Estado de Bem-Estar e avanço das teses neoliberais, quando princípios e valores como a competição, a liberdade de mercado e a conquista individual revelam-se como base para a orientação meritocrática da estrutura distributiva vigente.

É certo que o sistema de regulação do Estado Social, o *Welfare State*, baseado no pacto entre capital e trabalho de inspiração social-democrata que vigorou principalmente na Europa e nos Estados Unidos dos anos 1950 aos 1970 – no qual a população conseguiu atingir níveis mínimos, quando não satisfatórios, de bem-estar, tendo relativamente assegurado seus direitos de educação, saúde, esporte, lazer, habitação, emprego, seguridade social etc. –, nunca chegou de fato a existir na América Latina. Todavia, conforme destaca Torres (1995), os traços nacionalistas de algumas experiências de governo latino-americanas, somados à formação estatal com forte intervencionismo na sociedade civil, guardam pontos de coincidência com o modelo de Estado de Bem-Estar Social. Estas são características marcantes do Estado brasileiro da época, cujas políticas, diretrizes e ações, de cunho nacional-desenvolvimentista, exerceram uma importante função modernizadora da sociedade, ao passo que apoiaram também o crescimento do mercado interno, em certa medida, assegurando uma série de medidas de proteção à economia do país.

Espelhando-se nas políticas de bem-estar implementadas nos países centrais, as ideologias e medidas de modernização e desenvolvimento, enormemente difundidas nos países subdesenvolvidos e periféricos da economia capitalista, serviam como promessa de melhoria das condições de vida, servindo de contrabando como parte da estratégia

de estruturação da hegemonia norte-americana no pós-2ª guerra,⁹⁷ e, ao mesmo tempo, rivalizando com a ameaça do socialismo real (FRIGOTTO, 1995). Como resultado de uma longa batalha social, a conquista de direitos representou o reconhecimento do indivíduo como cidadão. Nesta perspectiva, ao lado dos direitos civis e políticos, os direitos econômicos, sociais e culturais passam a constar na agenda internacional, sendo considerados prerrogativa essencial de respeito à vida e à dignidade humanas. Figurando na Declaração Universal dos Direitos do Homem, aprovada em 1948 pela Assembléia Geral da ONU, o lazer, assim como a saúde, educação, habitação etc., passam a adquirir o *status* de direitos sociais básicos.⁹⁸ Deste modo, a engenharia política capitalista permitiria, durante um bom tempo, a convivência pacífica entre crescimento da economia, ampliação do consumo dos assalariados e garantia de direitos, recompondo a estabilidade do sistema.

Antes mesmo desta época, ao passo que o descanso de final de semana e as férias remuneradas já adquiriam base legal,⁹⁹ fazia-se necessário indicar o modo como as horas de lazer do trabalhador deveriam ser utilizadas. Interessante notar, segundo registram Sussekind, Marinho

⁹⁷ A partir da década de 1950, com a preocupação de proteger e estender os domínios da “sociedade livre e democrática”, os EUA dão início a uma série de programas de cooperação internacional, cujos objetivos, pelo menos em tese, passavam pela ajuda ao desenvolvimento. Para N. Chomsky, citado por Frigotto (1995, p. 91), os instrumentos desta operação foram, justamente, os organismos supranacionais – ONU, OTAN, FMI, BID, UNESCO, OIT etc. –, considerados como os “novos senhores do mundo” ou o “poder no mundo de fato”.

⁹⁸ Cabe destacar que a Declaração Universal dos Direitos Humanos constituiu-se apenas como uma recomendação. Nesta condição, segundo analisa Comparato (s.d.), tecnicamente, não tinha força vinculante. Neste sentido, com a finalidade de tornar juridicamente vinculantes os dispositivos da Declaração, a ONU conseguiu aprovar, em 1966, o Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, ratificado pelo Brasil somente em 1992.

⁹⁹ Segundo Sussekind, Marinho e Góes (1952), o direito ao descanso semanal remunerado foi consagrado pela primeira vez em lei pela China, em 1919; seguida pelo México, em 1926; pela Índia, em 1942; Brasil, em 1943; e pela Colômbia, em 1945. Somente após a 2ª grande guerra que este direito foi estendido aos trabalhadores de outras nações. Já o direito às férias remuneradas foi concedido inicialmente pela Áustria, em 1919. Em 1925, o número de países que reconhecem tal direito sobe para cinco; em 1930, para sete; em 1935, para quatorze; em 1939, para vinte e três; e, em 1948, este número praticamente dobra, elevando-se para quarenta.

e Góes (1952), que a Conferência Internacional do Trabalho, em 1924, o Congresso Internacional de Lazer Operários, em 1930, e a reunião do comitê assessor do Conselho de Administração da OIT para a questão dos lazeres operários, em 1938, já esboçavam algumas indicações a fim de seguir os trabalhadores para o correto emprego de seu tempo livre, mas é somente em 1949, por ocasião da Conferência de Técnicos em Recreação do Comitê de Correspondência da OIT, que algumas recomendações começam a ser mais bem detalhadas. Por seu turno, a Associação Internacional de Recreação, hoje WRLA, entidade assessora da ONU, elabora, em 1967, a Carta dos Direitos Humanos ao Tempo Livre, mais um documento que também acaba por influenciar definição de políticas para o setor.

Enquanto isso, no Brasil, apesar da garantia jurídica de uma série de direitos trabalhistas – período mínimo de descanso, repouso semanal, feriados, intervalos para repouso e alimentação, férias, licenças etc. –, fixados em 1943, pela CLT, e não obstante às promessas de progresso abertas pelo discurso desenvolvimentista, como avaliava a CNI, em documento citado por Veronez e Lião Jr. (2000, p. 4), a “incerteza de acirrada luta de classes incentivada pela guerra fria, parecia demonstrar que os empresários precisavam ir mais além da simples oferta de empregos, salários e qualificação profissional.” Dentro de uma concepção de valorização individual do trabalhador, a atenção dispensada às necessidades de lazer, dentre outros cuidados assistenciais, deveria constar então da pauta patronal, pois para a entidade, “era indispensável ganhar a luta ideológica no chão da fábrica, demonstrando a superioridade do capitalismo no dia-a-dia” (CNI apud VERONEZ & LIÃO JR, 2000, p. 4). Perseguindo a colaboração de classes e a formação técnico-moral dos trabalhadores, instituições como o SESI, conjuntamente com o SESC – criadas por força de lei em 1946 –, em substituição à intervenção estatal

direta, passariam a representar, como reconhece Requiça (1977), uma solução originalmente brasileira para a prestação de serviços e promoção de atividades de lazer, estendendo o seu acesso para significativa parcela da população urbana brasileira.¹⁰⁰

O SESC, [conjuntamente com o SESI,] em seu *papel supletivo ao Estado*, buscava integrar-se à ação do poder público, promovendo e ampliando suas bases de sustentação, na medida em que contribuiu com a política de modernização e racionalização da economia no final dos anos 60, preparando e munindo o trabalhador em seu tempo livre dos valores necessários ao aumento da produtividade e ao cultivo de uma sociedade integrada, na qual os conflitos são sublimados em favor do espírito comunitário¹⁰¹ que se ambicionava criar (SANT'ANNA, 1994, p. 48-49).

Portanto, o par representado pelo SESI e pelo SESC, evidente que auxiliados por sindicatos,¹⁰² entidades recreativas de classe e mais algumas instituições privadas, materializou-se como o principal responsável pela difusão e implementação das ações de lazer desenvolvidas no Brasil. Mas é preciso lembrar que o Estado não se manteve totalmente afastado deste processo. As atividades de lazer se configuraram como uma importante estratégia de órgãos ou organismos voltados para o esporte, a

¹⁰⁰ Conforme lembra Figueiredo (1991), vale destacar que o SESI e SESC, embora possuindo o estatuto jurídico de entidades de direito privado, foram organismos instituídos pelo Estado, que garantiu seu custeio ao fixar a contribuição compulsória no valor de 2% do total das folhas de pagamento da indústria e do comércio – imposto este arrecadado pela máquina administrativa estatal –, possibilitando assim o seu funcionamento e organização.

¹⁰¹ Um dos programas mais emblemáticos desenvolvidos pelo SESC em favor do *espírito comunitário* foi justamente o da Ação Comunitária. Sobre os pressupostos da Ação Comunitária ou Animação Sócio-Cultural – um desdobramento da primeira – no Brasil, ver: Requiça (1973), Dumazedier (1980) e Marcellino (1994, 1996b). Em publicação anterior, tivemos a oportunidade de abordar tal proposta, levantando alguns questionamentos Ver Mascarenhas (2003, especialmente capítulo 1).

¹⁰² Conforme aponta Sant'Anna (1994), nos anos 1970, como mais uma dentre as várias medidas visando o controle das lutas sociais, na perspectiva de cooptação das entidades de classe, o governo federal determina a produção de programas de lazer pelos sindicatos, concedendo empréstimos financeiros para a construção, reforma, ampliação ou aquisição de equipamentos cívico-recreativos.

cultura e a assistência social, em todas as esferas de governo.¹⁰³ No caso específico da administração federal, conforme indica Requiça (1977), através do Conselho de Desenvolvimento Social, ainda na década de 1970, foram criados os Centros Sociais Urbanos, com 600 unidades distribuídas pelo país, localizadas, principalmente, na periferia das médias e grandes cidades, buscando, sobretudo, valer-se do lazer como elemento compensatório à deterioração das condições de vida decorrentes do desenvolvimento urbano-industrial verificadas entre as populações mais pobres.

Uma outra iniciativa por parte do governo federal visando o incentivo e propagação do lazer pode ser localizada na criação de campanhas como o Esporte para Todos. Seguindo os princípios da *educação permanente*¹⁰⁴, subjacentes à Carta Européia do Esporte para Todos, elaborada pelo Conselho da Europa, em 1975, o EPT brasileiro procurava dinamizar a prática de esporte de modo informal e massivo. Apostando na aquisição e desenvolvimento de hábitos saudáveis de lazer entre a população, objetivava-se cultivar o espírito esportivo e competitivo, imprescindível ao aumento da produtividade e ao desenvolvimento

¹⁰³ Para um melhor dimensionamento sobre a distribuição do público e do privado nas ações de lazer desenvolvidas à época, vale citar o levantamento realizado por Requiça (1977) das entidades participantes do 1º Encontro Nacional sobre Lazer, em 1975, no Rio de Janeiro-RJ, quando das 165 instituições representadas, 64,6% eram privadas; 16,1% federais; 7,7% estaduais; 5,4% municipais; e as restantes, 6,2%, identificadas por diferentes tipos de dependência administrativa.

¹⁰⁴ Conforme críticas apontadas por Gadotti (1981) e Brandão (1984), os preceitos da *educação permanente*, preconizados pela UNESCO no início da década de 1970 – dos quais sobressaía a idéia da educação ao alcance de todos, presente durante a vida inteira, ministrada sob todas as formas possíveis, adaptada a todos os contextos e de acordo com a conveniência de cada um –, foram amplamente incorporados pelas autoridades educacionais brasileiras, alimentando o sonho do projeto nacional-desenvolvimentista em curso. Assim, como expressão da racionalidade técnico-produtivista e mecanismo de dependência sócio-cultural, a *educação permanente* ambicionava integrar toda a educação ao sistema de produção industrial, o que somente poderia se conseguir através da capacitação-reprodução da força de trabalho e conciliação de forças opostas, o que pressupunha tanto o ensino complementar de emergência e a expansão de cursos profissionalizantes, como a despolitização da participação e decisão popular inerente ao colaboracionismo presente nas propostas para a promoção do desenvolvimento local dos níveis de vida das populações mais carentes, das comunidades mais pobres e das regiões subdesenvolvidas onde se implantavam os projetos de desenvolvimento e ação comunitária.

industrial, estimulando o uso do tempo livre com eventos esportivos, sempre afirmando valores como o sentimento cívico, a família, a comunidade, a vizinhança, a saúde etc. (SANT'ANNA, 1994). Deste modo, sob o pretexto da democratização e universalização das atividades físicas e desportivas, o direito ao esporte e o direito ao lazer apresentavam-se como importante instrumento de controle e garantia da chamada paz social, além de começar a forjar novos hábitos de consumo entre os adeptos desta campanha.¹⁰⁵

Percebe-se que por detrás da idéia de modernização e desenvolvimento, o que esteve na base da definição e implementação das políticas de lazer do nacional-desenvolvimentismo brasileiro, cujo espelho foi o Estado de Bem-Estar Social, para além da resposta às contradições e tensões em torno do controle da produção, aliada à promessa integradora como função econômica da educação, localizava-se a preocupação com o *capital humano*¹⁰⁶, um conjunto de qualidades – saúde, conhecimento, atitudes, comportamentos, hábitos, valores, disciplina etc. – que, uma vez adquiridas pelos indivíduos, tenderiam a gerar a ampliação de sua capacidade de trabalho e a produtividade nacional. E não foi só isso. As despesas sociais através dos gastos públicos com educação, saúde,

¹⁰⁵ Uma análise mais específica sobre o EPT, bem como sobre o papel social que tal campanha cumpriu no contexto dos anos 1970, pode ser encontrada em Cavalcanti (1984).

¹⁰⁶ Conforme indica Frigotto (1995, p. 90), tal preocupação está alicerçada na “teoria do capital humano, que constitui o *corpus* ideológico e teórico de uma disciplina específica – *Economia da Educação* – que surge inicialmente nos Estados Unidos e Inglaterra, nos anos 60 e no Brasil, nos anos 70 – se estrutura no contexto das teorias de desenvolvimento ou ideologia desenvolvimentista do após II Guerra Mundial”. É bem verdade que no campo de estudos do lazer, a disciplina *Economia do Lazer* não chegou a se constituir, mas a influência que a *teoria do capital humano* exerce sobre a produção da área no Brasil é notória, podendo ser percebida, sobretudo, nas abordagens que Marcellino (1987) classificou como *funcionalistas-utilitaristas*. Nesta perspectiva, o pensamento de intelectuais do SESC, aqui representado por uma passagem localizada em Requiça (1980, p. 52), é tributário desta posição: “O intangível capital humano – a energia do homem, sua inteligência, sua competência e sua iniciativa – é a grande mola impulsionadora do desenvolvimento. Se é assim visualizada a educação, nada seria mais adequado que considerar-se, também, a importância do aproveitamento das ocupações do lazer, como instrumentos auxiliares, no vasto esquema educacional”.

esporte, lazer etc., constituíam uma espécie de salário indireto, liberando o salário direto para o consumo de bens duráveis (FRIGOTTO, 1999). Abertamente tratada como uma *antimercadoria*, a oferta do lazer, ao lado de outros serviços sociais, acabava por contribuir indiretamente com o capital. Ao passo que subsidiava os custos com a reprodução da força de trabalho, incrementava os níveis de produção e preservava o salário para o consumo em outras esferas.

Ocorre que, como já tivemos a oportunidade de observar, os limites deste modelo fazem-se sentir logo no início da década de 1970, colocando em xeque a própria existência do Estado de Bem-Estar Social e dos regimes sociais-democratas, antecipando a defesa do mercado como regulador de todas as coisas e a implementação das políticas neoliberais que, no Brasil, ganham força somente a partir do início da década de 1990.¹⁰⁷ Assim, o projeto de desenvolvimento alçado ao modelo estatizante-intervencionista que vigorava até então cede lugar ao discurso modernizador-privatizante do Estado Mínimo, e as premissas liberalizantes da reforma administrativa passam a subordinar explicitamente as regras da política às leis de mercado, buscando reconfigurar toda a estrutura organizacional e institucional do antigo aparelho estatal. Não sem enfrentar resistências, os novos gestores de governo, em resposta às políticas de ajuste fiscal ditadas a partir do *Consenso de Washington*¹⁰⁸, de um lado, apressam-se por diminuir os impostos e a taxaço sobre o capital, enquanto, de outro, tratam de reduzir os gastos públicos e os

¹⁰⁷ A propagação das teses neoliberais, com seu modelo de Estado Mínimo correspondente, tiveram nos governos Thatcher, a partir de 1979, na Inglaterra, e Reagan, a partir de 1984, nos EUA, os seus grandes precursores. No Brasil, tal modelo tem suas origens fincadas no governo Collor, de 1990 a 1992, mas somente se consolida a partir de 1994, com o governo FHC.

¹⁰⁸ A noção de Consenso de Washington, segundo argumenta Torres (1995, p. 124), “refere-se, em última instância, a um conjunto de instituições financeiras como o FMI, o Banco Mundial, o BID, o Export-Import Bank etc, todas elas localizadas em Washington (às vezes a poucos quarteirões de distância entre si como o Banco Mundial e o BID) e que seguem a mesma lógica e economia política neoliberal, propugnando o modelo de ajuste estrutural e de estabilização”.

investimentos em políticas sociais, colocando sob ameaça todos os direitos anteriormente conquistados.¹⁰⁹

Somente para ilustrar o expressivo corte realizado pelo governo federal com as políticas sociais nos últimos anos, podemos citar o orçamento para a infância e juventude que, dos R\$ 49,4 bilhões gastos em 1995, foi sucessivamente caindo, contando com 43,8 bilhões em 1996, 37,5 bilhões em 1997, até chegar em 36,1 bilhões em 1998, registrando uma queda de aproximadamente 27% nos primeiros quatro anos de governo FHC.¹¹⁰ No geral, há que se constatar, através desta amostra, que os gastos sociais promovidos com recursos oriundos do Orçamento Geral da União ficaram ainda mais distantes das reais necessidades do povo brasileiro. Como resultado, engrossando as fileiras dos agora *sem-direitos*, a juventude *sem-lazer*¹¹¹ deste país constitui uma evidência clara de como a desintegração dos direitos sociais atinge em cheio as promessas de equalização e justiça no atendimento às demandas e necessidades coletivas antes difundidas e parcialmente patrocinadas pelo Estado de Bem-Estar.

Por outro lado, com o desmonte das políticas sociais, ou com a sua redução ao limite, criou-se um novo tipo de intervenção estatal,

¹⁰⁹ Vale mais uma vez lembrar, como salientam Ribeiro, Ferraro e Veronez (2001, p. 40), que é preciso considerar que, embora tenham prevalecido, no contexto do Estado de Bem-Estar, os interesses do capital, os direitos sociais devem também ser considerados como um avanço conquistado pela organização dos trabalhadores. “O Estado social, ainda que bastante criticado pela sua burocratização e pela individualização dos direitos, significou, em muitos casos, a universalização das possibilidades de acesso ao trabalho, à educação e ao lazer”.

¹¹⁰ Orçamento referente a rubricas destinadas a ações que atingem única ou prioritariamente a infância e a juventude, obtido a partir do “Anuário dos Trabalhadores 2000-2001”, publicado pelo DIEESE, em 2002. Para saber mais sobre a redução e composição dos gastos sociais no governo FHC, ver CUT (2001).

¹¹¹ Os *sem-lazer* podem ser vistos aqui como aqueles setores da população que se encontram à margem do mercado de consumo e dos equipamentos de lazer, não tendo, também, esta necessidade devidamente atendida pelas políticas de governo. São, por exemplo, os milhares de jovens que nunca tiveram a oportunidade de ir ao cinema (15%), ao teatro (46%), a um *show* (29%), a um concerto (86%), a um espetáculo de dança (77%), ao museu (52%), a uma exposição fotográfica (72%), a um estádio de futebol (49%), ao circo (22%), ou mesmo, à biblioteca (40%), como já foi apontado em momento anterior do texto.

percebendo-se o estímulo ao investimento privado. No campo da cultura, o momento em que tal processo tem início é bem evidente. Conforme consta em relatório do Ministério da Cultura, as empresas privadas apresentaram um crescimento oscilante de 1990 a 1993, com investimentos variando entre R\$ 8 milhões e R\$ 19 milhões, gastos inferiores aos efetuados pelas empresas públicas nesse mesmo período. Em 1994, no entanto, as empresas privadas tiveram uma taxa recorde de crescimento anual, chegando aos 280%, ao passo que, de 1994 a 1996, os gastos anuais dessas empresas variaram entre R\$ 53 milhões e R\$ 68 milhões, ficando bem acima dos investimentos culturais realizados pelas empresas públicas no mesmo período. Segundo o relatório, a elogiável evolução do comportamento empresarial no setor foi justificada pela modernização das leis de incentivo à cultura, com o estabelecimento de uma recente e exitosa parceria entre o Estado e a indústria cultural, implementada, à época, pelo quadro das novas políticas culturais que começavam a ser desenhadas.¹¹²

No âmbito específico do lazer, a retração da participação do Estado no financiamento e custeio de programas, espaços e equipamentos tem gerado alguns absurdos. O município de São Paulo, por exemplo, em 2001, contou com R\$ 29,7 milhões para serem gastos com seus 31 parques públicos, valor que mal deu para pagar o relativo à manutenção e conservação. O saldo não podia ser diferente. Os 6 parques da região central foram os priorizados, o que resultou no sucateamento dos 25 restantes, todos localizados na periferia e entorno da cidade. A solução encontrada para a revitalização destes últimos foi buscar o apoio da iniciativa privada. A proposta era para que empresas investissem nos

¹¹² Dados extraídos da pesquisa “Diagnóstico dos Investimentos na Cultura no Brasil”, encomendada pelo Ministério da Cultura à Fundação João Pinheiro. Ver Brasil (1998). Já uma outra análise sobre as relações entre cultura e mercado no Brasil, abordando a polêmica das leis de incentivo à cultura, pode ser localizada em Coutinho (2000, especialmente capítulos 1 e 2).

parques em troca de *marketing* social.¹¹³ Enquanto isso, na esfera dos governos estaduais e governo federal, respectivamente, impostos foram reduzidos e linhas de crédito do BNDES foram criadas para que outros parques, agora mais sofisticados e de natureza privada, como o Beto Carrero, em 1991, o Parque da Mônica, em 1993, o Parque do Gugu, em 1997, o Terra Encantada, em 1998, o Wet'n Wild São Paulo, em 1998, o Wet'n Wild Rio de Janeiro, em 1999, e o Hopi Hari, em 1999, pudessem ser inaugurados.¹¹⁴

Uma vez que o fundo público, por meio das políticas sociais, deixa de ser aplicado no financiamento da força de trabalho – o que se explica pela reestruturação do mercado, com a disponibilidade crescente de um imenso exército de trabalhadores desempregados, em frequente luta por condições de empregabilidade – para concentrar-se prioritariamente na reprodução do capital, como assinalam Ribeiro, Ferraro e Veronez (2001), não é de se estranhar o sucateamento, a terceirização ou a privatização de espaços e equipamentos públicos, sem falar da transferência e desresponsabilização, por parte do Estado, de suas antigas obrigações quanto à garantia de acesso aos direitos sociais básicos, dentre os quais o direito ao lazer. O questionamento neoliberal não fica restrito, portanto, à aparente ineficiência do Estado para atuar no plano econômico e gerir a pesada e burocrática máquina de governo, justificando, assim, o processo de privatização e desregulamentação, mas questiona, também, a própria pertinência da manutenção de tais políticas como meio de regulação dos conflitos sociais (GENTILI, 1995).

Assim sendo, como consequência do vácuo aberto pelo recuo da intervenção e participação estatal, tanto no âmbito da economia como na

¹¹³ Informações contidas na matéria “Pior dos parques de SP fica com a periferia”, publicada pelo jornal *Folha de São Paulo*, em 23/7/2001.

¹¹⁴ Conforme notícia divulgada pela ADIBRA (2002).

definição e organização das políticas sociais, o mercado fica livre de interferência, ampliando seus domínios sobre o conjunto da vida social. É o que se pode chamar por “despolitização” do capitalismo. Argumenta-se, a partir de tal orientação, que as políticas de bem-estar, muito mais que minimizar as desigualdades inerentes a qualquer sistema social, ao contrário, potencializam-nas, premiando a dependência e a acomodação em detrimento da valorização das iniciativas individuais. Isto se traduz, perversamente, por um processo de naturalização das desigualdades. Para os neoliberais, portanto, nada é mais positivo que a competitividade subjacente à desigualdade, pois é a partir dela que os indivíduos são levados a conquistarem melhores condições de vida. “O princípio fundamental é a liberdade do mercado, pois este é o único justiceiro que premia, de acordo com o esforço individual, os mais capazes e aptos” (FRIGOTTO, 1995, p. 88).

Opera-se, de tal modo, uma verdadeira metamorfose no entendimento da noção de direito, com o direito de propriedade contraditando com os direitos sociais, com o direito do consumidor sobrepondo-se aos chamados direitos de cidadania. Isto significa dizer que o princípio meritocrático que está na base da lógica distributiva em vigor é o do não-direito, pois “consumir, trocar, vender são ações que, ainda que amparadas em certos direitos, identificam ou apelam aos indivíduos em sua exclusiva condição de consumidores” (GENTILI, 1995, p. 240). Nesta perspectiva, o lazer torna-se acessível apenas para uma minoria, apresentando-se como um tipo muito específico de propriedade. Somente de posse deste “direito”, adquirido numa relação de compra e venda, efetuada no mercado nem sempre de modo direto, que o *cidadão-consumidor*, como proprietário, pode valer-se do direito ao consumo, usufruindo, desfrutando, fruindo ou gozando de um determinado complexo de experiências lúdicas proporcionadas por aquilo que doravante

convencionaremos chamar por *mercolazer*, forma contemporânea e tendencial de manifestação do lazer como mercadoria.

Se antes o lazer caracterizava-se como um *antivalor* ou uma *antimercadoria*, tratado como direito e alçado ao conjunto das políticas sociais como parte integrante da estratégia de financiamento público da reprodução da força de trabalho, além de incrementar a produtividade e preservar o salário para o consumo em massa de bens-duráveis, tal fenômeno assume agora uma posição muito mais de *subordinação real* do que de *subordinação formal* ao capital.¹¹⁵ Seus antigos atributos ou valores de uso sociais, dentre os quais podemos citar o *descanso*, a *diversão* ou o *desenvolvimento*,¹¹⁶ atrelados ou não a propósitos de cunho *romântico*, *moralista*, *utilitarista* ou *compensatório*,¹¹⁷ valem muito pouco no atual estágio de desenvolvimento do modo de produção capitalista. Em larga medida, cederam espaço ao *mercolazer*, do qual não se espera muito mais que a simples realização de um valor de troca, o salto perigoso em direção ao equivalente geral, momento final do giro do capital em que se resgata a *mais-valia* e se conferem os lucros, objetivo essencial e primeiro da indústria do lazer.

Com efeito, ao passo que o lazer assume a condição de um *não-direito*, manifestando-se como objeto de conquista no mercado, encontramos-nos diante da seguinte situação: de um lado, os ricos e

¹¹⁵ Para um melhor entendimento dos conceitos de *subordinação* ou *subsunção formal e real*, ver Marx (1971a, especialmente capítulo 14 ; 1978).

¹¹⁶ Como mencionado na introdução do trabalho, os famosos *três D* – *descanso*, *diversão* e *desenvolvimento* –, são considerados por Dumazedier (1976) como as funções mais importantes do lazer, resumindo, assim, sua utilidade social.

¹¹⁷ Tais propósitos, correspondendo às abordagens funcionalistas de lazer, conforme classificação proposta por Marcellino (1987), podem assim ser entendidos: *românticos*, marcados pela nostalgia e necessidade de conservação dos valores da sociedade tradicional; *moralistas*, associados ao controle e manutenção da ordem social; *compensatórios* que, vendo o trabalho como tempo e espaço de alienação, acreditam no lazer como uma possibilidade de fuga individual às insatisfações; e *utilitaristas* que potencializam as atividades de lazer como instrumento de recuperação e manutenção da força de trabalho.

endinheirados, os *com-lazer*, aqueles que podem pagar pelo melhor das mercadorias e estilos de vida, tendo acesso ao *primeiro mundo do lazer*, no meio, sob a constante pressão gerada pelo empobrecimento e influência determinada pelo mimetismo e pelo simulacro, localiza-se a classe média, com frequentes escapadas ao *primeiro mundo*, afundando-se em dívidas ou liquidando suas economias, contudo, em sua maioria, tendo contato somente com o mais barato, com passaporte apenas para o *segundo mundo do lazer*, cópia inferior do *primeiro mundo*, onde pululam as ofertas de *lazer-genérico* e crescem as apropriações do já descartado *lazer de segunda-mão*; e, na base da pirâmide, o *terceiro mundo do lazer*, dos pobres e dos miseráveis, dos *quase sem* e dos *sem-lazer*, a maioria da população, os que somente tem acesso ao pouco de *lazer-aberto* que ainda restou, ou mesmo, aqueles que são assistidos por programas do tipo *lazer-solidário* ou *lazer-filantrópico*, iniciativas geralmente funcionalistas, mantidas por ONG's, Igrejas, organizações comunitárias, associações de moradores, fundações empresariais, sociedades beneficentes etc., em grande parte, subvencionadas pelo Estado ou recebendo apoio de organismos internacionais.

No marco da reestruturação neoliberal, à medida que os governos federal, estaduais e municipais se desresponsabilizam cada vez mais pela implementação e gestão de políticas sociais, sob a pressão da responsabilidade fiscal e sob o pretexto do burocratismo, da morosidade, da ineficiência e da falta de controle sobre a administração pública, continuam a ser grandes os problemas causados pelo agravamento das desigualdades e exclusão social, agora naturalizadas. Como suposta solução para as situações mais crônicas, geradoras de instabilidade sistêmica, em substituição à universalização dos direitos, as políticas passam a pautar-se pela lógica focalista, com a introdução de

compensações pontuais visando o funcionamento do sistema e a conservação da ordem institucional.

Um exemplo emblemático de tal política é o da tentativa de ocupação social das áreas de instabilidade, objetivando combater a escalada da violência urbana com a implementação localizada de projetos culturais, educativos e de lazer. É o caso do que acontece no complexo da Maré, no Rio de Janeiro-RJ. Em funcionamento desde 1999, a Vila Olímpica da Maré oferece 20 modalidades esportivas, além de atividades culturais, de saúde e de nutrição. Toda sua infra-estrutura foi financiada pelo MET e pela Prefeitura do Rio de Janeiro, ao custo de R\$ 10 milhões. As despesas de manutenção são pagas pela prefeitura e pela estatal Petrobrás, que desembolsam respectivamente R\$ 89 mil e R\$ 60 mil mensais. Há outras parcerias com empresas privadas e universidades, que disponibilizam profissionais e serviços. Já a administração da Vila está a cargo de uma ONG criada especialmente para tal fim, a União dos Esportistas da Vila Olímpica da Maré. Com o número de atendimentos chegando a atingir aproximadamente 9.000 jovens ao ano, avalia-se positivamente tal investimento, com uma boa taxa de custo-benefício, o que se expressa pela queda dos índices de infrações cometidas por crianças e adolescentes, com redução em 56% de sua presença nas ruas da região. O princípio é manter a criança ocupada com atividades saudáveis, segundo contava a época o secretário municipal de Esportes e Lazer do Rio de Janeiro.¹¹⁸

Em São Paulo, o exemplo vem da Favela Monte Azul, localizada na zona sul da cidade. A favela tem em torno de 3.500 moradores. As creches e atividades da associação comunitária atendem por volta de 300 crianças de até 14 anos. A partir desta idade, são 84 jovens frequentando

¹¹⁸ Dados extraídos da matéria “Crianças trocam rua por esporte”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 9/7/2002.

as oficinas profissionalizantes, desenvolvendo habilidades em marcenaria, reciclagem de papel, costura e panificação. Isto sem falar das atividades complementares de lazer e do envolvimento nos mutirões organizados pela associação, que resultaram numa favela quase toda urbanizada, onde as casas dispõem de serviços de saneamento e eletricidade. O dinheiro para tudo isso foi captado no exterior. Como resultado, 94% dos moradores da Monte Azul se declaram felizes e não querem mudar da favela. Por sua vez, o delegado de polícia responsável pela região agradece, ressaltando que a associação solucionou os problemas de homicídio, garantindo a oferta de lazer, cultura e educação, que, em sua avaliação, é o que a sociedade precisa.¹¹⁹

A despeito dos avanços e limites de cada um destes projetos, interessa-nos trazê-los aqui muito mais para nos ajudar a pensar sobre a problemática do aqui chamado *lazer-solidário* ou *lazer-filantropico* do que propriamente para avaliá-los em sua especificidade, o que seria relativamente difícil de se fazer à distância. Estes e muitos outros exemplos que poderiam ter sido explorados, revelam a opção construída pela reforma do Estado no que se refere ao processo de “despolitização” e filantropização das políticas sociais, especialmente, das políticas setoriais de lazer. Como indicam os pressupostos da proposta de administração gerencial do setor público,¹²⁰ analisada por Melo (2003), a pronta condenação do Estado, supostamente burocrático e ineficiente, de um lado, e o aparente questionamento do mercado, por sua exclusiva inclinação para o lucro, de outro, deram forma às justificativas para a

¹¹⁹ Informações contidas na reportagem “Mobilização torna Monte Azul favela feliz”, da *Folha de São Paulo*, de 9/7/2002.

¹²⁰ A proposta de administração gerencial do setor público, articulada à reforma do Estado, cujo estímulo à criação das chamadas *organizações sociais* foi um de seus desdobramentos, teve a sua implantação no Brasil realizada a partir de 1995, sendo o Ministro Luis Carlos Bresser Pereira um de seus principais formuladores. Para saber mais, ver Pereira e Grau (1998).

escolha das instituições que deveriam dar conta dos problemas sociais, sobretudo aqueles relacionados à segurança, atacando os focos de instabilidade sistêmica, quais sejam: as organizações sociais não-estatais sem fins lucrativos, com forte presença do trabalho voluntário,¹²¹ movidas pelo discurso da solidariedade e da ação filantrópica, configuradas sob a designação de terceiro setor.

Seguindo essa lógica, o vazio de poder deixado pelo recuo e retração da participação estatal na condução das políticas públicas fez do terceiro setor uma grande atividade econômica, com acentuado crescimento nos últimos anos. No Brasil, só em 1995, foram movimentados R\$ 10,9 bilhões, o equivalente a 1,5% do PIB nacional,¹²² dinheiro angariado junto ao fundo público ou através das parcerias com a iniciativa privada, esta última, interessada muito mais no *marketing* social e capital simbólico acumulado do que preocupada com o bem estar e a melhoria das condições de vida da população. É a chamada “empresa cidadã” que, apoiando e financiando projetos de ação social, além de agregar valor à sua marca, maquia o capitalismo com alguns traços de humanidade.¹²³

De qualquer maneira, vale ressaltar que o crescimento do terceiro setor, como assinala Frigotto (1995), cria um triplo efeito negativo, com os seguintes prejuízos:

¹²¹ No Brasil, conforme o noticiado pelo jornal *Folha de São Paulo*, através da matéria “Atividade voluntária é 8ª no ranking das maiores economias do mundo”, publicada em 18/9/99, 1,45 milhão de pessoas atuam no terceiro setor, 23% como voluntárias.

¹²² Dados igualmente extraídos da matéria “Atividade voluntária é 8ª no ranking das maiores economias do mundo”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 18/9/99.

¹²³ Segundo o título da reportagem “Para 79% dos empresários, atuação social melhora imagem”, publicada pelo jornal *Folha de São Paulo*, em 18/9/99, ficam evidentes os motivos que impulsionam as parcerias estabelecidas entre a iniciativa privada e o terceiro setor para a realização de projetos sociais, distribuídos, conforme consta da mesma matéria, pelas seguintes áreas de atuação: educação (40%), saúde (26%), arte e cultura (23%), meio ambiente (19%), esporte (16%), defesa de direitos (8%) e ciência e tecnologia (7%).

- a pulverização de ONG's e demais instituições, sob os falsos argumentos de autonomia, descentralização, flexibilidade e aumento do poder local, acaba por contribuir para a inviabilização, no caso do lazer, ou maior deterioração ainda, no caso da saúde e da educação, de políticas sociais contínuas e universalizantes, integradas em sistemas nacionais;
- a proliferação sem controle de ONG's inibe e ofusca a ação de ONG's tradicionais e outras instituições assistenciais que têm efetivamente, ao longo da história, conseguido manter um trabalho de qualidade socialmente referenciada, com forte vocação popular, fugindo à perversidade da lógica do custo-benefício imposta pelo mercado; e
- a falsa idéia de que esta conduta de administração gerencial das políticas sociais articuladas às ONG's constitui-se em alternativa capilar, democrática, eficiente e econômica, mobiliza a opinião pública contra as poucas iniciativas de natureza pública-estatal ainda existentes.

Enfim, podemos dizer, mais uma vez, que o neoliberalismo questiona não somente a ineficiência do Estado para atuar no terreno econômico, mas também a própria pertinência da política como esfera de regulação social, propondo, deste modo, as já conhecidas fórmulas privatistas e desregulamentadas. Todavia, por motivos nem só simbólicos e de propaganda, mas fundamentalmente práticos, nem todas as ações assistencialistas podem ser abandonadas. “Há necessidade de pacificar áreas conflitivas e explosivas em matéria de políticas públicas” (TORRES, 1995). É principalmente por isso que as políticas focalistas de *lazer-solidário* ou *lazer-filantrópico* para os mais pobres se fazem presentes, caso contrário, a ordem institucional em determinadas regiões estaria posta em

risco. Em outros termos, filantropia, solidariedade e política social, para os neoliberais, só existe onde explode a violência.

No capitalismo avançado, está em curso, portanto, uma ampla política de reforma cultural que, ao mesmo tempo em que naturaliza as desigualdades, produzindo uma sociedade cada vez mais dualizada – onde figura, de um lado, um *lazer rico para os ricos* e, de outro, um *lazer pobre para os pobres* –, desintegra, pouco a pouco, a noção mesma de direito social. Nesta direção, faz-se necessária a advertência de que a defesa de direitos descolada da necessária defesa da ampliação, ou mesmo manutenção, das condições materiais que os assegurem, como se tornou comum na atualidade, não passa de um exercício de retórica (GENTILI, 1995). Isto quer dizer que o lazer constituiu de fato um direito social apenas quando a existência de um conjunto de instituições públicas consegue assegurar sua realização e concretude, o que nos remete à idéia de uma conquista permanente. Em sendo assim, nosso cuidado deve ser redobrado, pois o discurso do direito ao lazer, tão presente em nosso meio, está impregnado de “fantasmagorias”.

5. A cultura das saídas

Em articulação com o econômico e com o político, atuando junto com o aumento da exploração do trabalho, com a redução da utilidade das mercadorias e com a desintegração dos direitos sociais, formando uma só totalidade relacional, no plano da cultura, corrobora ainda como determinante fundamental na mercantilização do lazer, a relativização do luxo e da necessidade, dinâmica que se delineia pelo apelo ao consumo indiscriminado e permanente redefinição dos chamados estilos de vida. Trata-se de uma mudança qualitativa no comportamento de amplos setores da população, particularmente, naquilo que se refere aos hábitos

de consumo, expressão de uma avaliação positiva do supérfluo. O que se evidencia, portanto, é um processo de legitimação do *luxo*, aqui considerado como o consumo de bens e serviços de segunda ordem, outrora moralmente condenado.

Evidente que tanto posições favoráveis ao luxo, bem como o direcionamento de “necessidades luxuriosas”, podem ser localizadas em estágios anteriores do desenvolvimento capitalista, algo já percebido remotamente como um mecanismo vantajoso para a expansão produtiva e para o sistema como um todo. Entretanto, fica clara nos dias atuais uma postura nova em relação ao luxo, atitude “inerente ao modo pelo qual o capitalismo define sua relação com o valor de uso e o valor de troca, investindo contra os valores associados à produção orientada para o valor de uso” (MÉSZÁROS, 2002, p. 643). Nesse sentido, o estímulo ao consumo de coisas supérfluas não representa outra coisa senão um ingrediente a mais na dinâmica de disjunção da necessidade e produção de riquezas que hodiernamente se processa. Em sendo assim, as determinações objetivas e “leis” tendenciais do sistema capitalista não podem ser entendidas sem que se considere a adoção necessária do luxo como orientador da produção e reprodução ampliada do capital.

Uma vez que o luxo constitui hoje uma espécie de regulador do sócio-metabolismo do capital, há de se considerar que tal configuração tem enorme impacto sobre a estrutura das necessidades humanas, gerando novas referências para a vida cultural, o que não ocorre sem uma ruptura com antigos padrões e costumes morais. A relativização do luxo e da necessidade pressupõe, portanto, uma relativização dos valores. Entra aí em cena a tensão do supérfluo, da opulência e da luxúria contra o *proibicionismo* e o *puritanismo*, uma contradição que encontra expressão

na teoria econômica através do debate entre o *luxo* e a *poupança*.¹²⁴ Em franca oposição aos princípios do absolutismo moral, o tema do luxo é redefinido a fim de legitimar o *modus operandi* da *acumulação flexível*, orientada para a expansão e o aumento da produção através da enorme quantidade e variedade de bens e serviços disponibilizados para o consumo individual.

Pode-se ver neste contexto que o “espírito do capitalismo” weberiano não é somente irrelevante para a compreensão da maneira pela qual o sistema capitalista de produção e distribuição funciona no século XX; é também profundamente desorientador no que diz respeito às suas tendências fundamentais de desenvolvimento desde o início (MÉSZÁROS, 2002, p. 642-643).

Todavia, ainda que o processo de acumulação capitalista, tanto em seu estágio inicial como na atualidade, não se deva aos princípios ético-protestantes da poupança, da parcimônia e da austeridade, como defende Weber (2001), tampouco seja decorrente da abstinência por parte de quem prefira o *consumo futuro* às custas da contenção do *consumo presente*, conforme entende a *economia clássica burguesa*, é certo que, atuando sobre o indivíduo singular, e até mesmo sobre a formatação ideológica da consciência coletiva, foi sim determinante a *religião do trabalho*, o chamado *credo da burguesia* com o qual se digladiou Lafargue (1999). De qualquer forma, embora as racionalizações subjetivas de

¹²⁴ A contradição entre o *luxo* e a *poupança*, cujo entendimento é deveras importante para a compreensão das primeiras iniciativas em torno da administração e controle do tempo livre, o que deu origem ao lazer, provoca um debate que não é recente. A esse respeito, já em 1844, Marx (2001a, p. 159) escreve: “A disputa dos economistas sobre o luxo e a poupança reduz-se à disputa entre a economia política que se tornou claramente consciente da característica da riqueza e aquela economia política que ainda se encontra prisioneira de recordações românticas e antiindustriais. Mas nenhuma delas sabe como exprimir o objeto da disputa e, portanto, como resolver a questão”. Nossa avaliação é que, com o curso do desenvolvimento histórico, esta contradição foi “resolvida” – ou pelos renovada – algumas décadas mais tarde, justamente, com o surgimento do lazer.

capitalistas particulares possam realmente se adaptar à tese *weberiana*¹²⁵, neste caso, são as determinações objetivas do sistema – com especial atenção para a concorrência intercapitalista, para a concentração de capitais, para as formações monopolistas e para a taxa decrescente de valor de uso das mercadorias – que tornam inteligível a necessária adoção do luxo como pedra angular da expansão capitalista.

Sob uma outra perspectiva, porém sem deixar de ser coerente com o raciocínio até aqui exposto, a relativização do luxo, da necessidade e dos valores morais é uma tendência histórica também abordada por Hobsbawm (1992). Para o autor, diante da prosperidade e crescimento econômico que o capitalismo experimenta na segunda metade do século XIX, momento ulterior à Revolução Industrial, com a Inglaterra ocupando a posição de nação hegemônica no cenário da economia mundial, tanto a burguesia triunfante como a classe média ascendente, numerosamente maior que a classe média pré-industrial, foram levadas a uma identificação mimética com o estilo de vida modelado segundo o das antigas elites, porém menos formal e mais privatizado. Segundo o mesmo autor, um fator que contribuiu decisivamente para isso foi justamente o afrouxamento das convicções puritanas pelas quais, tanto a burguesia como a classe média, haviam se identificado entre si e se diferenciado da decadente aristocracia ociosa e dos proletários “bêbados” e “preguiçosos”.

Entre a burguesia estabelecida, o dinheiro já havia sido ganho. Poderia provir não diretamente de sua fonte, mas de pedaços de papel que representavam “investimentos”, cuja natureza poderia ser obscura, mesmo quando não se originassem de alguma remota região do globo, distantes dos condados ao redor de Londres.

¹²⁵ A tese *weberiana*, com base em levantamento estatístico sobre a Europa moderna, o qual identifica a base religiosa protestante como sendo majoritária entre os grandes industriais, comerciantes e operários especializados, define o tipo ideal de conduta moral que favoreceu o desenvolvimento do capitalismo. Ver Weber (2001).

Frequentemente era herdado ou distribuído aos filhos ociosos e às mulheres da família. Grande parte da burguesia do final do século XIX consistia na “classe ociosa” [...]. E mesmo aqueles que ganhavam dinheiro não precisavam dedicar a isso muito tempo, pelo menos no caso de o fazerem nos bancos (europeus), nas finanças e nas especulações. Na Inglaterra, em todos os casos, essas atividades deixavam bastante tempo para se cultivar outros interesses. Em suma, gastar tornou-se pelo menos tão importante quanto ganhar. Não era necessário gastar prodigamente como os ultra-ricos, dos quais efetivamente havia muitos, na *belle époque*. Mesmo os relativamente menos opulentos aprendiam a gastar para o próprio conforto e prazer (HOBSBAWM, 1992, p. 238).

A pouco mais de um século, portanto, o estilo de vida e os valores presentes tanto entre os ricos como entre as classes médias estabelecidas já sinalizava uma *cultura de luxo* e de *prodigalidade*, mudança que foi acompanhada pelo relaxamento da antiga conduta da *frugalidade* e da *poupança*. Mas é bom que se diga que o hábito da gastança não se estendeu logo de imediato a um conjunto mais ampliado da população. Dada a natureza contraditória do capital, devemos levar em conta suas tendências e contratendências, além de considerar sua lógica de desenvolvimento desigual, o que significa que a tensão produzida entre o *luxo* e a *poupança* pode se manifestar de maneira diversa nas distintas regiões do globo. Há de se saber que se o *luxo* se afirmava como tendência, o que refletia a necessidade de expansão da produção e alargamento do círculo de consumo, abarcando um número cada vez maior de pessoas, é verdade também que o imperativo da *poupança* não foi de todo abandonado.

Ocorre que a virada para o século XX, depois um longo período de prosperidade material, de relativa estabilidade nos países de capitalismo desenvolvido, de relativo bem estar e melhoria das condições

de vida em vastas regiões, de afirmação da burguesia e dos princípios econômicos do liberalismo clássico, a expansão imperialista trouxe consigo o acirramento da concorrência intercapitalista e entre as nações, empurrando o mundo ao conflito e à guerra. A idéia de progresso linear que nutriu a sociedade da *belle époque* desmorona por completo com a 1ª grande guerra e, após 1914, a história passa a se desenrolar através de uma série de convulsões. Como consequência inevitável, regridem os padrões de vida nos países desenvolvidos e nos ambientes da classe média que até então todos acreditavam que já estivesse se espalhando para regiões menos desenvolvidas e setores economicamente menos favorecidos da população.

Assim, os anos entre o início da Primeira e as seqüelas da Segunda Guerra Mundial foram um período de crise e convulsões extraordinárias na história. A melhor maneira de considera-lo é como uma era em que o modelo mundial da Era dos Impérios ruiu sob o impacto de explosões que ela mesmo gerara em silêncio durante longos anos de paz e prosperidade. O que ruiu é evidente: o sistema mundial liberal e a sociedade burguesa do século XIX como norma à qual, por assim dizer, qualquer tipo de “civilização” aspirava. Foi, afinal de contas, a era do fascismo. Qual seria o perfil do futuro? Este só ficou claro em meados do século (HOBSBAWM, 1992, p. 461).

No pós-2ª guerra, em lugar da Inglaterra, os Estados Unidos assume a posição de nação hegemônica, no entanto, num cenário internacional bastante diferente daquele do século XIX. Diante de um modo de produção anti-sistêmico e que chegou a abarcar um terço de toda a população mundial, as relações internacionais foram polarizadas. No quadro da guerra fria, enquanto o centro do capitalismo era reforçado pelo programa norte-americano de reconstrução dos países devastados pela guerra, um conjunto de países da periferia – no qual se inclui o Brasil –

também acabou por receber uma série de investimentos que lhes possibilitaram avançar na implementação de um sistema industrial (POCHMANN, 2001). Desta feita, a fim de proteger e estender seus domínios, rivalizando com a ameaça do socialismo real, os EUA promove a difusão geográfica de seu padrão de industrialização, internacionalizando a experiência fordista que já havia iniciado há algumas décadas em sua própria base territorial.

Deve-se observar, no entanto, que a internacionalização do *fordismo* não se desenvolveu de modo homogêneo e sem a existência de contradições. “A expansão do *fordismo* ocorreu numa conjuntura particular de regulamentação político-econômica mundial e uma configuração geopolítica em que os Estados Unidos dominavam por meio de um sistema bem distinto de relações de poder” (HARVEY, 2000, p. 132). Na Europa, seu sistema rotinizado e fragmentado encontrou forte resistência dos trabalhadores. Já nos países periféricos, como no caso do Brasil, o contexto de exclusão e concentração de renda implicou na sua implantação precária. Foi o denominado *fordismo periférico*, *fordismo incompleto* ou *fordismo autoritário*, com alta rotatividade da força de trabalho e baixos salários, portanto, um fordismo portador de peculiaridades que o distingue do *fordismo americano*, com estabilidade e altos salários. Todavia, a universalização deste último, ainda que de maneira desigual, é uma verdade que se fez sentir por todo o mundo a partir da segunda metade do último século.

Faz-se importante colocar tal processo em evidência pois o modelo fordista se materializou como um momento ímpar de realização das forças produtivas capitalistas, potencializando, de forma inédita, todos os elementos constitutivos da base tecnológica afluyente da segunda

Revolução Industrial¹²⁶. Nesse sentido, as modificações introduzidas pelo *fordismo* nos EUA nas primeiras décadas do século XX constituíram “o laboratório do qual germinaram as possibilidades de retomada da acumulação de capital sobre novas bases e no qual se gestou o formidável crescimento da economia capitalista do pós-guerra até meados dos anos 1960” (SOUZA, 1992, p. 12). Mas não foi só isso, além de expressar um novo tipo de organização e racionalização do trabalho, o *fordismo* inaugura uma nova ideologia, construindo uma ampla rede de aparelhos de hegemonia, por sua vez, organizadora de uma cultura arraigada no *puritanismo* e no *proibicionismo*.

Diante deste novo padrão de acumulação, configurando um aparelho industrial voltado à produção e ao consumo em massa de mercadorias – isto é, de bens duráveis –, para que os trabalhadores pudessem suportar a também demandada nova estrutura da organização do trabalho, foi necessário por em marcha sua “integração” cultural, iniciativa que redundava na administração e controle tanto de seu tempo de trabalho como de seu tempo livre. Este tipo de racionalização que atuou sobre o cotidiano operário revela a dimensão totalizante do *fordismo*, pois este novo modelo de organização exercido sobre a força de trabalho assalariada, em função da estabilidade e do padrão remuneratório elevado, implicou em medidas que se generalizaram de modo capilar por toda o tecido social, adequando as mais distintas práticas culturais às exigências da produção e reprodução do sistema.

¹²⁶ A segunda Revolução Industrial relaciona-se ao processo de produção em escala de novos bens – energia elétrica, automóvel, química, petróleo, aço etc. – que ocorre entre 1870 e 1910. Motores a combustão, máquinas menores e toda parafernália eletrônica subsequente permitiram o desenvolvimento de utilidades domésticas que, junto com o automóvel, seriam os bens de consumo duráveis. O *fordismo*, ao se valer da moderna tecnologia eletromecânica e com a introdução da linha de montagem, com a expansão das escalas e dos ritmos de produção, maximiza resultados e acelera o conceito de produto único, barateando preços e estimulando a produção e o consumo em massa. Vale lembrar que o Brasil consegue internalizar os resultados a segunda Revolução Industrial bem mais tarde, como é no caso da indústria siderúrgica, implementada somente na década de 1940, e da indústria automobilística, nos idos dos anos 1950 (POCHMANN, 2001).

As iniciativas *puritanas* têm o objetivo de conservar, fora do trabalho, um determinado equilíbrio psicofísico que impeça o colapso fisiológico do trabalhador, premido pelo novo método de produção. Este equilíbrio só pode ser externo e mecânico, mas poderá tornar-se interno se for proposto pelo próprio trabalhador, e não imposto de fora; se for proposto por uma nova forma de sociedade, com meios apropriados e originais (GRAMSCI, 1976, p. 397).

Nesse sentido, mais do que um sistema de produção e consumo em massa, o *fordismo* deve ser entendido como um modo de viver, de pensar e de sentir a vida. Mas quais são afinal os desdobramentos dos princípios e valores morais do *puritanismo* e do *proibicionismo* no cotidiano operário? Na busca da estabilidade e coesão, estas foram as ferramentas para a obtenção da obediência e da passividade aos novos preceitos industriais por parte dos trabalhadores. Como uma espécie de contrapartida às políticas praticadas de altos salários e de bem-estar, exigia-se da massa de empregados a observância a um rígido código de condutas individuais e familiares. As normas higiênicas, a postura da contenção e da reserva, a proibição ao uso do tabaco e do álcool, a também proibição de se frequentar bares e cabarés, a condenação de todo tipo de prática que colocasse sob ameaça o bem estar físico e moral da coletividade, enfim, uma série de medidas disciplinares de coerção, repressão e vigilância, exercidas sobre os trabalhadores, caracteriza o tom do projeto civilizatório em questão.

Este aspecto nos informa sobre as estratégias burguesas adotadas tendo em vista eliminar as “desviâncias sociais”, promover a “regeneração e elevação” (sic, Ford) das classes trabalhadoras, através da inculcação do puritanismo e da religiosidade no novo proletariado industrial. Trata-se do momento superestrutural em que se passa à organização da cultura, e onde o *fordismo* e o

americanismo se colocam, de fato, como uma ideologia constituidora do real (SOUZA, 1992, p. 29).

O objetivo era o de garantir a máxima estabilidade e homogeneidade do operário-massa frente às novas necessidades de produção e de vida, combinando, para isso, as mais variadas formas de coação e autodisciplina de um lado, com a retribuição e a cooptação de outro. Em sendo assim, o estímulo à vida familiar monogâmica, como exemplo, dentre outras prescrições, era uma das condições imposta aos trabalhadores para a manutenção do emprego e ascensão profissional, uma injunção que se encontrava imediatamente articulada à difusão dos valores puritanos. Neste contexto, a Escola, direcionada especialmente para os jovens, e a Igreja, voltada à população em geral, por excelência, eram as duas instituições que mais contribuíam para a formação do novo homem, o *trabalhador de novo tipo*. E quando a reforma moral não era o suficientemente eficaz na inculcação da ideologia em questão, o enquadramento era então realizado diretamente pelos aparelhos de repressão policial.

No firme propósito da coerção permanente, fosse moralizando, fosse reprimindo, de um jeito ou de outro, o *fordismo* progredia em seu projeto de domesticação operária. Tudo isso porque a estabilidade e os altos salários constituíam-se como mecanismos bastante contraditórios, “uma arma de dois gumes”, como salienta Gramsci (1976, p 298). Pois era de fato preciso que os operários gastassem seu dinheiro. Mas era imperioso que isto fosse feito de modo racional, tanto para manter e renovar a força de trabalho, como também, via acesso ao consumo proporcionado pela economia e pela poupança, para alimentar a produção industrial de bens duráveis. Por outro lado, a elevação dos salários podia ainda levar à degeneração da força de trabalho, pois os perigos do *luxo* se tornavam mais acessíveis. Eis então a luta contra os males e perigos do

ócio. Aí estava um dos motivos da cruzada moral e proibitiva iniciada pelos capitalistas industriais e que logo se tornou função de Estado. Enfim, atividade não só para a Escola, para a Igreja e para a Polícia, mas uma cruzada na qual igualmente se engajaria a chamada organização dos lazeres.

O álcool tornara-se uma mercadoria de luxo e nem mesmo os mais altos salários poderiam permitir que ele fosse consumido; quem trabalha pelo salário, com um horário fixo, não tem tempo para procurar álcool, para praticar esportes ou para eludir as leis. A mesma observação pode ser feita em relação à sexualidade. A “caça à mulher” exige muitos *loisirs*; assim, o operário que volta para casa à noite, depois de uma longa jornada de trabalho, não está habituado a sair em busca de mulheres de fortuna; ele ama a sua, segura, infalível, que não fará rodeios e não pretenderá a comédia da sedução e do estupro para ser possuída. Parece que assim a função sexual se mecaniza, mas, na realidade, trata-se de uma forma de união sexual sem as cores “fascinantes” da fantasia romântica própria do pequeno burguês e do *bohémien* vadio. Percebe-se que o novo industrialismo pretende a monogamia, exige que o homem-trabalhador não desperdice as suas energias nervosas na procura desordenada e excitante da satisfação sexual ocasional: o operário que vai ao trabalho depois de uma noite de “desvarios” não é um bom trabalhador (GRAMSCI, 1976, p. 399).

Dentre as múltiplas estratégias empreendidas pela investida *fordista* contra as desviâncias sociais, a sacralização da relação monogâmica aparece então como a base fundamental sobre a qual se assentam todos os outros princípios morais que orbitam ao *puritanismo* e ao *proibicionismo*. Isto porque o nexos estabelecido entre produção e consumo sob o regime de acumulação estruturado pelo *fordismo* articula a produção em massa ao consumo operário de bens duráveis e ao capital financeiro. O sistema concede uma série de direitos – educação, saúde,

lazer etc – que, atuando como salário-indireto, liberam recursos para o consumo em massa de bens duráveis, o que se sustenta a partir do crédito e da poupança, assim, devendo ser coibidas as possibilidades de vazão do salário em resposta às “necessidades luxuriosas”. Deste modo, além da estabilização do grupo familiar em torno de um modo de vida condizente com a demanda de produção e reprodução da força de trabalho especializada, percebe-se igualmente a fixação deste grupo como célula básica de consumo.

Tendo em vista a vigência dos altos salários, fazia-se preciso compelir o trabalhador à reserva e à contenção. Saber poupar sem se deixar seduzir pelo consumismo vil dado pelo supérfluo e pelas práticas lascivas do tempo livre. Gastar no absolutamente necessário, os bens duráveis representados pelos automóveis e eletrodomésticos que proporcionavam o conforto e a elevação do padrão de vida familiar. Estas eram as diretivas objetivamente impostas pelo alto que, internalizadas subjetivamente pelos “de baixo” a partir de uma série de constrangimentos sociais, acabaram por conformar o espírito doméstico e aquilo que se pode chamar por *cultura da casa*. Através da constituição de mercados de massa, da força de trabalho estável, da implementação de políticas de bem-estar, da construção de uma rede de aparelhos e organizações de formação moral e coerção legal, o que se somou à difusão do consumo de duráveis no âmbito doméstico, operando uma série de ajustamentos entre estruturas e superestruturas, o capitalismo escrevia então uma nova fase de seu desenvolvimento.

Pode-se concluir que frente esta nova tentativa de hegemonia, o resultado foi o alargamento das alianças entre direção econômica e cultural e os grupos subalternos. Para tanto, esse movimento exigiu a recomposição interna do operariado, concomitantemente ao processo de reestruturação da composição social e ideológica

das classes trabalhadoras como um todo. [...] O lugar, anteriormente atribuído à pequena burguesia e às classes médias, é agora, no âmbito do novo equilíbrio de forças políticas necessário à reprodução as relações de dominação e de direção, ocupado pelos novos quadros intermediários da produção fordista (SOUZA, 1992, p. 7).

Em sendo assim, se resolvemos seguir em rota oposta ao curso normal da história e revisitamos o cenário de prosperidade material e econômica presente na Inglaterra da segunda metade do século XIX, quando se pôde detectar o relaxamento das convicções puritanas entre a burguesia e a classe média ascendente, percebemos que, desde então, apesar da expectativa gerada à época de relativização do luxo, o que acabou por acontecer, ao contrário, foi o refreamento de tal tendência. Como já mencionado, diante do grande salto atrás imposto ao sistema mundial liberal e a sociedade burguesa pelas grandes convulsões que abalaram a Europa da primeira metade do século XX, os Estados Unidos se afirma como nação hegemônica, impulsionando uma nova fase do industrialismo, além de edificar um novo modelo de regulação social que se universaliza no pós-2ª guerra. Sim, apesar das crises que também assolaram a economia dos EUA, tais inovações alavancaram um processo de expansão da riqueza neste país, todavia, como se constatou, baseado numa relação entre produção e consumo muito particular.

Ocorre que sob a batuta do *fordismo*, o consumo abarca um número crescente de trabalhadores, permitindo, notadamente aos empregados nos setores de gestão e de avançado desenvolvimento técnico-científico, elevado poder de compra, o que, pelo menos em tese, possibilitaria a expansão do luxo. Apesar disso, aquilo que realmente se percebe é uma espécie de *consumo tutelado*, consequência do modo de vida regrado pelo *puritanismo* e *proibicionismo*, ideologias que voltam carga

contra o supérfluo e todo tipo de “necessidades luxuriosas”, difundindo, mesmo entre os segmentos populacionais economicamente privilegiados, os princípios e os valores da economia, da contenção e da poupança que, lá atrás, no século XIX, já haviam dado sinais de esmorecimento. Não obstante às condições objetivas permitirem a relativização do luxo e da necessidade entre a massa de trabalhadores, uma rede de constrangimentos lhes foi imposta a fim de que subjetivamente assumissem o *espírito doméstico* e a *cultura da casa* como base estruturante da vida social.

Podemos concluir, deste modo, que o desenvolvimento da produção capitalista se faz acompanhar por grandes reveses no que se refere à tensão entre o *luxo* e a *poupança*. É bem verdade que numa lógica não linear de avanços e recuos, hora uma, hora outra tendência, em luta permanente, acaba por dominar a cena histórica. Todavia, apesar de revelarem uma enorme contradição, é correto dizer também que *luxo* e *poupança* constituem dois pólos inseparáveis de uma mesma totalidade. Nesse sentido, conforme explica Mészáros (2002), seria absolutamente arbitrário conferir a apenas um dos lados a condição privilegiada do *espírito do capitalismo*, ignorando o outro. Tanto mais porque a tendência enfraquecida no *fordismo* – ou seja, o *luxo* – parece hoje ser a historicamente dominante. Isto pois a expansão da produção demanda, invariavelmente, ampliação do consumo. Trata-se de um movimento que se acentua com o tempo, especialmente porque a produção em massa, o avanço da divisão do trabalho e o desenvolvimento tecnológico não se justificam mediante o confinamento do consumo a um número restrito apenas de ricos e endinheirados.

Não por acaso, quando a economia de escala buscada na produção *fordista* de massa de bens duráveis, frente às condições de recessão, de intensificação da concorrência intercapitalista e de

capacidade produtiva excedente, dentre outras tantas determinações desfavoráveis, entra em crise a partir do início da década de 1970, a transição para uma economia de escopo alicerçada sobre a produção flexível de uma infinidade de bens e serviços a preços mais baixos e competitivos, potencial extensora do consumo através da abertura e exploração de novos e diferenciados nichos de mercado de menor escala, torna-se questão de vida ou de morte para o capitalismo. Nesta perspectiva, como sinal dos novos tempos e saldo inevitável da diversificação e inovação da produção, da exacerbação dos modismos e do apelo indiscriminado ao consumo, a difusão do luxo passa a incorporar um número mais ampliado da população.

Como resultado da irreprimível dinâmica expansionista do capital, tudo aquilo que um dia parece ser “demais” se torna “muito pouco” em outra época; não por causa do esclarecimento crescente, mas porque o próprio sistema produtivo do capital é constrangido pelas limitações do consumo, e por isso necessita tirar do seu caminho os constrangimentos do “muito pouco” (MÉSZÁROS, 2002, p. 658).

Seguindo tal premissa, se a direção e a ordem do “muito pouco” abalizavam-se antes pelo trabalho e pela poupança, o horizonte de agora passa a ser o da gastança contínua, não importa a finalidade do objeto de consumo e nem se ele cabe no orçamento de quem compra, pois uma coisa nova hoje nunca, nunca é “demais”. “A *acumulação flexível* foi acompanhada na ponta do consumo, portanto, por uma atenção muito maior às modas fugazes e pela mobilização de todos os artificios de inculcação de necessidades e de transformação cultural que isso implica” (HARVEY, 2000, p. 148). É então neste contexto de uma nova revolução

cultural ou de um *novo americanismo*¹²⁷ que o consumo dirigido pela necessidade, orientado para o “muito pouco”, vai perdendo terreno. No entanto, é bom que se diga que junto com a expansão do consumismo, sempre atado à lógica do “demais”, a economia e a poupança, como tendência subalterna do capitalismo avançado, não são, de modo algum, abandonadas. Mas a mudança qualitativa das práticas de consumo contemporâneas confirma o seu inquestionável recuo frente à superfluidade do luxo e do desperdício.

Para melhor entender tais modificações, basta olhar para a instituição família. Se outrora ela constituía o núcleo básico de consumo, forjando um tipo de ambiente propício para a economia e o crédito necessário para a compra de automóveis e eletrodomésticos, as mercadorias mais emblemáticas da produção *fordista*, atualmente, seus membros são liberados para um consumo diversificado e segmentar colado às necessidades e desejos individuais, dando vazão a produtos e serviços cada vez mais personalizados. Geralmente, são mercadorias de reduzido valor unitário quando comparadas aos bens duráveis, o que desonera seu consumidor da salvaguarda da poupança ou do crédito.¹²⁸ E mais, não se prendem ao *espírito doméstico* e ao *espaço domiciliar*. Ao contrário, rompem com a rigidez de fixação e lugar, desterritorializando-se e demandando deslocamento por parte do consumidor, além de impelirem-

¹²⁷ Como uma ideologia constitutiva da realidade, difusora da racionalidade da composição das forças sociais fundamentais à economia capitalista à época do fordismo, o *americanismo* agora se renova, criando o “novo” consumo necessário à economia de escopo sobre a matriz do “velho” consumo necessário à economia de escala. Assim, par a par com a modernização conservadora, o novo *american way of life* revoluciona passivamente os hábitos e os padrões de consumo, sob o ideário do desperdício e da prodigalidade, agora mais vulneráveis ao luxo e ao supérfluo.

¹²⁸ Obviamente que certas mercadorias que envolvem um conjunto de maior de serviços, como, por exemplo, os pacotes turísticos que somam os custos de transporte, alimentação, hospedagem, diversões locais etc, demandam prévio planejamento por parte de clientes pertencentes aos extratos economicamente menos privilegiados da população, exigindo de sua parte poupança ou crédito para a realização da viagem.

no a se desvencilhar de suas ligações com os interesses coletivos ou grupais.

Está em curso, portanto, uma transição que tende à desintegração da *cultura da casa*, corrompendo os antigos valores familiares que serviram de sustentáculo à relação produção-consumo do *fordismo*. “Já não são os valores clássicos que organizam a vida cultural, mas, o que alguns autores chamam de *cultura das saídas*” (ORTIZ, 2000, p. 211). No oposto das coerções diretas e indiretas exercidas sobre a massa pelo *puritanismo* e *proibicionismo*, administrando seu tempo livre, as pessoas hoje são arrebatadas pelo desvario. Isto pois, o afastamento do ambiente doméstico figura como passo indispensável em direção a gastança. Sem desconsiderar o imenso mercado voltado ao lugar de moradia, é privilegiadamente *na* e *pelas* saídas que se processa a superfluidade do luxo, o consumo do “demais”.¹²⁹ É lá, longe de casa, que se adianta a abundância e a variedade de mercadorias consumíveis individualmente, cuja venda alimenta a o modelo da *acumulação flexível*. Não é à toa que a mobilidade se torna um evidente sinal de distinção. Julga-se o indivíduo pela frequência e seus *tipos de saída*.

Acompanhando a tendência em evolução do *consumo de luxo*, acresce a oferta de serviços de lazer e turismo. No setor hoteleiro, por exemplo, a investida das grandes redes de luxo no mercado brasileiro é expressão desta expansão. A Leading Hotels of the World, organização de reserva e *marketing* que representa 380 hotéis de luxo e atua no Brasil há quase duas décadas, vendeu 17.600 diárias para brasileiros em 1996 e 26.075 em 2000, o que representa um salto de 48% em apenas quatro

¹²⁹ Neste interim, vale observar que também se desenvolveu um enorme e diversificado mercado de bens e serviços dirigidos ao ambiente doméstico. Destacam-se aí o luxo e o requinte desenvolvido pela arquitetura e *design* interior que muitas vezes conferem a casa e ao lugar de moradia a funcionalidade, a estética e o *status* para a recepção, um espaço apropriado para o acolhimento das *saídas* de outrem. Isto sem falar dos imóveis de lazer, a casa de campo ou de praia que igualmente constituem um mercado específico, um destino certo para as *saídas* de feriado prolongado.

anos. “Não estamos caçando milionários, mas sim pessoas dispostas a pagar por grandes confortos”, é o que conta um dos diretores da organização.¹³⁰ Pode-se alegar, no entanto, que este *tipo de saída* não é para qualquer um. Mesmo que não seja privilégio só de milionários, trata-se de uma prática distante do bolso dos setores de menor renda, o que é absolutamente correto. Mas há de se registrar que o crescimento da *indústria do lazer* e do turismo é generalizado, apesar de fatores como a escassez de tempo livre e a limitação orçamentária influenciarem o perfil das viagens de lazer no país.

Os brasileiros movimentaram em 2001 cerca de 20 bilhões de reais para se divertir viajando pelo Brasil, 25% a mais que os 16 bilhões verificados em 1998. Se antes a parcela da população que viajava chegava aos 32,7%, o número mais recente subiu para 36,4%. No que se refere à renda, não obstante às cifras que envolvem o setor, o turista médio aperta o orçamento para o lazer. Em 2001, ganhava pouco mais de R\$ 860,00 por mês em 1 viagem-ano ao valor de R\$ 419,00 com duração aproximada de 11 dias. Já para quem recebia mais de 15 salários mínimos por mês, algo entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.500,00 naquele ano, a viagem ganhava em conforto com o desembolso chegando a R\$ 1.800,00 para o mesmo período. Outros dados interessantes dizem respeito ao meio de transporte utilizado para viagem. Se apenas 9% do total de turistas valiam-se do transporte aéreo e a maioria, o que significa 36, 5% dos viajantes, seguia utilizando o ônibus, 1,6% já havia descoberto uma alternativa mais econômica de viagem, os “perueiros”.¹³¹ Seja pelo ar ou pela terra, de avião, de ônibus ou de “perua”, com ou sem dificuldades, os números do turismo de lazer no Brasil traduzem o crescimento da atividade, ainda que

¹³⁰ Dados extraídos da matéria “Férias de milionário”, da revista *Veja*, de 6/6/2001.

¹³¹ Números da Fipe/USP divulgados pela reportagem “Dólar mais caro muda o perfil do turismo no país”, de 6/5/2002, do jornal *Folha de São Paulo*.

as discrepâncias no nível da renda, obrigatoriamente, redundem em diferenças e desigualdades de comportamento na hora da diversão.

Agora, se a relativização do luxo e da necessidade forja novos hábitos de consumo entre a população como um todo, promovendo a difusão da chamada *cultura das saídas*, tal tendência carrega consigo certas contradições que ao mesmo tempo velam e revelam aquilo que é essencial e verdadeiro em seu movimento. Dizemos isso pois se efetivamos uma consulta às edições anuais da POF/IBGE¹³² podemos facilmente nos enganar quanto à credibilidade dos argumentos até aqui arrolados. Isto porque nela a relação construída entre a diminuição do rendimento e o corte nos denominados *gastos com recreação* é por demais automática, o que pode precipitar algumas análises superficiais. O mesmo acontece com a POF/FGV, na qual a queda de renda dos trabalhadores entre os anos de 1999 e 2002, figura como o motivo da redução dos “gastos com recreação”, que passaram de 3% para 2,5% do total do orçamento familiar – ou seja, em 1999, de cada R\$ 100,00, perto de R\$ 3,00 eram reservados à recreação; em 2003, esses gastos recuaram para R\$ 2,50. Um dos analistas da FGV não hesita em afirmar que a pesquisa mostra que há uma redução dos gastos com supérfluos em função da maior atenção ao que é indispensável para a manutenção da unidade familiar.¹³³

Passemos então às inadvertências que podem estar por detrás deste tipo de análise. Vale registrar logo de início que a classificação *gastos com recreação* engloba saídas do tipo cinema, teatro, danceterias, shows, idas a estádio etc., abarcando ainda itens como periódicos, livros e revistas. Fica de fora desta categorização um sem número de outras

¹³² A POF/IBGE analisa a composição dos gastos e do consumo das famílias segundo as classes de rendimento e permite verificar, na comparação com as pesquisas anteriores, as mudanças nas despesas e nos hábitos dos brasileiros. Para saber mais, consultar <http://www.ibge.gov.br>.

¹³³ Informações constantes da POF/FGV de 2002.

possibilidades de gastos que devem ser debitados na conta do lazer. E isto a própria POF já detecta como um limite seu, uma vez que os gastos com internet e TV por assinatura,¹³⁴ só para citar um exemplo, que praticamente triplicaram de um levantamento para outro, não entram na classificação de recreação da FGV. Tudo que não se enquadra como gasto específico de recreação, tem de ser despejado no item *diversos*. Mas se esse é o critério, o mesmo deveria valer para os periódicos, livros e revistas, itens também não-específicos de lazer.

Afora esta primeira ordem de problema, afirma-se que a recomposição dos gastos originária da queda de rendimentos elimina tudo que é luxo, obrigando o brasileiro a engrossar a fatia do seu orçamento para se alimentar, se vestir, pagar as contas da casa e falar ao telefone. Tal tendência é de fato concreta, mas gastos com alimentação, vestuário e contas públicas também podem esconder alguns luxos e excentricidades, senão vejamos. No que tange ao item específico *alimentação*, a POF/IBGE 2002-2003 mostra que, em 30 anos, o brasileiro diversificou bastante os produtos que vão à mesa. Numa ponta, diminuiu o consumo de gêneros tradicionais como arroz, feijão, batata e açúcar e, noutra, aumentou, por exemplo, o consumo *per capita* de iogurte, que passou de 0,4 kg para 2,9 kg; ou de guaraná, que saiu de pouco mais de 1,7 l para 7,7 l. Até o pão e o leite de cada dia tiveram seu consumo reduzido em 40%. E uma outra

¹³⁴ A *internet*, com seus *chat's* e salas de bate-papo, com seus jogos, com seus leilões eletrônicos e uma infinidade de outras possibilidades de “navegação”, e a TV por assinatura, com seus variados programas sobre turismo, gastronomia, esportes de aventura etc., que nos conduzem as mais distantes paisagens, conformam um tipo de prática de lazer que preservam intimismo e o anonimato combinando os ambientes da *casa* e a *rua* naquilo que pode se chama de *saída virtual*, prática de tempo livre que tem se revelado nos dias de hoje cada vez mais indispensável ao consumo. Números veiculados através da reportagem “Usuário caseiro é a elite da internet”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 22/12/1999, revelam que 20% das pessoas que utilizam a *internet* no Brasil realizam compras eletrônicas, com destaque para os seguintes produtos: CD's, livros, artigos de informática, roupas e calçados, compras em supermercado, perfumes e cosméticos, material esportivo, passagens aéreas e pacotes de viagem e remédios.

mudança nos hábitos é dada pelo aumento no consumo dos alimentos preparados.¹³⁵

A tendência à variedade e ao comparecimento constante de quitutes e guloseimas à mesa de parte dos brasileiros é testemunho da ascendência do pecado da gula entre a população, tornando mais calórico o capital monopolista da indústria alimentícia. Isto sem falar da *alimentação divertida*, aquela em que o consumo de alimentos está imbricado às práticas de lazer, manifestando-se desde a pipoca do cinema até o churrasco do final de semana, isto sem falar da comilança nas praças de alimentação de *shoppings* e hipermercados. É a ingesta calórica sob o *invólucro lazer*. Outro exemplo pode vir da gastronomia turística, quando a ida à mesa dos bares e restaurantes aparece disparada como a justificativa de gasto mais frequente entre os brasileiros quando de suas viagens de lazer.¹³⁶ O ato de comer, portanto, por mais que se vincule às necessidades elementares de todo e qualquer indivíduo, é sempre um ato carregado de significâncias, culturalmente determinado. O que argumentamos é que a alimentação fora do ambiente doméstico, como uma prática de lazer cada vez mais presente entre os brasileiros, também é sinal da *cultura das saídas* que imprime um outro sentido ao comer, bem distinto daquele ligado apenas à sobrevivência.

Sobre o item *vestuário*, os gastos de fato têm aumentado. Só para tirar os pés do chão, os brasileiros desembolsaram 6 bilhões de reais em 2003 com a compra de tênis. Claro, existem tênis de R\$ 10,00 a R\$ 1.000,00. São desde tênis que atendem unicamente a necessidade de calçar os pés, outros para os atletas, imprescindíveis à *performance*, até

¹³⁵ Dados da POF/IBGE de 2002-2003.

¹³⁶ Segundo estudo realizado pela FIPE/USP, divulgado pela matéria "Dólar mais caro muda o perfil do turismo no país", da *Folha de São Paulo*, de 6/5/2002, os serviços mais utilizados pelos turistas brasileiros em 2001, pela ordem, foram: restaurante (63,5%), supermercados (43,1%), suvenires (34,6%), transportes locais (27,2%), diversões locais (22,5%) e locação de carro (2,5%).

outros tantos mais, esteticamente sedutores. Dos 32 milhões de pares vendidos ao ano, entre 12 a 13 milhões, aproximadamente um terço do total, têm preço fixado acima dos R\$ 200,00. Pelo menos no caso dos tênis, não são as necessidades básicas que tem orientado o gasto. É o mercado das marcas, de fabricantes como Nike, Adidas, Reebok, Rainha, Topper, Mizuno, Timberland, Asics, Puma, LeCoq etc., com crescimento médio anual de 10% que estimula o desejo do consumidor.¹³⁷ Nem sempre o gasto com itens como *vestuário* e *alimentação* podem ser imediatamente desvinculados do consumo do luxo e do supérfluo, nem mesmo do lazer, mais especificamente, dos chamados *gastos com recreação*.

Acontece que a POF lida com o perfil do brasileiro médio e a tendência que estamos apontando relaciona-se mais com a população integrada no mercado de consumo. É claro que para os deserdados da economia, para aqueles que vivem em condições de miserabilidade, com renda diária inferior a 1 dólar, falta dinheiro inclusive para o básico que é o consumo de alimentos. Esse contingente soma 14,6% dos brasileiros, 24,7 milhões de pessoas que, juntas com a outra parcela de 33,94% da população que possui rendimentos entre 1 e 2 salários mínimos – ou seja, mais 56,6 milhões que sofrem restrições quanto ao atendimento de suas necessidades de habitação, saúde, transporte, educação, vestuário, lazer etc. –,¹³⁸ dão forma à base da pirâmide da desigualdade social. São as vítimas da exclusão, aqueles que anteriormente classificamos como *sem-lazer*, os que se encontram à margem do mercado de consumo dos bens e serviços de lazer – isto é, sem condições de acesso ao *mercolazer* –, quando muito, tendo suas necessidades de lazer atendidas pelas políticas assistencialistas de cunho filantrópico.

¹³⁷ Números obtidos a partir da matéria “Brasileiro gasta R\$ 6 bi em tênis”, publicada em 8/8/2004, no jornal *O Popular*.

¹³⁸ Dados sistematizados pelo IPEA a partir da PNAD/IBGE de 2001.

No entanto, chamamos atenção para o fato de que a dita população pobre, assim como a classe média, mesmo que raramente, de visita aos paraísos artificiais do *êxtase-lazer*, eventualmente ascende ao encantado e divertido primeiro mundo do *mercolazer*, conseguindo por algumas vezes bater as portas do *lazer-genérico* e do *lazer-de-segunda-mão*. Na escalada da pirâmide, levados pelo mimetismo e estimulados pelos modismos a espelharem-se nos padrões e hábitos de consumo dos “superiores”, de algum modo, os “de baixo” também têm os seus luxos e consomem certos *tipos de saída*. O que estamos querendo dizer com isso é que existem setores que não podem ser considerados absolutamente excluídos, mas que tampouco são propriamente integrados ao mercado de consumo. Não obstante às raras oportunidades de lazer que possuem, estas estão cada vez mais contaminadas pela reabilitação do luxo e pelo “moderno” das *saídas*.

Esta desigualdade se manifesta pelos objetos e serviços consumidos: viagens, teatros, restaurantes, boates, shows, exposições, roupas de grife, academias e esportes de aventura contrastam, só para ficar num exemplo, com as divertidas escapadelas aos *shoppings* e hipermercados. Mais uma vez se reproduz aqui a polarização das *saídas ricas para os ricos* e das *saídas pobres para os pobres*. Óbvio que a *cultura das saídas* contradita ainda com a tradição impregnada no modo de ser e viver de amplos setores populacionais, cujo tempo livre comporta práticas de lazer típicas de uma sociabilidade alicerçada sobre relações de parentesco, vizinhança e procedência. Tal expressão categorial refere-se, desta maneira, à convergência de hábitos, comportamentos, valores e formas tendenciais de organização da vida em que “a oposição cultura erudita x cultura popular é substituída por outra: os que saem muito x os que permanecem em casa. De um lado os sedentários, que vêem televisão quase todo tempo, e deixam o lar apenas para trabalhar. De outro os que

aproveitam a vida” (ORTIZ, 2000, p. 211). É obvio que tal referência é apenas ilustrativa de uma nova e pertinente classificação, pois de modo algum as *saídas* suplantam as antinomias da tradição *versus* a modernidade, do erudito *versus* o popular, do local *versus* o global etc., mas as sincretizam, associam e combinam dentro de um campo cultural mais e mais mundializado, fincando as novas balizes para o consumo no *capitalismo avançado*.

Nesse sentido, aquilo que estamos chamando de *cultura das saídas* não se aplica fora do contexto do mercado, pois tem justamente como base real de referência a *cultura de consumo*, procurando qualificar os padrões e estilos de vida presentes entre os *cidadãos-consumidores* à época presente, e que resultam do processo em voga de relativização da necessidade e reabilitação do luxo. Portanto, como fiel expressão da *cultura de consumo* em tempos de globalização e *acumulação flexível*, ela – a *cultura das saídas* –, pouco a pouco ou às vezes repentinamente, vai suplantando a antiga *cultura da casa* com a qual luta diretamente e que serviu de esteio simbólico ao modelo *fordista*. Corresponde, de acordo com Ortiz (2000), à *cultura mundializada* que finca suas raízes em todos os espaços e lugares, independentemente do grau de desenvolvimento de um país ou região. Mesmo que de maneira desigual, sua totalidade transpassa as mais diversas territorialidades.

Apenas a título de ilustração, ao olharmos para a cidade de São Paulo, podemos diagnosticar que a *cultura das saídas* na maior metrópole brasileira caracteriza-se por hábitos de consumo e opções de lazer que ocorrem privilegiadamente em espaços privados. A começar pelos 69% dos paulistanos que frequentam *shoppings*, sendo que 21% deles mais de uma vez por semana. Parques e jardins, lugares geralmente públicos, figuram em segundo lugar, com a frequência de 64%, um número que talvez se justifique em função de tais equipamentos serem considerados como

sendo os mais apropriados, pelos adeptos da caminhada, para a prática da atividade física com o maior índice de adesão entre os paulistanos.¹³⁹ Os demais *tipos de saída* mais habituais, pela ordem de frequência, são: restaurantes (57%); cinema (47%); viajar nos finais de semana (42%); bares (40%); *shows* e/ou espetáculos (36%); livrarias (33%); debates, palestras e/ou cursos (31%); exposições (29%); danceterias (28%); jogos e/ou eventos esportivos (27%); teatro (24%); clubes e/ou academias (19%).¹⁴⁰

Quanto às desigualdades, estas podem ser percebidas a partir dos seguintes dados: em bairros como Perus, Pirituba, São Miguel e Itaim Paulista, a frequência aos *shoppings* atinge a casa dos 53%, enquanto em áreas ricas como na Vila Mariana e em Itaim Bibi chega aos 87%; na mesma Vila Mariana e em Itaim Bibi, 71% dos moradores viajam no final de semana, ao passo que apenas 30% fazem o mesmo na excluída região periférica do Capão Redondo ou do Jardim Ângela; nos bairros abastados de Perdizes e Pinheiros, 66% frequentam livrarias e 54% o teatro, mais do que o triplo do verificado em algumas áreas pobres.¹⁴¹ De qualquer forma, interessa saber que apesar das enormes disparidades econômicas que se propagam e apanham as diversas áreas de São Paulo-SP, é inegável que a *cultura das saídas* atravessa, sincretiza e influencia a totalidade de sua multifacetada geografia.

Está em andamento, portanto, uma mudança em que o modelo de produção e consumo em massa do *fordismo* se preserva na

¹³⁹ Segundo pesquisa do Datafolha, 44% dos paulistanos pratica algum tipo de atividade física – os interesses físico-desportivos do lazer, conforme classificação de Dumazedier (1999) –, sendo que este contingente se distribui pelas seguintes opções e/ou modalidades: caminhada (16%), futebol (13%), ginástica (4%), musculação (4%), ciclismo (3%), natação (2%), vôlei (2%), corrida (2%), dança (2%), skate (2%), artes marciais (1%), basquete (1%), aeróbica (1%) e outras (4%).

¹⁴⁰ Dados produzidos pelo Datafolha divulgados através da matéria “Na hora da diversão”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 25/01/2004.

¹⁴¹ Dados também do Datafolha divulgados na matéria “Na hora da diversão”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 25/01/2004.

convergência de certos hábitos culturais ainda em vigor, mas não são mais somente os vínculos da população construídos em torno da região, da tradição e de classes definidas segundo níveis de renda as determinações que operam sobre a dinâmica contemporânea da *cultura de consumo*. Ao mesmo tempo, a segmentação do mercado, evidente que sintonizada com as diferenças quanto ao gosto e ao capital simbólico do freguês, vai formatando nichos especializados conforme a especificidade dos valores e interesses de indivíduos e coletividades identificados como diversidades padronizadas. Assim, sem deixar de observar o poder de compra do consumidor, as potenciais e as novas unidades de grupamento, a despeito de sua localização geográfica, são categorizadas a partir da comparação de segmentos afins no que se refere aos hábitos de consumo, especialmente, aqueles que se traduzem pelas *saídas* realizadas.

Foi este cálculo que levou os departamentos de *marketing* de várias organizações a adotarem o VALS (*Values and Life-Styles*), desenhado [...], como instrumento de classificação das pessoas. [...] De maneira simplista, ele divide a sociedade em grupos de estilos de vida: integrados, êmulos, êmulos realizados, sócio-conscientes, dirigidos pela necessidade. Os dirigidos pela necessidade encontram-se praticamente no limiar da pobreza, os publicitários têm pouco apreço por eles. O integrado é um típico tradicionalista, precavido e conformista. [...] Os êmulos formam um grupo pequeno de jovens, desesperadamente em busca de identidade. Já os sócio-conscientes são os legítimos representantes do espírito “moderno” do consumo. [...] Vestem-se nas melhores boutiques, dirigem carros estrangeiros, tomam vinho e adoram viajar (ORTIZ, 2000, p. 205).

O acima assinalado espírito que caracteriza o estilo de vida moderno não é outra coisa senão a manifestação mais aparente da tendência à relativização do luxo e da necessidade, anunciadora de uma

nova postura em relação ao consumo, marcada por uma atitude sempre orientada para o “demais”, algo inerente ao modo como o capitalismo atualmente se comporta, constituindo-se como fator essencial de motivação para a expansão do sistema. Nesse ínterim, a versatilidade e a flexibilidade da produção especializada para segmentos específicos, ao passo que redefine constantemente o ultrapassado e o moderno dos variados estilos identitários de consumo e diferentes formas de *aproveitar a vida*, cada qual associada a um determinado *mix* ou *tipos de saídas*, acaba por redimensionar também as práticas de lazer na direção de uma nova ordem moral e cultural. Ancorado nos modismos, o *mercolazer*, esvaziado de conteúdo socialmente útil, funda formas de diversão e entretenimento cada vez mais sintonizadas com o imediatismo, potenciando ao máximo as sensações de prazer e excitação por elas produzidas, agora superconcentradas no escape fugaz aos paraísos artificiais, na euforia do consumo e no êxtase da aventura.

Enfim, se no contexto de um tempo livre moralmente administrado pelo *proibicionismo* e pelo *puritanismo*, sob a tutela do *fordismo*, o lazer chegou a ser admitido como um direito social básico, tratado como uma *antimercadoria* e estendido à população trabalhadora como uma espécie de salário indireto, estimulando a poupança e liberando seus rendimentos para o consumo de bens duráveis, tudo agora é bem diferente. Afora a funcionalidade moral que já não se encaixa muito no perfil contemporâneo do lazer – pois muitas vezes é justamente seu conteúdo “amoral” que chama atenção –,¹⁴² o que prioritariamente conta

¹⁴² Exemplo emblemático disto está no turismo sexual e no crescimento das boates, clubes ou casas de *show* que exploram a prostituição. Para atestar tal fenômeno, basta abrir qualquer jornal de grande circulação no caderno de classificados e conferir as ofertas da seção de lazer no item “acompanhantes”. Não por acaso, conforme notícia do jornal *Folha de São Paulo*, publicada sob o título “A mais antiga das profissões, o mais novo dos negócios”, em 29/7/2002, acompanhando a tendência de expansão deste tipo de negócio, um bordel australiano já tratou de constituir sociedade anônima, lançando ações na bolsa de valores de Londres, o que causou grande euforia no mercado.

também não é mais seu caráter compensatório no sentido de recuperar para o trabalho. Depois de sucumbir à forma mercadoria, seja como objeto direto de compra e venda no mercado, seja como valor de uso prometido, seja como invólucro estético de outras mercadorias ou seja ainda como uma espécie de *compra divertida*,¹⁴³ – processo que se manifesta justamente pela *cultura das saídas* –, além de agregar valor a uma série de outros produtos e serviços – em setores como habitação, alimentação, vestuário, dentre outros exemplos –, ele contribui sobremaneira para o incremento do consumo, despertando frequentemente novas necessidades e servindo de estímulo a instantaneidade, ao desperdício e à superfluidade característicos da *sociedade involucral* e do padrão da *acumulação flexível*.

¹⁴³ As relações que envolvem a manifestação do *mercolazer* como valor de uso prometido, como invólucro estético, como *compra divertida* ou como mercadoria propriamente dita serão tratadas no próximo capítulo, especificamente, no item que trata do fetichismo do *mercolazer*.

CAPÍTULO III

- DOMÍNIOS DO MERCOLAZER -

O debate envolvendo a problemática da mercantilização do lazer não é algo novo no campo. Inúmeros autores já denunciam tal processo. No entanto, mais que estabelecer a tensão com as relações de consumo que aqui e acolá conferem o estatuto mercantil a uma outra manifestação do lazer, avaliamos que esta é hoje a forma dominante deste fenômeno. Se perguntarmos sobre *o que é o lazer*, é comum ainda encontrarmos respostas que o associam à participação e ao desenvolvimento, dentre outras possibilidades que evidenciam seu potencial formativo, mas o fato é que tendencial e predominantemente o que ele constitui mesmo é uma mercadoria cada vez mais esvaziada de qualquer conteúdo verdadeiramente educativo, objeto, coisa, produto ou serviço em sintonia com a lógica hegemônica de desenvolvimento econômico, emprestando aparências e sensações que, *involucralmente*, incitam o frenesi consumista que embala o *capitalismo avançado*.

O que estamos querendo dizer é que num movimento como nunca antes se viu, o lazer sucumbe de modo direto e irrestrito à venalidade universal. A mercadoria não é apenas uma exceção no *mundo do lazer* como antes, mas sim a regra quase geral que domina a cena histórica atual. Sobre os infinitos questionamentos que evoluem e suscitam tal dinâmica, todos se articulam às determinações que formatam

a totalidade relacional que ao mesmo tempo cerca e da qual toma parte ativamente o lazer. Isto pois o *mercolazer* tanto é reflexo e expressão dos divertimentos em tempos de *acumulação flexível*, como também é componente decisivo que opera para a sustentação e o sucesso deste modelo de acumulação. Como protoforma da práxis social, o *ir sendo* do modo e formas de produção define as tendências da sociabilidade mais abrangente. Por isso foi necessária a discussão que realizamos sobre o mundo do trabalho, decifrando as transições que afetam a atual ordem econômica, política e cultural, apreendendo deste contexto aquilo que incide com maior intensidade sobre o *mundo do lazer*. Cabe indagar agora se o *mercolazer* não possui as suas singularidades, traços definidores que se constroem não à margem do todo, mas que permitam visualizar um movimento próprio frente à relação que estabelece com o trabalho e com este mesmo todo que integra.

Neste capítulo trataremos de nos dedicar, portanto, à constituição identitária do *mercolazer*, procurando desvelar algumas nuances que envolvem a gênese, a afirmação e os elementos estruturais mais fundamentais deste paradigma lúdico do prazer e do tempo livre. Afim então de melhor nos situar frente ao desenvolvimento do *mercolazer*, intentamos aqui abordar questões como o tempo cronológico que marca seu aparecimento e difusão, sua distribuição econômica e geograficamente desigual, seus principais antecedentes históricos, as formas mais preponderantes de sua manifestação atual, sua flexível funcionalidade contemporânea e seus diferentes modos de produção e consumo, qual o papel que cumpre na produção e reprodução do capital etc. Enfim, se antes nos debruçamos sobre as determinações que, “de fora para dentro”, imputam ao lazer a forma mercadoria, cabe agora encontrar respostas sobre qual o papel que o *mercolazer* joga “de dentro para fora” sobre a *totalidade-mundo*, cientes de que o entendimento deste fenômeno se faz

igualmente essencial à compreensão da *sociedade involucral e ludocrática* na qual vivemos.

1. Explosão divertida

O momento de afirmação do que optamos por chamar de *mercolazer* como o padrão dominante das experiências de lazer coincide com o processo de mundialização da cultura, o que ocorre quando um conjunto de manifestações e expressões culturais, embora bastante diverso, passa a operar sobre uma base material, tecnológica e econômica comum, o mercado globalizado. Conforme assinala Ortiz (1994), parques, *shoppings*, restaurantes, roupas, festas, computadores, carros, aviões, brinquedos, sanduíches, esportes, danças, filmes, feiras, músicas e vários outros produtos carregam os traços e evidências desta envolvente dinâmica que apanha e se espalha pelo mundo, invadindo o dia-a-dia, definindo formas de sociabilidade, amoldando subjetividades, modificando hábitos, valores e comportamentos. É esse movimento que traduz aquilo que estamos denominando *explosão divertida*.

Embora concordando com Leher (2001), para quem a noção de globalização, longe de se apresentar como um marcador temporal que signifique mudanças na estrutura do capitalismo, mas, ao contrário, tem silenciado o debate sobre a natureza da crise econômica que teria motivado a reestruturação produtiva, julgamos que sua utilização pode, sim, auxiliar-nos na tentativa de uma periodização que corresponda ao momento de afirmação do *mercolazer*, quando produtos peculiares que noutras épocas eram tidos como *antivalores* ou *antimercadorias* se submetem à lei geral da produção capitalista. Como diria Marx (2001b), houve um tempo em que se trocava somente o supérfluo, o excedente da produção. Houve também um tempo que não só o supérfluo, mas todos os

produtos ganhavam o caminho do mercado. Chegou então o tempo em que tudo o que antes era considerado inalienável se tornou objeto de troca.

Viagens de férias, passeios de fim de semana, cinema, teatro, danceterias, bares e restaurantes e parques de diversões estão nesse galho florescente da economia. [...] A bilionária indústria do entretenimento, ao contrário de outras atividades econômicas, raramente vende produtos que podem ser pesados e medidos, como um automóvel e um sabonete. Quem compra lazer, geralmente está adquirindo coisas imensuráveis, como bons momentos com a família ou os amigos, paisagens bonitas, sons e imagens, e até status, como poder dizer: fui ao parque tal, no país tal. [...] O crescimento das atividades de lazer no Brasil se deve à combinação de dois fatores. O primeiro é que o entretenimento está em alta no mundo todo. O segundo motivo é a estabilização da economia brasileira. É difícil encontrar um único produto ou serviço cuja venda não tenha disparado depois do Real.¹⁴⁴

Em tempos de globalização, de *acumulação flexível*, de mundialização da cultura, de venalidade universal, quando se conjugam os fatores já identificados – como a superexploração do trabalho, a taxa decrescente do valor de uso das mercadorias, as políticas neoliberais, a diminuição do tempo de giro do capital, a obsolescência planejada, a aceleração dos ritmos e processos cotidianos, a relativização do luxo e da necessidade –, a mercantilização do lazer assume proporções de dominância, com acentuada expansão dos negócios do setor. No Brasil, ainda que percebida e anunciada com entusiasmo como um reflexo da estabilidade econômica, a *explosão divertida* pode sim ser creditada ao Governo FHC¹⁴⁵, porém, muito mais por sua adesão aos programas de

¹⁴⁴ Trechos da matéria “Explosão divertida”, publicada pela revista *Veja*, em 3/4/1996.

¹⁴⁵ Cabe lembrar que todo o processo de abertura dos mercados, privatizações, modernização conservadora e implementação das demais políticas neoliberais no Brasil tem o seu início no Governo Collor, em 1990; é tímida e acidentalmente interrompido no Governo Itamar, em 1993; depois é retomado com toda força no Governo FHC, a partir de 1994.

ajuste – privatização acelerada, financiamento ao capital privado, enxugamento do Estado, desregulação da economia, nova política fiscal e monetária etc. – ditados a partir do FMI e Banco Mundial do que por qualquer outro motivo, uma política que, de acordo com Ianni (1999), promoveu a subsunção real da sociedade nacional à sociedade global.

Todavia, a *explosão divertida*, bem como o processo de globalização, não podem ser vistos como fenômenos que irrompem a história de modo assim tão inesperado. A rigor, o capitalismo não existe senão como o resultado da formação progressiva de um mercado mundial. Nesta perspectiva, os antecedentes da hoje conhecida globalização remontam a própria consolidação do capitalismo como um período histórico dominado pela relação capitalista de produção.¹⁴⁶ Contudo, como indica Ianni (1995), é entre o fim dos anos 1970 e início dos anos 1990 que o processo de globalização intensifica a internacionalização e integração da produção do capital como um amplo sistema de dominação e subordinação econômica interdependente. Redesenhando a divisão internacional do trabalho, dispersando territorialmente as atividades industriais, impulsionando o setor de serviços, derrubando as barreiras comerciais, articulando mercados e mercadorias, agilizando os circuitos financeiros – tudo isso dinamizado pelas novas tecnologias –, a globalização encontra na livre, acelerada e generalizada circulação de capitais a base material para a sua preponderância.

Neste cenário, conforme adverte Mészáros (2002), o notável crescimento e desenvolvimento das forças produtivas, trazendo consigo a ampliação do círculo de produção, agora globalizado, coloca a necessidade

¹⁴⁶ Os antecedentes mais remotos da internacionalização do capital datam do século XIX, contexto de uma economia mundial hegemônica pela Inglaterra, quando são realizados, ainda que em reduzida escala, investimentos diretos nos países periféricos, sobretudo na América Latina, normalmente junto às empresas envolvidas com a produção de matéria-prima. Para saber mais sobre a natureza expansionista do mercado, a tendência a transnacionalização das empresas e a dimensão mundial do processo civilizatório inaugurado pelo capital, ver Mello (2000).

de um novo e diferente tipo de consumo, exigindo que o seu círculo também se amplie. Detecta-se tanto o crescimento quantitativo do consumo já existente, como a criação de novas e variadas necessidades. Para isto, combina-se a abertura de novos mercados em diferentes regiões com a propagação de necessidades já existentes, estimulando segmentos como menor poder de compra a consumirem mercadorias que antes eram somente acessíveis à população com maior renda. Há então um processo de generalização e diferenciação do consumo, quando se incentiva o mimetismo, pelos “de baixo”, dos padrões e estilos de vida dos “superiores”, lógica que tem orientado a propagação do *mercolazer* pelo vasto *mercado-mundo* em formação.

Vale ainda dizer que esse processo segue uma tendência de desenvolvimento desigual, com incidência e ritmos geograficamente diferenciados, variando conforme as determinações econômicas, políticas e culturais com as quais toma contato em cada país, região ou *pedaço*. De qualquer modo, não obstante à antinomia centro-periferia, é neste contexto que a produção do *mercolazer* se generaliza. Todavia, ao localizarmos na dinâmica da globalização o momento de afirmação das relações mercantis como padrão dominante das práticas de lazer, não estamos desconsiderando que a antecipação da manifestação do lazer sob a forma mercadoria possa ser localizada em datação anterior. Seguindo as premissas do desenvolvimento histórico do capital,¹⁴⁷ tal antecipação apresenta-se como condição para a *explosão divertida* ou *boom do mercolazer*, momento a partir do qual a categoria do comércio decisivamente se apodera deste serviço que antes nela se encontrava incluída apenas esporádica ou parcialmente.

¹⁴⁷ Sobre o desenvolvimento histórico do capital, especificamente sobre o debate a respeito das mercadorias como pressuposto e, ao mesmo tempo, produto do capital, ver Marx (1978).

2. O epicentro do boom

Especificamente no Brasil, segundo demonstram Mello e Novais (2000), ao passo que dos anos 1930 até o início dos anos 1980, e mais aceleradamente dos anos 1950 até o final da década de 1970, o país já tinha sido capaz de edificar uma economia moderna, incorporando os padrões de produção e consumo dos países centrais, o lazer também dava sinais de sua inserção na esfera do comércio. Do aço, passando pelo petróleo, a energia elétrica, desde os automóveis, as roupas, os calçados, os remédios, os eletrodomésticos, até as bebidas, os alimentos e os cosméticos, dentre vários outros produtos, tudo se produzia por aqui. Um enorme leque de mercadorias circulantes atestava o avanço da capacidade produtiva instalada no país, progresso que foi igualmente acompanhado por significativas mudanças no sistema de comercialização, trazendo consigo duas grandes novidades, o supermercado e o *shopping center*, este último, inovando ao extremo o recurso da *compra vivenciada* ou *compra divertida*, começando a fazer da *saída ao shopping* um prazeroso e prestigiado hábito de lazer.

De 1966 a 1980 foram mais 5 *shoppings* que se somaram ao Iguatemi, o primeiro. Daí até o final da década o número subiu para 11 unidades. Em seguida, nos anos 1990, mais que triplicaram, chegando a 36, só na cidade de São Paulo¹⁴⁸. Pelo restante do país, já são 252 *shoppings* distribuídos por 21 estados, abrigando aproximadamente 40.000 lojas e 1.013 cinemas, com um volume total de vendas da ordem de 25,3 bilhões de reais. A evolução dos números no Brasil foi a seguinte: até 1971, eram somente 2; em 1981, passaram a 16; em 1991, chegaram a

¹⁴⁸ Números organizados pela empresa de pesquisa Estudos Empresariais Ltda., referentes ao ano de 2000, divulgados pela Prefeitura de São Paulo. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br>. Acesso em: 3 set. 2002.

90; e em 2001, saltaram para 240.¹⁴⁹ Juntamente com os números, evoluiu também o conceito. Os *shoppings* são agora temáticos, com decoração específica e setorização dos serviços, com atenção especial para o lazer.¹⁵⁰ Em certa medida, incorporando a identidade de parques, os novos *shoppings* materializam cada vez mais a noção de um *shopping center híbrido*, categoria desenvolvida por Padilha (2003, p. 248) que expressa o quão “nos *shopping centers*, o consumo e o lazer formam um par que configura uma nova forma de apropriação do espaço urbano e novos hábitos”, o que contribui decisivamente para que o *mercolazer* penetre o cotidiano corrompendo as tradicionais práticas do tempo livre e se sobrepondo às demais possibilidades de lazer.

Dos *shoppings* aos grandes parques, um outro símbolo de *mercolazer*, a importação e instalação de uma montanha-russa alemã às margens do Rio Tietê, na capital paulista, marca a inauguração do Playcenter, em 1972. Mas é somente a partir de 1990, no Governo Collor, conforme comemora Salomão (2000), quando a IAAPA, por intermédio da ADIBRA, com o argumento de reduzir o *brazilian entertainment gap*¹⁵¹, conseguem reduzir os impostos sobre importação de equipamentos para parques de diversões, é que o setor realmente se desenvolve. Posteriormente, a partir de 1995, já no Governo FHC, quando o BNDES inclui o setor no Programa de Apoio aos Empreendimentos Turísticos e a Câmara Setorial de Turismo elimina totalmente os Impostos de Importação, bem como os Impostos sobre Produtos Industrializados sobre

¹⁴⁹ Números da ABRASCE, citados por Padilha (2003).

¹⁵⁰ Conforme a notícia publicada no jornal *Folha de São Paulo*, de 19/08/2001, sob o título “Português investe R\$ 700 mi em shopping”, o Parque Dom Pedro, inaugurado um ano depois, em Campinas-SP, apresentaria um novo conceito de *shopping*, incorporando a idéia dos centros temáticos.

¹⁵¹ Termo referente à defasagem da indústria do entretenimento do país, um indicativo para o setor do enorme potencial de exploração do mercado brasileiro.

máquinas, equipamentos e instrumentos para parques, a *explosão divertida* verdadeiramente acontece.

Agora, se tanto os *shopping centers* como os parques temáticos aportam por aqui fundamentalmente na década de 1970 e explodem na década de 1990, nos Estados Unidos, centro precursor deste *big-bang*, como condição para a posterior internacionalização e diversificação da *indústria do lazer globalizada*, as coisas acontecem um pouco antes. Em Los Angeles, Califórnia, o parque Disneyland, por exemplo, é construído em 1955 e em 1971 dá origem ao grandioso e moderno Walt Disney World, em Orlando, na Flórida.¹⁵² Trigo (1986), outro entusiasta da *explosão divertida*, destaca que com o novo parque chegaram hotéis, motéis, restaurantes, casas noturnas, *shoppings* etc., reforçando, sobremaneira, a oferta dos serviços de lazer local e elevando a posição da cidade no quadro econômico geral dos EUA do 75º lugar, em 1970, para o 47º, em 1984. Daí em diante, a Walt Disney Attractions estendeu suas atividades a várias partes do globo, contando hoje com 10 grandes parques temáticos, contabilizando anualmente a frequência de 89,2 milhões de consumidores.¹⁵³

¹⁵² Segundo Salomão (2000), o parque Walt Disney World foi erguido sobre túneis especialmente pensados para reunir áreas operacionais e de manutenção, sendo pioneiro na utilização de fibras óticas e sistemas computadorizados de grande porte. Além disso, foram criados um padrão de qualidade na prestação serviços e novas técnicas de treinamento de pessoal. O conjunto destas inovações, para nós, pode ser visto como traço constitutivo da modernização organizacional e do trabalho que, conforme assinala Antunes (1999), imprimem profundas mudanças no setor industrial e de serviços a partir dos anos 1970, quando são inauguradas novas formas de acumulação do capital, assentadas sobre o padrão flexível.

¹⁵³ Conforme dados do Amusement Business Year-End Issue 1999, citados por Salomão (2000), seguindo a Walt Disney Attractions no ranking das dez maiores cadeias mundiais de parques, estão: a Premier Parks, com frequência anual de 47,5 milhões de consumidores; a Universal Studios Inc., 20,9 milhões; a Anheuser-Busch Theme Parks, 19,5 milhões; a Cedar Fair Ltd., 13,5 milhões; a Paramount Parks, 12,3 milhões; o Grupo Mágico, 8,9 milhões; a Blackpool Pleasure Beach Co., 8,1 milhões; o The Tusseaud Group, 5,3 milhões; e a Silver Dollar City Inc., 4,6 milhões. Destaca-se que a maioria destes grupos é formada a partir de grandes fusões do *capital divertido*, o que demonstra a tendência de oligopolização do setor.

No mesmo ritmo dos parques, os *shoppings* também explodem a partir dos EUA. O primeiro, o Northgate, foi inaugurado em 1950, nos arredores de Seattle, Washington. Posteriormente, o quantitativo vai se avolumando até que, de 1970 a 1990, segundo dados de W. Rybczynski citados por Padilha (2003), cerca de 25.000 novas unidades são abertas para o público, colocando o país na liderança do setor. De qualquer maneira, o que estamos procurando evidenciar é que nem de longe os números sugerem algum tipo de comparação entre EUA e Brasil. Como foi dito, a expansão de *shoppings* e parques segue a lógica da globalização, dos centros dinâmicos internacionalizando-se para a periferia, de acordo com as premissas do desenvolvimento desigual do capitalismo. Ao observar tais equipamentos, exemplos típicos da forma mais desenvolvida de *equipamentos de mercolazer*, podemos notar o progresso de estruturas que ressignificam as práticas do tempo livre, corroborando para a afirmação de uma sociedade onde o consumo prescinde cada vez mais do invólucro do divertimento.

São inúmeros supermercados, *shopping centers*, Disneylândias, distribuídos no novo mapa do mundo, exibindo mercadorias globais destinadas às necessidades reais e imaginárias multiplicadas. O *marketing* global encarrega-se de anunciar e pronunciar tudo que é bom-melhor-ótimo-indispensável-maravilhoso-fantástico. O mesmo cenário criado com a mundialização do capitalismo institui o modo de ser característico da modernidade-mundo; uma modernidade na qual predominam os princípios da mercantilização universal (IANNI, 1995, p. 176).

Na medida em que a globalização avança, quase tudo o que se encontra pelo caminho se transfigura. Mesmo que manifestações do lazer sob a forma mercadoria possam ser localizadas bem antes do início dos anos 1970, a afirmação das relações mercantis como padrão dominante, dando o contorno daquilo que estamos convencionando chamar por

mercolazer, ocorre justamente no contexto em que a *acumulação flexível* emerge como um processo de reestruturação das relações econômicas, políticas e culturais, impulsionando a decisiva universalização do capitalismo. Nesta direção, reafirmamos que tais mutações se evidenciam em nosso país principalmente a partir da década de 1990, momento em que o governo se subordina mais intensamente à globalização, não só dissolvendo as fronteiras que antes limitavam a expansão e livre circulação do *capital divertido*, mais do que isso, financiando grande parte dos empreendimentos da *grande indústria do lazer*.¹⁵⁴

3. A mercogênese do lazer

Apesar da enorme propagação dos *shoppings*, parques e outros grandes equipamentos de lazer, bem como do que chamamos de *explosão divertida*, constituir fenômeno recente, isto não quer dizer que ao recuar no tempo, ainda que de modo isolado ou parcial, não possamos registrar a prévia manifestação do lazer sob a forma mercadoria. Ao localizarmos na dinâmica da globalização da economia e mundialização da cultura o momento mais decisivo de afirmação das relações mercantis como padrão dominante das práticas de lazer, não ignoramos que os serviços de lazer já são comercializados desde que existe o próprio lazer. Todavia, seguindo a lógica do desenvolvimento histórico do capital, tal comércio constitui condição para a generalizada subsunção do lazer à forma mercadoria,

¹⁵⁴ A quase totalidade dos parques temáticos inaugurados no Brasil nos últimos anos foram construídos com o impulso de recursos públicos provenientes do BNDES. E segundo consta da reportagem “BNDES prioriza sudeste e grandes empresas”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, de 25/12/2002, a construção, na década de 1990, de grande parte dos *shopping centers* no Brasil também foi financiada pelo banco. Já a introdução da noção de *grande indústria do lazer* tem aqui o objetivo de assinalar as desigualdades do setor, normalmente homogeneizado pelo conceito único de *indústria do lazer*, quando, por exemplo, *shoppings* e parques temáticos são igualados, sob a mesma expressão categorial, às *fabriquetas de lazer*, um variado contingente de pequenas empresas que surgem na mesma proporção e velocidade que desaparecem frente à batalha concorrencial que travam com as grandes empresas.

processo este que, de fato, somente tem início a partir da década de 1970 nos centros dinâmicos do capitalismo. A fim de dissipar dúvidas nesse sentido, algumas ocorrências históricas do lazer como mercadoria serão revisitadas. Isto nos possibilitará identificar a aparição anterior da mercadoria lazer, que apanha apenas isolada ou parcialmente algumas experiências, como um pressuposto para a posterior afirmação do *mercolazer*, conseqüente resultado como forma mais desenvolvida do fenômeno lazer compreendido em sua totalidade.

Iniciando tal incursão, pode-se descobrir que há um ponto coincidente em que as origens e antecedentes dos *shoppings* e parques temáticos se entrecruzam, qual seja: as grandes exposições universais, expressão do projeto de modernização e desenvolvimento urbano que vigorou na segunda metade do século XIX.¹⁵⁵ Segundo Padilha (2003), ao passo que as cidades adquiriam o contorno das atuais metrópoles, com linhas férreas, grandes avenidas, sistemas de esgoto e iluminação pública, sem contar as fábricas, os mercados e inúmeros prédios urbanos, a moda e o luxo revolucionavam os costumes da época. Neste contexto, antes mesmo das galerias e lojas de departamento – equipamentos mais conhecidos como sendo os precursores dos *shoppings* – as exposições já estavam na frente, pelo menos no que se refere aos processos de fetichização alçados à diversão e ao entretenimento.

As exposições universais transfiguram o valor-de-troca das mercadorias. Criam uma moldura em que o valor-de-uso da mercadoria passa para segundo plano. Inauguram uma fantasmagoria a que o homem se entrega para se distrair. A

¹⁵⁵ Importante destacar que a segunda metade do “longo século XIX”, o século do triunfo do capitalismo na forma histórica específica da sociedade burguesa em sua versão liberal, conforme Hobsbawm (1992), caracteriza-se por dois períodos distintos: a Era do Capital (1848-1875) e a Era dos Impérios (1875-1914), ambos de grande importância para a compreensão da expansão capitalista e desenvolvimento da cultura moderna, para nós, dinâmica na qual se insere o próprio surgimento e desenvolvimento do lazer.

indústria de diversões facilita isso, elevando-o ao nível da mercadoria. O sujeito se entrega às suas manipulações, desfrutando a sua própria alienação e a dos outros. [...] A fantasmagoria da cultura capitalista alcança o seu desdobramento mais brilhante na Exposição Universal de 1867. O Império está no apogeu do seu poder. Paris se afirma como a capital do luxo e da moda (W. Benjamin apud PADILHA, 2003, p. 54).

Enquanto Paris irradiava o que havia de mais avançado no terreno da moda, do luxo, da diversão e do entretenimento, no outro lado do Atlântico, os EUA também se apressava por realizar sua exposição. De acordo com Salomão (2000, p. 36), “a principal referência à moderna concepção de parques é atribuída pela literatura especializada a World’s Columbian Exposition”, comemorativa do 4º centenário de descoberta da América, realizada em 1893, em Chicago. Como uma espécie de cidade simulacro, antecessora tanto dos *shoppings* como dos parques temáticos, as exposições eram empreendimento obrigatório para qualquer cidade que aspirasse ao *status* de metrópole. No Brasil, a primeira urbe a se lançar nesta empreitada foi o Rio de Janeiro, com a Exposição Nacional de 1908. Entretanto, a exposição de maior projeção foi a Exposição Internacional de 1922, realizada em homenagem aos cem anos de independência, na praia do Flamengo, também na então capital do país.

Para termos uma noção da relação de atrações presentes nesta exposição, consultemos o que seu texto guia:

Construída por mais de 30 edifícios e pavilhões, [a exposição] proporcionará ao visitante oportunidades para todos os divertimentos conhecidos, compreendendo: cinematographos, theatros, tiro ao alvo, montanhas russas, salas de baile, e innumerous outros. O visitante encontrará restaurants, cafés e tabacarias no recinto do parque de diversões, assim como amplos

abrigos para o caso de mau tempo. [...] Cada um dos edificios componentes do parque de diversões terá um estylo architectonico característico. Num dos torreões do parque ficará colocada a “sereia”, que dará sinal de abertura e fechamento da exposição, diariamente (Guia Oficial da Exposição Internacional do Rio de Janeiro em 1922 apud SALOMÃO, 2003, p. 49-50).

Pode-se argumentar que as exposições, com todo luxo que representavam, ainda que constituíssem estruturas inerentes à expansão produtiva, dirigiam-se a uma reduzida elite representativa da classe média e da burguesia. Ao se reportar especificamente à Exposição de Chicago, Gabler (2000, p. 43) contesta a generalização de tal leitura, chamando atenção para uma espécie de divisão interna a este tipo de evento: “de um lado havia os estandes da mostra, modelos da cultura superior, e, de outro, na avenida central, a atmosfera carnavalesca de dançarinas seminuas, aleijões e jogos de azar, modelos da cultura de massa”. Aliás o autor destaca que o desenvolvimento inicial dos novos divertimentos nos Estados Unidos guarda diferenças com relação ao europeu, estando muito mais próximo do pastiche do que do refinamento e do luxo próprios da herança aristocrata arraigada nos modos de entreter-se difundidos naquele continente. Todavia, na busca de uma identidade própria, a classe média estadunidense acabou por encontrar um caminho intermediário entre o esnobismo e o *consumo conspícuo* das *classes ociosas*,¹⁵⁶ de um lado, e a diversão tradicional e vulgar das classes populares, de outro. Segundo o mesmo autor, foi assim que se erigiu a chamada *midcult* ou *middle culture*, embotando o que vinha “de cima” e levantando o que vinha

¹⁵⁶ O consumo conspícuo, categoria desenvolvida por Veblen (1985), em estudo sobre a sociedade estadunidense do século XIX, refere-se ao consumo luxuoso e opulento de bens e serviços valiosos praticado pelas classes ricas e favorecidas – a quem o autor chamou de *classe ociosa* – como instrumento de exibição e diferenciação sócio-econômica.

“de baixo”, pondo em movimento aquilo que, mais tarde, transformar-se-ia em regra para os empresários do mercado de massa de lazer.

Formas de entretenimento popular, originadas das classes baixas (...) invariavelmente acabam sendo adotadas, e depois cooptadas, pela classe média, que as reconfigura para tirar-lhes todo e qualquer elemento subversivo. Assim, no século XIX o romance sensacional barato foi transformado pela classe média em romance sensacional mais moralista, que usou o mesmo formato dos livrecos para fins mais sadios. Da mesma forma, os bares e cervejarias onde os trabalhadores podiam tomar um trago e assistir a algum *show* foram transformados em teatros de *vaudeville* bem mais castos, que apresentavam coisa de mais bom gosto que os botequins (GABLER, 2000, p. 46-47).

Em que pese a controvérsia que envolve a definição de *cultura intermediária*, é fato que o dito “bom gosto” que servia de referência à resignificação da cultura tradicional camponesa vinha mesmo “de cima”, a partir dos valores e modos de vida urbanos das classes dominantes. Em consonância com um processo de aburguesamento da sociedade, mesmo que inseridos numa contraditória dinâmica de aceitação e recusa, sincretizados às manifestações anteriores, como expressão da modernidade, o luxo e a moda acabavam por refinar os novos ambientes e experiências de diversão, “pois na medida em que as pessoas se tornavam urbanizadas, as antigas tradições e práticas que haviam trazido do campo ou da cidade pré-industrial tornavam-se irrelevantes ou impraticáveis” (HOBSBAWM, 1982, p. 225). Ademais, na outra ponta, para os “de baixo” que conseguiam ascender a condições mais razoáveis de vida, “a linha entre melhoria individual e coletiva, entre imitar a classe média e combatê-la com as próprias armas era difícil de traçar” (p. 236). As insígnias da respeitabilidade eram conferidas somente para aqueles que se

identificassem com os valores e estilos de vida definidos a partir dos “superiores”.

No entanto, mesmo diante do arrojo e das particularidades inerentes ao desenvolvimento do entretenimento nos EUA, não obstante ainda ao fato de que na Europa as diversões e passatempos tiveram mesmo como espelho o modo de vida dos nobres, a mais remota iniciativa de mercadorização de espaços tradicionais de encontro e divertimento, conforme localiza Hobsbawm (1982), deve ser atribuída à Inglaterra, país berço do capitalismo, onde a taberna, que se transformou no elaborado *gin-palace* das décadas de 1860 e 1870,¹⁵⁷ e seu corolário, o teatro e o *music-hall*, surgiram como uma das primeiras empresas privadas – somente acompanhada do mercado e da pequena loja – voltada ao mercado de massa. Evidente que a origem do lazer não se articula unicamente à sua manifestação mercantil, está ligada ainda a um complexo de outras determinações e formas históricas de diversão e entretenimento. Entretanto, a partir dos exemplos apresentados podemos situar seu surgimento sob a forma mercadoria tanto em compasso com o consumo luxuoso e opulento das classes ricas e favorecidas, como também em perfeita sintonia com a formação de um incipiente mercado de massa.

Antes reduzido aos ramos da alimentação e do vestuário, às necessidades básicas, o mercado de massa populariza uma série de outros

¹⁵⁷ Segundo Hobsbawm (1996), o papel da taberna como ponto de encontro de sindicalistas e militantes socialistas é bastante conhecido, ocupando lugar de destaque na definição de um estilo de vida e de pensamento comum entre a classe trabalhadora. Paradoxalmente, por volta de 1830, começa a ser ressignificada, ou melhor, higienizada e despolitizada, dando origem, sob a forma do *gin-palace*, a uma espécie de empresa de divertimento voltada ao mercado de massa. Vale lembrar que K. Marx, em seus manuscritos de 1844, já percebia tal fenômeno, assim comentando-o: “Da mesma maneira como a indústria especula sobre o refinamento das necessidades, outra vez especula sobre a crueldade, e sobre a sua crueldade artificialmente produzida, cujo verdadeiro espírito é, por conseguinte, a *autonarcotização*, a ilusória satisfação das necessidades, a civilização no interior da grosseira barbárie da necessidade. As tabernas inglesas de *gin* constituem, portanto, representações *simbólicas* da propriedade privada. O seu luxo ostenta a verdadeira relação do luxo industrial e da riqueza do homem. São justamente e com razão os únicos prazeres domingueiros do povo, tratados com benevolência, ao menos pela polícia inglesa” (MARX, 2001a, p. 154).

produtos e serviços, dentre os quais o lazer. Claro que o aparecimento do mercado de massa não pode ser entendido fora do contexto imperialista de dinamização da economia mundial, cuja base geográfica se ampliou enormemente. Trata-se, como explica Hobsbawm (1992), da constituição de um mercado mundial atravessado por uma forte concorrência entre os países industrializados, cenário em que chama atenção a revolução tecnológica, cujos novos inventos, especialmente aqueles aplicados ao transporte e à comunicação – isto é, os inventos da 2ª Revolução Industrial – impulsionam sobremaneira o setor do comércio, este, estimulado também pelo aumento da população, da urbanização e da renda real. Diante de uma economia mundial hegemônica pela Inglaterra, seguida pela Alemanha, Estados Unidos e França, aos países periféricos, não restava outra opção senão a importação de produtos manufaturados e exportação de primários.

Ocorre que a entrada não era somente de produtos materiais, pois, com esses, vieram junto de contrabando os modelos e as instituições da sociedade burguesa. É certo que o movimento de industrialização do Brasil têm o seu início, contudo, ganha muito mais relevo nesta época a expansão de um mercado de consumo interno quase que inteiramente dependente das trocas externas, gravitando principalmente em torno da moda européia. Nesta direção, não só as exposições aportam por aqui. Um conjunto de novos comportamentos, muitas vezes definidos a partir da apropriação dos divertimentos, coloca em evidência o aparecimento de códigos de pertencimento social e estilos de vida orientados pelo consumo, processo provocado pela extensão da lógica capitalista que apanhava as grandes cidades do país. Exemplo emblemático, a cidade de São Paulo das primeiras décadas do século XX representava não só a constituição do Estado moderno, o surgimento de uma burguesia nacional, a propagação dos ideais liberais, a reorientação do espaço urbano e das transformações

no mundo do trabalho, mas, também, o nascimento da indústria publicitária e da expansão do mercado de bens e serviços culturais.

O novo estilo de vida, o consumo conspícuo, as formas de apropriação e manifestação dos divertimentos, a criação dos clubes para as atividades esportivas e de passatempo, bem como outras formas de lazer que vão surgindo na cidade de São Paulo, no processo de aburguesamento da sociedade, tornam-se elementos identificadores e, ao mesmo tempo, segregadores das classes sociais. A requintada sociedade paulistana nos anos 20 viveria intensas emoções proporcionadas pelos encantos do comércio e da moda. Um conjunto de práticas esportivas, de produtos, de idéias e de comportamentos modernos avançaria pelo imaginário social constituindo-se objetos de desejo e de consumo. Bares, músicas, danças, roupas, perfumes, produtos de beleza, acessórios, agora compunham o universo simbólico da metrópole que se achava completamente tomada pela importação de novidades e seduzida pelos ensaios culturais dos países europeus (MARCASSA, 2002, p. 96).

Ressalta-se, porém, que, articulando-se à moda, ao luxo e à oferta variada de bens e serviços culturais, outras determinações, especialmente o projeto de domesticação da nova classe operária – inserida no contraditório jogo de aceitação e recusa dos comportamentos e estilos de vida definidos a partir dos “de cima” –, exerce um papel fundamental na formatação das manifestações e práticas recreativas que surgem naquele momento. As iniciativas conduzidas pelo Estado brasileiro, visando a administração das já existentes conquistas trabalhistas sobre o tempo livre, sempre buscando coibir o ócio e a preguiça entre a população trabalhadora – perigos geralmente associados às formas tradicionais de diversão e cultura popular herdadas do período colonial e vistos como ameaça à ordem e progresso ditados pela nova racionalidade –, cumprem papel decisivo no aparecimento e amoldamento dos novos divertimentos.

A *invenção do lazer*, conforme situa Marcassa (2002), dá-se como um processo amplo e complexo, permeado por distintos interesses, mas também atado à exploração comercial do divertimento de massas. Nessa perspectiva, a aparição e o desenvolvimento das primeiras empresas privadas dedicadas à diversão é encarada como um fenômeno intrínseco à própria mercantilização da cultura, algo que, mais tarde, viria a ser explicado através do conceito de indústria cultural. “O entretenimento e os elementos da indústria cultural já existem muito tempo antes dela. (...) A indústria cultural pode se ufanar de ter (...) despedido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 126). Isto significa que já em seu nascedouro, o lazer mantém estreitos vínculos com a forma mercadoria, todavia, com um grande diferencial. Não como na contemporaneidade, quando as relações mercantis afirmam-se como padrão dominante, tal manifestação se dava antes apenas de modo parcial, pois em paralelo corriam outras iniciativas.

Ao passo que o movimento operário e socialista emergia a nível internacional,¹⁵⁸ os Estados tratavam de realizar reformas, apelando ao sentimento nacionalista, recorrendo à demagogia populista e inaugurando programas de bem-estar. O recreio dos novos proletários, os espetáculos de massa, os torneios esportivos e as festas cívico-patriotas constituíam alguns exemplos de utilização do lazer como instrumento de domesticação da classe operária, dada a preocupação com a produção e reprodução da

¹⁵⁸ Conforme Hobsbawm (1992, p. 186), com a criação da II Internacional, no Congresso Internacional Operário de Paris, em 1889, lançando a exigência de uma lei internacional limitando em 8 horas o dia de trabalho, assistiu-se a “mais visceral e comovente instituição do internacionalismo da classe operária: as manifestações anuais de Primeiro de Maio”. Como expressão de uma intensa luta entre capital e trabalho, com ondas de agitação que produziram um enorme avanço do sindicalismo organizado por todo o mundo, tais manifestações não tardaram a chegar no Brasil, impondo também por aqui, ainda que de modo pontual, limitações à exploração do trabalho. Sobre o movimento operário e as lutas pela limitação da jornada no Brasil, ver Marcassa (2002).

força de trabalho. Os antecedentes do Estado de Bem-Estar e do reconhecimento do lazer como um direito social no contexto do pós-2ª guerra já estavam dados desde o fim do século XIX. Todavia, ao passo que o lazer, como um *antivalor* ou *antimercadoria*, ganhava relevo sob a forma das políticas sociais, sua manifestação privada, não como mercadoria adquirida no âmbito das trocas comerciais, mas como critério de identificação e pertencimento de classe – em larga medida, vivenciado através do associativismo nos círculos e clubes sociais, aonde o esporte ocupava lugar de destaque –,¹⁵⁹ também concorreu como um entrave à sua imediata e generalizada subordinação real às leis gerais do capital.

Tínhamos então diferentes tipos de lazer: o *lazer privado*, dos clubes e associações; o *lazer público*, difundido pelas políticas sociais; e o *lazer mercantil*, disponível no comércio. No entanto, a lógica que embalava o lazer estava muito mais ligada a uma orientação ideológica e instrumental do que, propriamente, a uma orientação mercantil, ainda que ela existisse. Entre os dois primeiros casos, o lazer chegava aos indivíduos e coletividades por meio da livre associação ou através da ação estatal e suas instituições assessórias, às vezes como concessão, outras como conquista, atendendo aos mais diferentes propósitos: diferenciação de classe, propaganda nacionalista, cooptação dos trabalhadores, produção e reprodução da força de trabalho etc. Em ambos os casos, visto como uma *antimercadoria* e *antivalor*. Já no último, tratado exclusivamente como um negócio, voltado para a busca do lucro, era adquirido pelos indivíduos no âmbito do mercado, via relações de compra e venda. Aquilo que se pode

¹⁵⁹ Como explica Hobsbawm (1992), o esporte era ainda estritamente amador, com a segregação e proibição dos profissionais. Por sua vez, os círculos e clubes, normalmente mantidos por sócios contribuintes, atuavam como um universo fora do ambiente doméstico, constituindo redes de sociabilidade tanto entre “superiores” como “inferiores”, alargando, de ambos os lados, as possibilidades de coesão e ajuda mútua. Deste modo, há um pouco mais de cem anos, momento em que a invenção do lazer se faz apreensível, *clube-empresa* e *esporte-mercadoria* são categorias fora de lugar, permanecendo anacrônicas, pelo menos, durante todo o meio século seguinte. Desenvolvem-se mais tarde, na mesma cadência que o *mercolazer*, explodindo mais recentemente.

definir como a “virada de mesa”, quando a manifestação do lazer sob a forma mercadoria, antes parcial e esporádica, sobrepõe-se às demais, como já foi explicado, acontece somente a partir dos anos 1970-90, como consequência dos mecanismos de solução da crise estrutural enfrentada pelo capitalismo, característicos do contexto de globalização econômica e mundialização da cultura.

4. Tudo vira shopping

Em 1988, o francês J. Dumazedier, como já dito, reconhecido intelectual do *campo do lazer*, publicava o livro “Revolução cultural do tempo livre”. Em que pese nossa discordância da análise, tal obra apresenta uma instigante discussão a respeito das transformações que apanharam seu país a partir do final dos anos 1960 até os anos 1980. Entre a tradição e a modernidade, o *boom* do lazer funda novas práticas culturais, forjando um novo sistema de valores que opera uma revolução silenciosa no seio da antiga sociedade, levando sua população a um novo modo de vida. Esta é a tese central desenvolvida pelo autor. Pouco interessado nas permanências, concentra-se mais em identificar o que surge de novo *no* e *com* o lazer. Logo na primeira referência à situação desse fenômeno no final dos anos 1980 na França, faz o alerta de que muitas vezes o lazer tem se reduzido a um novo campo de consumo, impondo-se como um poderoso mercado. Mas o que mais nos chama atenção é a explicitação de como os franceses receberam os parques temáticos.

Da esquerda à direita, os políticos enxergam, antes de tudo, o gigantesco projeto da Eurodisney, uma máquina para a criação de 20 mil empregos diretos e indiretos, com milhões de pequenos e grandes clientes em perspectiva. A indústria francesa do lazer,

diante da chegada dos equipamentos de recreação de massa à moda americana, defende, em primeiro lugar, seus próprios interesses ameaçados: 64 parques de lazer “à francesa” tiveram a sua construção iniciada com a ajuda do Estado. O primeiro inspira-se em contos e lendas “de casa”. O parque de Mirapolis abriu em Gergy-Pontoise, dominado pelo gigante Gargantua, de 38 metros de altura; em 20 de maio de 1987, foi inaugurado com grande pompa pelo primeiro-ministro (DUMAZEDIER, 1994, p. 29).

Evidencia-se que a chegada da Eurodisney à França foi prontamente acompanhada de uma resposta da *indústria do lazer local*, apoiada pelo capital estatal, no sentido de reduzir o *entertainment gap* francês, diminuindo sua vulnerabilidade ante o *american way of life* subliminar ao *capital divertido yankee* que acabava de chegar. Com o contra-ataque, depois de amargar sérias dificuldades financeiras e operacionais, somente após um plano de ampla reestruturação que, em 1998, a Eurodisney finalmente conseguiu, pela primeira vez desde sua inauguração, registrar algum tipo de lucro naquele país (SALOMÃO, 2000). Foi um caso típico do famoso protecionismo francês atuando na autodefesa dos interesses nacionais. Aliás, diante da percepção de que a cultura se coloca como uma questão economicamente estratégica no mundo globalizado, a França criou e conseguiu aprovar, no âmbito da OMC, uma proposta de exceção pela qual os produtos da indústria cultural ficam de fora dos acordos comerciais internacionais, uma iniciativa que enfrentou a oposição brasileira.¹⁶⁰

A despeito de tal resistência, o exemplo francês revela que o *entertainment gap* de um país, correspondente à defasagem de sua *indústria do lazer*, é sempre medido com referência ao mercado onde este

¹⁶⁰ Informação contida no artigo intitulado “Cultura fora da agenda política”, de autoria de P. Thiago, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, de 2/7/2002.

setor da economia se encontra mais desenvolvido. Com quase 500 parques e uma visitação anual superior a 100 milhões de pessoas, os EUA são disparados a liderança do setor,¹⁶¹ detendo cerca de 50% do mercado mundial.¹⁶² Ocorre que diante da saturação e forte concorrência do mercado doméstico, para continuar se reproduzindo, seguindo as leis gerais do desenvolvimento do capital, o *capital divertido* teve de buscar outros mercados. É o caso da Disney que, dominante até a década de 1980, quando outros grupos, como a Premier Parks, a Busch Entertainment e a Universal Studios Inc. entraram mais acirradamente na disputa pelo mercado norte-americano, praticando preços cerca de 30% abaixo dos seus,¹⁶³ para continuar expandido-se – isto é, reproduzindo seu capital em escala cada vez mais ampliada –, acabou sendo obrigada a diversificar e inovar seus produtos, atrair novos segmentos e fixar-se em outros mercados.

Atualmente, o grupo Disney fatura algo em torno de 25 bilhões de dólares ao ano, dinheiro resultante da produção de filmes, propriedade de canais de TV, licenciamento de marcas, redes de hotéis, agências de viagem etc. Os 9 parques que possui – 6 nos EUA, 2 no Japão e 1 na França – chegam perto de 20% de seus negócios.¹⁶⁴ Sobre o seu desenvolvimento no Japão, não reunimos dados. Na França, como já indicamos, encontrou resistências e teve de enfrentar a chamada luta concorrencial desleal contra os subsídios estatais que impulsionaram os

¹⁶¹ Dados extraídos da matéria “Jardins de lazer foram o início”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 22/11/1998.

¹⁶² Conforme números citados por Salomão (2000), em 1997, o mercado mundial de parques assim se distribuía: América do Norte (55%), Ásia e Oceania (20%), Europa (20%) e América Latina (5%).

¹⁶³ Informação obtida a partir da matéria “Disney World: onde estão as crianças?”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 28/11/2001.

¹⁶⁴ Dados igualmente extraídos da matéria “Disney World: onde estão as crianças?”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 28/11/2001.

primeiros 64 parques daquele país.¹⁶⁵ E no Brasil? Claro que os produtos da Disney chegam aos montes por aqui. Todavia, um parque propriamente dito ainda não veio. Mas se a Disney não vem ao Brasil, os brasileiros vão até a Disney. Na segunda metade da década de 1990, mensalmente, 25.000 consumidores partiram daqui para visitarem seus parques, colocando o Brasil na terceira posição no *ranking* de sua frequência estrangeira.¹⁶⁶ E para que os brasileiros possam se sentir valorizados, a Disney já anunciou a construção de um pavilhão temático especialmente dedicado ao nosso país.¹⁶⁷

De qualquer modo, ainda que os parques da Disney não tenham se instalado no mercado brasileiro, outros já o fizeram. Antes disso, porém, como já mencionamos, foi necessária a prévia intervenção da IAAPA a fim de remover as barreiras fiscais e demais impeditivos à sua penetração. Como se não bastasse, para terem acesso ao financiamento público para tal empreendimento, trataram de estabelecer parcerias com o capital nacional.

Empreendedores internacionais incluem as americanas Wet'n Wild e NGBS International, e a canadense White Water. Seus parceiros locais são grandes construtoras como a Suarez, da Bahia, Método de São Paulo, Agenco e o grupo Esta, do Rio de Janeiro. [...] Outra gigante a ingressar neste mercado é a Game Works, fruto de uma *joint-venture* entre a Universal, Sega e a Dream Works, empresa de Steven Spielberg. No Brasil, ela é representada por uma

¹⁶⁵ Embora a França tenha inicialmente optado por uma estratégia de desenvolvimento da sua própria indústria do lazer, isto não significa que tenha fechado as portas para o capital externo, muito menos para o padrão Disney. Como diz Dumazedier (1994, p. 30), referindo-se ao Parque de Pantoise, financiado em 33% pelo grupo saudita Pharaom, associado à Previdência Social, ao Clube Méditerranée, à Cia. Geral de Wagons-Lits e à Concessionária do Serviço de Águas, “a indústria de parques é voraz e [logo] se torna multinacional”.

¹⁶⁶ Informação também veiculada pela matéria “Disney World: onde estão as crianças?”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 28/11/2001.

¹⁶⁷ Notícia publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 5/10/1998, com a chamada “Disney vai armar o circo e cantar o Brasil”.

associação do Grupo Multiplan com a Sega Game Works. A Game Works planeja investir 400 milhões nos próximos dez anos em 20 unidades no país. Sua concepção é a de um centro de diversões anexo a um grande *shopping center*, com cerca de 250 máquinas eletrônicas de pequeno porte e *arena games*, jogos exclusivos com equipamentos de grande porte em ambientes especiais (SALOMÃO, 2000, p. 33).

Por seu turno, as empresas nacionais também vêm realizando seus investimentos. Uma associação entre as Organizações Globo, a Maurício de Sousa Produções e o Banco Opportunity, com um empurrão do BNDES, investiu 10 milhões de reais na construção do Parque da Mônica, um parque *indoor* no Cittä América, híbrido de *shopping* com centro empresarial localizado na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro-RJ. O Playcenter, pioneiro na construção de um grande parque no Brasil, investiu no Hopi Hari, em Campinas-SP, expandindo seus negócios em *shopping centers*, através de sua cadeia de boliches e parques *indoors*, as conhecidas Playlands, além de lançar-se em projetos de internacionalização latina, fincando bandeira na Argentina.¹⁶⁸ Do centro econômico da poderosa *indústria do lazer estadunidense* em direção a semiperiferia e periferia do mapa da divisão internacional do *mercolazer*, as ondas da *explosão divertida* vão se propagando.

Todavia, é seguro que os parques temáticos não representam nem de perto o todo da *indústria do lazer globalizada*. Pelo contrário, conforme uma pesquisa norte-americana, eles abocanham apenas uma pequena fatia do mercado das diversões e entretenimento. Somente a título de exemplo, em 1996, do total dos 431 bilhões de dólares gastos com entretenimento nos Estados Unidos, somente 1,62% ficaram com os

¹⁶⁸ Dados divulgados pela ADIBRA, citados por Salomão (2000).

parques.¹⁶⁹ Mas se os parques temáticos não são líderes em arrecadação, já se configuraram como uma preferência mundial de lazer,¹⁷⁰ o que conta a favor dos novos investimentos. Assim como os *shoppings*, por vezes confundindo-se com estes, os parques também assumem as características, tão bem identificadas por Padilha (2003), de uma verdadeira catedral do lazer reificado, cidades artificiais à beira das grandes vias facilitadoras da livre e rápida circulação de mercadorias, autênticos centros de peregrinação para aonde se dirigem milhares de consumidores, lugar em que se encontram representantes dos mais diferentes *pedaços* e territorialidades.

Juntos aos *shoppings*, os parques vão avançando, às vezes, como simples aliados, como no caso das Playlands, outras, como atrativo âncora, como o Parque da Mônica, e, noutras, influenciando-os em sua própria concepção, como no exemplo do Parque Dom Pedro. Esses dois personagens, parques e *shoppings*, formas mais desenvolvidas dos *equipamentos de mercolazer*, par-a-par, vão colonizando as demais práticas de lazer. Não por acaso, retomando o episódio da chegada dos parques à França, contrastando com toda a comemoração e euforia produzidas pela construção do Parque de Mirapolis, no dia seguinte à sua inauguração, “recebia a visita movimentada de um comando de cem

¹⁶⁹ Segundo dados do United States Census Bureau, citados por Salomão (2000), em 1996, os gastos com entretenimento nos EUA movimentaram, por segmento, os seguintes montantes: VCRs, TVs, eletrônicos, música gravada e fitas de vídeo (95 bilhões de dólares); brinquedos, equipamentos esportivos e fotográficos (87 bilhões); livros, revistas e jornais (50 bilhões); entretenimento comercial participativo (39 bilhões), categoria na qual se incluem os parques (+7 bilhões); performances ao vivo (16 bilhões); plantas, sementes e artigos para jardinagem (15 bilhões); clubes e associações (13 bilhões); eventos esportivos (6 bilhões); outros (103 bilhões). No segmento do entretenimento comercial participativo, para além dos parques, localizam-se ainda, dentre outros equipamentos, salões de bilhar, pistas de boliche, casas de dança, parques de equitação, clubes de tiro, ringues de patinação, academias de ginástica, clubes de golfe, cassinos etc.

¹⁷⁰ Informação constante do levantamento “Perfil Econômico do Município de Campinas – Análise dos Setores Selecionados: Distribuição de Alimentos e Serviços de Entretenimento e Lazer”, coordenado pelo economista E. Saraiva, da Unicamp, divulgada através da matéria “Jardins foram o início”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 22/11/1998.

visitantes enfurecidos representando 50.000 donos de carrosséis e circos que se julgavam abandonados e ameaçados. Houve pancadaria” (DUMAZEDIER, 1994, p. 30). A moderna *grande indústria do lazer*, já numa fase monopolista, bate as portas da tradição, não só impondo dificuldades à sobrevivência das pequenas e frágeis *fabriquetas de lazer*, mas corrompendo inúmeras outras práticas e equipamentos, atraindo-os ou tornando-os mais atrativos ao comércio.

Nesta direção, para citar alguns exemplos, podemos começar pelos clubes. Em Goiânia-GO, a maior parte deles está no “vermelho” e os pequenos estão fadados ao desaparecimento, é o que afirma o presidente da FECEG. A bancarrota do associativismo em empreendimentos de lazer é explicada, de um lado, pelo fim dos subsídios e estímulos estatais e, de outro, pela forte concorrência dos *shoppings*. Quanto às soluções apontadas para a crise, todas passam pela modernização.¹⁷¹ Paradoxalmente, para o Atlético, tradicional clube de futebol da cidade, tal processo de modernização resultou no arrendamento de seu antigo estádio para um *pool* de empresas interessadas na construção de mais um *shopping* no município, empreendimento que ainda não foi adiante.¹⁷² Mas se no Atlético de Goiânia tal iniciativa foi frustrada, vale a visita ao Atlético de Madrid, pois os espanhóis podem muito bem ensinar como as parcerias entre os *clubes-empresa* com empresas turísticas e urbanísticas, dentre as quais imobiliárias gestoras de *shoppings*, dão forma a um poderoso e lucrativo negócio.¹⁷³

¹⁷¹ Informações constantes da reportagem “Clubes no vermelho”, do jornal *O Popular*, de 1/6/2003.

¹⁷² Tal construção não se concretizou devido ao questionamento judicial do arrendamento movido por parte dos conselheiros do clube, paralisando a iniciativa. Notícia veiculada pelo jornal *O Popular*, de 30/8/2003, sob a chamada “Intenção era construir shopping”.

¹⁷³ Segundo Simancas (1999, p. 44), o Atlético de Madrid pode ser considerado um *clube-empresa* paradigmático nos negócios envolvendo empreendimentos turísticos e imobiliários. Seguindo seu exemplo, regra geral, “a maioria dos dirigentes do futebol espanhol são construtores ou agentes urbanísticos”.

No que diz respeito às festas tradicionais, a Festa do Peão de Barretos-SP, com seus 800.000 consumidores, há bastante tempo integrando o circuito das grandes *mercofestas* do país, seguiu o caminho dos parques temáticos, transformando-se no Parque do Peão Boiadeiro, chamando para si a chancela *country* da identidade rural brasileira (SALOMÃO, 2000). No âmbito das festas religiosas, frente ao estímulo dispensado pelo MET ao desenvolvimento da economia do turismo, é emblemático o episódio da assinatura de convênio, em plena missa solene, com a Arquidiocese de Aparecida-SP, visando a construção de um Centro de Lazer e Cultura para os romeiros que visitam a cidade, o chamado Parque de Aparecida.¹⁷⁴ Já o município de Nova Trento-SC, com pouco mais de 10 mil habitantes, talvez nem precise da ajuda do governo. A partir da canonização da madre Paulina como a primeira santa do Brasil, o turismo religioso explodiu na cidade. As redes hoteleiras Íbis, Le Canard e Parthenon se apressaram por anunciar sua instalação. Isto sem falar da empresa Bogotur, que propôs a construção de um parque temático sobre a Itália na cidade, uma vez que 95% de sua população têm ascendência naquele país.¹⁷⁵

Novamente no Estado de Goiás, a Pousada do Rio Quente, próxima à cidade de Caldas Novas, que ficou conhecida pelos seus encantos naturais como estância hidrotermal e pelos festivais gastronômicos que oferecia, resolveu mudar de identidade, agora atendendo por Rio Quente Resort. Trocou as viagens terapêuticas e de descanso pela agitação própria aos grandes parques aquáticos. Para “aferventar” as vendas, investiu 10 milhões de reais na construção do seu

¹⁷⁴ Informação divulgada pela matéria “Ministro assina convênio em meio à missa”, da *Folha de São Paulo*, de 13/10/2001.

¹⁷⁵ Conforme a reportagem “Turismo religioso explode em Nova Trento”, da *Folha de São Paulo*, de 27/5/2002.

Hot Park. Contando com o Lazy River, o rio lento, e o Giant Slide, o escorregador gigante como suas novas e principais atrações, além de espaços para hidromassagem, túnel, bares e equipe de recreação, tudo isso no setor aquático, o parque possui ainda atividades ecológicas, boate, restaurante, cervejaria, lojas e ambientes de espetáculo. E não fica só nisso, planejam para logo a construção do River Park, com toboáguas, montanha-russa e uma série de outras novidades.¹⁷⁶ Aventura e badalação, esse é o tom das práticas que animam o antigo e tranqüilo lugar de repouso, inserindo-o no moderno e internacional circuito do turismo de lazer.

Ainda na esfera do turismo, na cidade de Campos de Jordão-SP, também conhecida por suas belezas naturais e pelo clima de montanha, atrações como o Horto Florestal, o Palácio do Governador, o Museu Felícia Leirner e o Auditório Cláudio Santoro, um dos palcos do Festival de Inverno do lugar, não foram suficientes para refrear entre os turistas a sedução e o fascínio exercido pelos *shopping centers*. Apesar de todos os tradicionais pontos turísticos e equipamentos de lazer da cidade, paradoxalmente, durante a alta temporada de 2001, o lugar mais visitado foi o Market Plaza Shopping, totalizando 182 mil consumidores. Contrastando com a natureza, as grifes que encantaram o ambiente fechado do *shopping*, segundo indica o *ranking* de visitação da cidade, atraíram mais que a fria brisa de inverno, o verde, as águas e os animais do Horto Florestal.¹⁷⁷ Óbvio que as marcas e grifes estavam acompanhadas por celebridades da televisão, transmissão de eventos esportivos, restaurantes requintados, um *pocket shows* e inovadoras apresentações de

¹⁷⁶ Dados extraídos da reportagem “Pousada do Rio Quente quer sangue novo”, publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em 26/1/1998.

¹⁷⁷ Informações obtidas a partir da matéria “Shopping é o local mais visitado”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 27/5/2002.

circo, tudo para entreter o turista na própria expressão da grande mercadoria simulacro que é o *sohopping center*, mais encantador e inebriante que as paisagens naturais igualmente mercantilizadas.

Por falar em circo, a Disney levou o espetáculo do circo para o Downtown Disney, seu centro de entretenimento e compras da Flórida. Em um teatro de 1.600 lugares, durante 90 minutos, os 72 profissionais da companhia canadense Cirque du Soleil, de quinta a segunda, duas vezes por dia, dão uma nova roupagem aos antigos malabarismos e palhaçadas do *circo tradicional*.¹⁷⁸ Estandarizada mundialmente pela Disney, a fórmula do *circo novo* ganha os palcos, os *shoppings* e as telas da TV, minando ainda mais a presença dos pequenos circos que insistem em circular pelos *pedaços* de nossas cidades. Mas não só o espetáculo ganhou nova feição, distanciando-se da economia familiar, os circos incorporaram novas linguagens, uma nova estética e adquiriram o formato da *empresa flexível*. Isto quando não ganharam a fisionomia de ONG's, as escolas de circo que, em grande parte, dirigidas à infância e juventude em situação de risco, encontraram na preservação do *circo tradicional* uma função social potencialmente eficaz na captação de recursos.¹⁷⁹

Um último exemplo que também ilustra o quão avançado se encontra o processo de agigantamento e metamorfose dos mais variados espaços e equipamentos de lazer é o dos museus, cada vez mais assemelhados aos *shopping centers*, é o que afirma A. Siza, renomado

¹⁷⁸ Conforme a notícia "Por dentro da Disney: Cirque du Soleil dá cara nova a palhaços", divulgada pelo jornal *Folha de São Paulo*, de 1/5/2000.

¹⁷⁹ Trazemos aqui o exemplo da Escola de Circo Trampolim, ONG que desenvolvia um projeto educativo de lazer junto à infância e juventude assistida pela rede de proteção mantida pela Sociedade Cidadão 2000, outra ONG instituída pela Prefeitura de Goiânia-GO para o gerenciamento de seus programas sociais dirigidos a essa população. Depois de amargar com os sucessivos atrasos no repasse das verbas públicas que recebia através da Sociedade Cidadão 2000, viu-se obrigada a mudar de identidade. Transformou-se no Grupo de Teatro Lahetô. Sem abandonar o antigo convênio, mas, saindo debaixo da lona, buscando o palco mais requintado do teatro, associando-se a outros grupos portadores de diferentes linguagens artísticas e, com um espetáculo mais flexível, vem tentando conciliar suas atividades com o caminho do mercado. Ver Veloso (2004).

arquiteto especialista em museologia contemporânea. “Há uma tendência de fazer museus enormes, o que torna a manutenção muito cara. Para financiar isso, começam a surgir lojas cada vez maiores e o museu passa a alugar seu espaço para atividades que dificultam a concentração”.¹⁸⁰ Ainda que preservada a essência deste ambiente, ou seja, a exposição das obras, a devida concentração, contenção e reflexão diante da história e criação humanas ficam, em certa medida, prejudicadas ante a abertura e flexibilidade adotadas pelos museus com a incorporação da festa e da diversão como recurso para a atração dos visitantes-consumidores e incremento do comércio.

Poderíamos citar ainda vários outros casos de contágio e hibridez, como, dentre outras fusões e mutações, as academias de ginástica que ganham a fisionomia dos *shoppings*, a escalada na montanha que sobe as paredes das academias, o *bungee jump* que salta do parque às pontes e desfiladeiros, as salas de cinema que esvaziam as ruas, as boates e casas de *show* que embalam as madrugadas dos *shoppings*, as brincadeiras da recreação que animam os parques, as festas tradicionais que colorem e decoram os *shoppings*, a fazenda que empresta ao parque o chapéu e o laço como *mix* temático, os parques que semeiam seus brinquedos no hotel-fazenda, os *aeroshoppings* e *rodoshoppings* que recepcionam os turistas, os parques e *shoppings* que hospedam os clientes, as competições esportivas que estacionam nos *shoppings*, o parque que absorve o teatro etc.

Estes “formatos híbridos” têm possibilidades infinitas de combinação, na medida em que se aproximam também de outras modalidades de entretenimento (circos, jardins zoológicos, *aquariums*, danceterias, cinemas) e outras atividades de negócios,

¹⁸⁰ Trecho da entrevista com A. Siza, publicada sob a chamada “Museus estão virando shoppings, diz Siza”, no jornal *Folha de São Paulo*, em 3/6/2002.

como varejo (lojas temáticas) e bares e restaurantes (temáticos). Assim, parques temáticos agora têm parques aquáticos em anexo, danceterias têm área para games eletrônicos e cassinos contam com montanhas russas. A situação torna-se ainda mais complexa quando estes empreendimentos se unem para compor os chamados Centros Urbanos de Entretenimento, ou *Shoppings de Lazer (Festival Malls)*, ou ainda os complexos turísticos e *resorts* multifacetados (SALOMÃO, 2000, p. 76).

Toda esta amalgamação de instituições e formas encontra sua culminância no *shopping* que se funde com parque, aquilo que, novamente lembrando Padilha (2003), podemos chamar por *shopping center híbrido, equipamento polivalente de lazer*¹⁸¹ que eleva à máxima potência possível o galanteio amoroso da mercadoria, sempre apelando ao estratagema da *compra divertida*, um prazeroso e lúdico envolvimento interativo e fetichista do cliente com o consumo.

5. Lazer monopolista

Apoiados nos princípios da flexibilidade e da superfluidade, pilares sobre os quais se assenta a lógica do capitalismo avançado, os *shoppings*, parques e assemelhados representam o que há de mais avançado em estratégia de comércio, contribuindo sobremaneira com a aproximação do consumo da produção. No entanto, a reunião de várias modalidades ou ofertas de lazer num só equipamento, com a proliferação dos formatos híbridos, não se deve a outro motivo senão ao acirramento da concorrência. Sintonizados tanto com o consumo em escala como antenados no atendimento aos diferentes tipos de clientes – ou seja,

¹⁸¹ A sugestão categorial de um *equipamento polivalente de lazer* está baseada na classificação proposta por Camargo (1979), na qual figuram os equipamentos médios de polivalência dirigida e macro-equipamentos polivalentes, ambos dirigidos ao atendimento de uma grande população com interesses diversificados, embora sob a lógica da oferta pública do lazer.

ajustando massificação com segmentação –, as empresas proprietárias destes *macro-equipamentos de lazer*, como afirma Salomão (2000, p. 75), estão sempre “em busca de ofertas originais de entretenimento, novidades que renovem a magia e o poder de atrair repetitivas visitas e fortaleçam sua posição competitiva”.

Ressalta-se, porém, que a atratividade de um equipamento, requer, obrigatoriamente, altos investimentos, o que reforça tanto a tendência de concentração, algo inerente ao próprio processo de acumulação, como de centralização do capital, fenômeno decorrente de fatores como concorrência, acesso ao crédito, incorporações, fusões, métodos de inovação etc. Tal processo, inerente também à produção e reprodução do *capital divertido*, tem alterado significativamente a configuração da *indústria do lazer*, não só no sentido de sua flexibilidade, mas, principalmente, da formação, no setor, do *capital monopolista*¹⁸², com a expropriação de capitalistas por capitalistas e a consequente substituição dos muitos “capitais-pequenos” pelos poucos “grandes-capitais”. Assim, quanto menores os investimentos e o porte de uma empresa de lazer, maior será sua propensão à mortalidade.

No caso do Brasil, do total das empresas que foram fechadas no ano de 2000, 93,2% empregavam até 4 pessoas.¹⁸³ Estes dados não se referem especificamente às *fabriquetas de lazer*, mas pressupomos que o que se verifica neste setor não destoa daquilo que acontece noutras atividades econômicas, pelo menos é o que afirma Salomão (2000, p. 15): “nesta indústria, como na natureza, só os fortes sobrevivem. Não constitui tarefa trivial, por exemplo, competir com Disney, Sagram-Universal e AOL-

¹⁸² Para Braverman (1987, p. 231), “é somente na era do monopólio que o modo de produção capitalista de produção recebe a totalidade do indivíduo, da família e das necessidades sociais e, ao subordina-los ao mercado, também os remodela para servirem às necessidades do capital”.

¹⁸³ Dados obtidos a partir do estudo do “Cadastro Central de Empresas 2000”, realizado pelo IBGE, divulgado em 2002. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 27 ago. 2002.

Time Warner”. Ocorre que, mesmo entre as chamadas grandes a concorrência também é acirrada. Não por outro motivo, a não ser o da concorrência, o processo de fusão da AOL-Time Warner foi judicialmente interpelado pela Disney. Sob o argumento de evitar a centralização de poder no setor, a companhia tentou insistentemente impedir junto às entidades de regulamentação dos Estados Unidos a formação do grupo rival¹⁸⁴. Talvez os homens de negócio da Disney tenham projetado uma situação semelhante a esta:

Digamos que um homem inicie a sua manhã com o seu rádio despertador sintonizado em uma rede de notícias 24h e atualize-se lendo no café um semanário popular. Que em seguida vá para o trabalho ouvindo CDs em seu carro, trabalhe todo o dia via internet e relaxe após o expediente indo ao cinema com sua esposa. E que ao retornar para casa encontre os filhos assistindo a um canal 24h de desenhos animados e a babá com uma revista de fofocas sobre “ricos e famosos”. Como recompensa para as boas notas no colégio, cada um dos filhos ganha de presente um boné com o seu personagem preferido e uma fita de vídeo com o longa metragem animado que eles certamente assistirão até decorarem cada uma das falas do roteiro. E para fechar o dia com chave de ouro um filme na TV a cabo. AOL-Time Warner. Esta empresa sozinha poderia ter sido responsável por cada um dos momentos que esta hipotética família viveu neste dia, ocupando todos os espaços de lazer e capitalizando com todas as experiências vividas (SALOMÃO, 2000, p. 16).

Ainda que de forma hipotética, tal passagem demonstra como, sob os efeitos do *capital monopolista* – cuja tendência liga-se ao impulso de inovar produtos e serviços –, o preenchimento do tempo livre vai se tornando todo ele dependente do mercado, por vezes, dominado por uma

¹⁸⁴ Informação veiculada pela matéria “Disney quer bloquear AOL-Time Warner”, publicada no jornal *Folha de S. Paulo*, em 21/7/2000.

ou poucas empresas, que inventam continuamente mais e mais divertimentos e espetáculos ajustados às condições e restrições da vida unilateral das grandes cidades. Oferecidos como sucedâneos que se tornam meios de preencher as horas livres, objetos, serviços e toda uma gama de experiências fluem em abundância das mega instituições empresariais que transformaram o lazer numa valiosa mercadoria e peculiar instrumento para a ampliação do capital (BRAVERMAN, 1987). A *grande indústria do lazer* trabalha, deste modo, não na direção do atendimento às reais necessidades humanas, mas sob o imperativo absoluto do lucro e da acumulação.

Não obstante a tais interesses, orientados exclusivamente pelas regras de mercado, é recorrente o argumento de que o setor, além de gerar excelentes oportunidades de trabalho, materializando-se como uma das melhores alternativas de enfrentamento às transformações do mundo do trabalho, tem em muito contribuído com a distribuição de renda, impulsionando o desenvolvimento social. Faz-se necessário esclarecer, contudo, que os dividendos provenientes desta atividade, em sua maior parte, correm mesmo é para os cofres das grandes empresas, gerando, no oposto, ainda mais concentração e centralização. Neste sentido, a retórica da responsabilidade social e promoção do desenvolvimento sustentável que cerca a expansão dos investimentos e negócios de lazer é para lá de fantasmagórica, merecedora de vários questionamentos, principalmente, sobre a qualidade dos empregos que produz.

As ocupações em serviços de lazer no Brasil empregavam 1.097.605 trabalhadores em 2001, um crescimento de aproximadamente 36% se comparado aos números de 1992, quando o mercado de trabalho atingia 804.633 pessoas. Sem dúvida, há geração de empregos. Mas temos de observar as ocupações abertas. Apenas 42% destas empregam assalariados com carteira. Por conseguinte, a maioria não dispõe de

qualquer tipo de proteção legal contra a sazonalidade da atividade de lazer, contra o emprego temporário, contra a exploração do trabalho infantil, sem mencionar outros traços de flexibilização-precarização que incidem sobre tais ocupações. Os chamado direito do trabalho e a organização sindical muitas vez passa ao largo do mercado do lazer. Não é de estranhar, deste modo, que mais da metade, 54,4% dos ocupados em serviços de lazer ganhe no máximo 2 salários mínimos, o que lhes atesta a condição de pobres e miseráveis. Enfim, o trabalho com o lazer, segundo a lógica imposta pelo *capital divertido*, geralmente, é emprego de péssima qualidade. Somente 8,2% do contingente de ocupados neste mercado tem remuneração superior a 10 mínimos.¹⁸⁵

Quanto à distribuição de renda, o turismo muitas vezes é considerado como a “tábua de salvação” da economia nacional, uma vez que supostamente tem a potencialidade de captar dinheiro nas regiões mais ricas em benefício das regiões mais pobres. Com base nesse argumento, o Nordeste brasileiro, por exemplo, tem recebido volumosos investimentos públicos e privados para a garantia da infraestrutura necessária à expansão de seu parque empresarial turístico, procurando disputar a posição de destino preferencial dos paulistas. Mas será que os paulistas transferem mesmo renda para os setores economicamente desprivilegiados da população nordestina? O turista médio paulista ganha R\$ 1.114,66 mensais, com um gasto anual *per capita* de R\$ 223,68. Pode-se alegar, apesar disso, que o turista que deixa o seu dinheiro nos paraísos

¹⁸⁵ Dados extraídos da PNAD/IBGE de 2001. Segundo a mesma pesquisa, as ocupações em serviços de lazer se dividem pelos seguintes ramos de atividade: *serviços de diversão* – danceteria, boate, cinema, teatro, circo, escola de samba, grupos de dança, brinquedos mecânicos, fliperama, parques de diversões, alugues de lancha, salão de bilhar, locadora de vídeos, promoção de espetáculos, músicos etc.; *organizações esportivas* – clube social, federação ou associação desportiva, estádio, parque aquático, quadra esportiva, camping etc.; *organizações culturais* – museu, biblioteca, centro cultural, aquário, jardim botânico, jardim zoológico, reserva ecológica etc; serviços de hospedagem – hotéis, motéis, pousadas, hospedarias etc.; *serviços de comunicação* – empresas de rádio ou televisão; e, *jogo e outros* – cassino, jogo de bicho, clube de caça, bordel, meretrício, prostituição etc.

da costa nordestina, precisamente 7,7 bilhões de reais, não é o turista médio, mas sim os ricos e endinheirados.¹⁸⁶ Se assim o for, valeria então checar onde exatamente tal turista tem gasto seu dinheiro.

Grosso modo, o PIB turístico provém da *grande indústria do lazer*. Só no setor hoteleiro, os 50 maiores grupos detêm 150 marcas e 40% do mercado mundial, reunindo um total de 4 milhões de apartamentos.¹⁸⁷ No litoral nordestino, onde os hotéis se fazem presentes também sob o formato dos *resorts*, somente a Sauípe S/A possui 5 hotéis e 6 pousadas, sem mencionar as redes SuperClubs e Club Méd, outras duas grandes do setor.¹⁸⁸ E quando o turismo inclui a estada num *resort*, ele não só deixa de produzir distribuição de renda, mas realiza ainda uma verdadeira operação de destruição dos espaços e paisagens naturais, com a construção de cidades-simulacro totalmente dedicadas ao consumo e a diversão. Com a chegada dos *resorts*, normalmente cercada pela velha estratégia da especulação imobiliária com vestes de projeto ecológico, “quem paga a conta pela falta de natureza e de espaço público na grande cidade é a natureza e os espaços distantes dela” (SANT’ANNA, 2001, p. 62). Ante as necessidades de majorar os prazeres do turista, as motivações impostas pelo lucro e acumulação enfraquecem a defesa em favor do chamado turismo sustentável.

Expansionista, concentradora e centralizadora, a *grande indústria do lazer* não se limita somente a instalar-se em novas e diferentes regiões, conquistando novos mercados. Vai pouco-a-pouco convertendo todo tipo de prática. Onde penetra, tudo o que toca, transforma em

¹⁸⁶ Dados da Fipe/USP, referentes ao ano de 2001, divulgados através da matéria “Turismo contribui para a distribuição de renda”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 6/5/2002.

¹⁸⁷ Números noticiados pelo jornal *Folha de São Paulo*, sob a chamada “Concentração de rede de hotéis é forte”, em 27/5/2002.

¹⁸⁸ Informações obtidas a partir da reportagem “Sauípe quer ser destino internacional”, do jornal *Folha de São Paulo*, de 15/10/2001.

mercadoria. “Tão empreendedor é o capital que mesmo onde é feito esforço por um setor da população para ir em busca da natureza, do esporte, da arte através de atividade pessoal e amadorista ou de inovação marginal, essas atividades são rapidamente incorporadas ao mercado tão logo possível” (BRAVERMAN, 1987, p. 237). Há, portanto, de se distinguir, no interior desta dinâmica, as desigualdades entre a *grande indústria do lazer* das *fabriquetas de lazer*. No entanto, salvo as diferentes proporções, tanto uma como a outra estão submetidas à mesma lei geral do valor, com a agravante de que as *fabriquetas de lazer*, a fim de suportarem a concorrência do mercado, acabam por se ver obrigadas a baixar a qualidade de seus serviços e a precarizar ainda mais a força de trabalho contratada.

6. Fetichismo do mercolazer

Uma vez analisada expressiva quantidade de dados que nos permitiram revelar algumas das determinações que operam sobre a mercantilização do lazer, bem como desvelar algumas das tendências inerentes ao processo de desenvolvimento das organizações empresariais que operam no setor, objetivamos, para este momento do texto, apanhar a problemática do *mercolazer* inserida no jogo das relações econômicas mais fundamentais. O que intentamos, portanto, é superar as limitações impostas pelo *fetichismo do mercolazer*, processo que nos impede de ver tal fenômeno para além de sua aparência mais imediata. Trata-se de uma barreira que buscaremos desvendar auxiliados pela teoria do valor, sobretudo, a partir de questionamentos dirigidos à posição que o lazer ocupa no processo de trabalho, inserido na relação geral da produção com

a distribuição, a troca e o consumo,¹⁸⁹ a começar pela relação de troca no interior dessa totalidade. Isto porque, atualmente, sob o jugo da *acumulação flexível*, não é em outro momento, senão no intercâmbio de coisas mercantis, que o lazer, metamorfoseado em bens e serviços de consumo, produzido segundo os critérios quase que exclusivos da vendabilidade, tem manifestado sua real grandeza de valor para o capital, o lucro.

Entretanto, antes de chegarmos à troca, ponto de partida para a compreensão de como o lazer se insere na atual dinâmica de produção e reprodução do capital, torna-se preciso familiarizarmo-nos um pouco com a relação que guardam entre si produção e consumo. Conforme ensina Marx (2003), como momentos do processo geral de trabalho, ambos são, cada qual, imediatamente, o seu oposto. Toda produção é, ao mesmo tempo, consumo, do mesmo modo que todo consumo pode ser considerado produção. Observemos os argumentos por ele apresentados. Do lado do consumo, pode-se dizer que qualquer produto, uma vez produzido, só se confirma como tal, no momento do consumo. Assim como uma bola só se converte efetivamente em bola quando é usada, uma sala de cinema a ser inaugurada e que, conseqüentemente, ainda não se consome, não é, de fato, um equipamento de lazer, deduz-se. Conseqüentemente, o produto não pode ser entendido apenas como atividade coisificada, mas como o objeto para o sujeito em atividade, objeto para fruição. O consumo impulsiona a produção, pois sem a necessidade criada ou reproduzida por ele não há produção. Por conseguinte, do lado da produção, é ela que fornece o produto, sem o qual, não há consumo, o que significa dizer que a produção também cria o consumo.

¹⁸⁹ Para Marx (2003), produção, distribuição, troca e consumo constituem momentos de uma mesma totalidade, o processo geral de trabalho, não podendo, deste modo, diante das determinações recíprocas que guardam entre si, serem tratados como momentos isolados, como assinala a teoria econômica clássica.

Aliás, não é somente o produto que a produção cria para o consumo, continua ele ensinando. Cria também seu caráter, pois cada produto não é um produto em geral, mas um produto que deve ser consumido de uma maneira específica, necessariamente, mediada pela produção. A necessidade lúdica do ser humano, por exemplo, é sempre necessidade lúdica, mas a necessidade lúdica que se satisfaz no jogo de bola, entre amigos, é bastante diferente da necessidade lúdica que se satisfaz sozinho diante de um aparelho de TV. A produção não produz somente o produto do consumo, mas também a forma como vai ser consumido. Assim, a produção cria o próprio consumidor – seja ele ativo ou passivo –, pois não se limita a fornecer um produto em resposta à necessidade, mas fornece também necessidades a um produto. A produção de uma exposição fotográfica, de um espetáculo de dança, de uma mostra de arte ou de uma peça de teatro, exemplos do patrimônio cultural historicamente acumulado e objetivamente desenvolvido, cria, dialeticamente, um público capaz de decodificar a estética e apreciar a beleza. Neste sentido, a produção não se encarrega somente do fornecimento de um produto para o sujeito, incumbi-se, reciprocamente, da produção de um sujeito para o produto.

Logo, a produção gera o consumo: 1º fornecendo-lhe sua matéria; 2º determinando o modo de consumo; 3º criando no consumidor a necessidade de produtos que começaram por ser simples objetos. Produz, por conseguinte, o objeto do consumo, o modo do consumo, o instinto do consumo. De igual modo, o consumo engendra a *vocação* do produtor, solicitando-lhe a finalidade da produção sob a forma de uma necessidade determinante (MARX, 2003, p. 237).

Segue-se daí que a satisfação de uma necessidade conduz sempre a criação de novas e superiores necessidades que se desenvolvem

com o surgimento de novos produtos para a sua correspondente satisfação, portanto, adquirindo novas e diferentes formas. Por sua vez, todo e qualquer produto que satisfaz uma necessidade humana possui um correspondente valor. Quando o homem em particular, com o produto de seu trabalho, satisfaz suas necessidades pessoais, produz valor de uso. Contudo, quando não produz apenas valor de uso, mas um valor de uso para outrem, objetivando a troca, o que está se produzindo, na verdade, é uma mercadoria. As mercadorias são sempre produzidas sob a forma de valores de uso, que é sua forma primeira. Nascem para servir a determinadas necessidades. Todavia, só são mercadorias por sua duplicidade, primeiro, como objetos úteis e, segundo, como objetos portadores de valor de troca. Entende-se daí que o valor de uso constitui o veículo do valor de troca, o que, em outros termos, significa que nenhum produto torna-se mercadoria, possui valor de troca, se não possui utilidade, se não tem alguma qualidade que lhe confira um determinado valor de uso.

Ocorre que, sob a égide do capital, todo valor de uso é apenas uma isca para a troca, pois à medida que a produção capitalista avança, o valor de troca cada vez mais se autonomiza em relação ao valor de uso. Com ajuda da publicidade e da moda, lançando seus fetiches sobre a mercadoria, o capital se aperfeiçoa em criar e recriar valores de uso de acordo com seus interesses e conveniências, elevando à máxima potencialidade possível o que se chama por disjunção de necessidade e produção-de-riqueza.¹⁹⁰ Desse modo, subordina-se a produção de valores de uso, que se relaciona diretamente às necessidades humanas, à reprodução de valor de troca, que, no oposto, responde às necessidades

¹⁹⁰ Para saber mais sobre a disjunção de necessidade e produção-de-riqueza, o que, em outras palavras, corresponde à subordinação das necessidades humanas à reprodução de valor de troca, ver Mészáros (2002).

capitalísticas. Por conseguinte, como bem observa Mészáros (2002), ao passo que a relação de interdependência que guardam entre si produção e consumo, um como criador do outro, coloca-se em desequilíbrio, em disjunção, os objetivos da produção acabam por extrapolar as limitações do consumo dado, antecipando-se a ele e estimulando, sob uma nova reciprocidade, tanto a produção como a demanda conduzida pela oferta.

Em sendo assim, se a produção de mercadorias não mais objetiva a produção de valores de uso como tais, mas a produção orientada para a vendabilidade, deparamo-nos, ato contínuo, com novas contradições na relação de troca. Uma destas contradições consiste em agregar, à forma original do valor de uso da mercadoria, a manifestação sensível desse, de outro ou de tantos mais valores de uso adicionais à sua respectiva aparência. Neste sentido, se o impulso motivador de todo consumidor no momento da compra é, precisamente, o de possuir e desfrutar o valor de uso de uma determinada mercadoria, como adverte Haug (1997), a aparência estética, os *valores de uso prometidos* pelas mercadorias, surgem como uma *função de venda* tornada autônoma no interior do sistema de compra e venda. Ao passo que certas mercadorias têm, primeiro, seu valor de uso original estandardizado; segundo, ao lado de seu valor de uso original, outros valores de uso prometidos; ou, terceiro, a combinação das duas coisas, sua venda acaba por ser facilitada. Por conseguinte, levando-se em conta que tal processo não se constrói de outro modo senão pelo trabalho objetivado pelo *design* e pela propaganda, a mercadoria a qual foram colados estes valores de uso corruptores tem expandido seu respectivo valor de troca, agregando ainda mais trabalho ao seu valor final.

Estamos nos referindo à produção de mercadorias que envolve, em seu processo, tanto a produção precisamente orientada para as carências e fraquezas do consumidor, como, também, a produção do

próprio consumidor, exercitando nele seus prazeres.¹⁹¹ A manifestação daquilo que podemos identificar como *poder imagético* do *mercolazer* – ou seja, o *lazer como valor de uso prometido da mercadoria*, cumprindo, portanto, uma *função de venda*, manifestando-se como uma espécie de galanteio amoroso lançado sobre o consumidor – decorre, justamente, desse estratagema. Entretanto, uma vez que a produção de uma determinada mercadoria cujo valor de uso original não é o lazer passa a incorporá-lo como promessa, tal produção cria também o consumidor para esta mercadoria, dando origem a diferentes segmentos e nichos de mercado. A produção dos carros da chamada linha *off road*, os modelos esportivos colados à imagem dos chamados *esportes de aventura*, que englobam também os *esportes da natureza*,¹⁹² ilustram muito bem tal armadilha, deixando-a mais clara aos nossos olhos.

A finalidade de um carro, na perspectiva do valor de uso, que corresponde diretamente à necessidade de locomoção e transporte das pessoas, somente se realiza depois que, uma vez comprado, este mesmo carro é utilizado. Mas os carros da linha *off road*, junto ao seu valor de uso original, possuem um valor de uso adicional, isto é, um *valor de uso prometido*, o lazer, neste caso, sob a manifestação dos *esportes de aventura*. Dessa maneira, pode-se dizer que seu *valor de uso prometido* somente se realizaria na utilização para tal fim, na locomoção em

¹⁹¹ Tais fraquezas e carências são compreendidas aqui como uma necessidade prática que, por si só, não provoca uma ação consciente por parte do indivíduo. Ao passo que desconhece o objeto de sua satisfação, não regula e nem orienta de forma autônoma sua ação. Consequentemente, suas necessidades se desenvolvem e adquirem forma conforme o surgimento das mercadorias para sua correspondente satisfação. A produção provoca, assim, ao seu bel-prazer, o direcionamento das carências para um determinado complexo de mercadorias, processo que coincide com o amoldamento da própria subjetividade do consumidor.

¹⁹² Emblemáticos, neste caso, são os modelos Palio Weekend, Strada e Doblò, da fabricante Fiat, cujas versões *adventure*, com suspensão forçada e *design* mais agressivo, já respondem por 40% do total das vendas. Vale o registro, no entanto, conforme a própria empresa aponta, que o público alvo destes produtos não é só de praticantes regulares de *esportes de aventura*, mas, sobretudo, seus “simpatizantes”. Dados extraídos da matéria “Grandes empresas radicalizam em estratégias de marketing”, publicada no jornal *O Popular*, em 5/10/2003.

situações de *viagens à natureza*. Por outro lado, segundo a ótica do valor de troca, a finalidade de um carro, seja ele um modelo *off road* ou não, como a de qualquer outra mercadoria, cumpre-se logo no momento da venda, quando seu valor de troca emerge sob a forma dinheiro. Para o capitalista, tanto o valor de uso original do carro, bem como sua aparência, contendo quantos outros mais valores de uso adicionais, inclusa aí a promessa de lazer, são chamarizes para transformar em dinheiro o seu valor de troca. Pouco importa se o tipo de carro em questão, posteriormente, será submetido a uso todos os dias, nos fins de semana, somente nas férias ou a uso nenhum.¹⁹³ Sua utilidade para o capital não tem outra finalidade senão a da venda e a inovação estética da mercadoria que produz.

Da perspectiva do valor de troca importa, até o final – ou seja, o fechamento do contrato de compra – apenas o valor de uso prometido por sua mercadoria. Aqui reside desde o princípio uma ênfase acentuada – porque funcionalmente econômica – na manifestação do valor de uso que – considerando o ato da compra em si – desempenha tendencialmente o papel de mera aparência. O aspecto estético da mercadoria no sentido mais amplo – manifestação sensível e sentido de seu valor de uso – separa-se aqui do seu objeto. A aparência torna-se importante – sem dúvida importantíssima – na construção do ato da compra, enquanto ser. O que é apenas algo, mas não parece um “ser”, não é vendável. O que parece ser algo é vendável (HAUG, 1997, p. 26-27).

¹⁹³ Estamos aqui nos referindo ao *valor de uso prometido* dos carros da linha *off road*, ou seja, sua utilidade para o lazer. Contudo, de acordo com aquilo que se pode ler em Mészáros (2002), ainda que seu valor de uso original – isto é, sua utilidade para o transporte –, fosse também rebaixado a ponto de ser consumido parcialmente e com menos proveito – o exemplo seria o de um carro a ser utilizado somente para viagens a natureza –, seu valor de troca permaneceria igualmente inalterado, obviamente, desde que a demanda pelo mesmo tipo de utilização fosse reproduzida com sucesso. Como outra faceta da taxa de utilização decrescente das mercadorias, ao lado da obsolescência, a subutilização é, de igual modo, um artifício que ajuda a tornar vendável outro carro.

O *mercolazer* aparece, assim, como uma espécie de *invólucro* para certas mercadorias, forjando sua composição estética e exercendo um enorme poder de fetiche sobre o consumidor. Em nosso exemplo, a estética do carro ganhou um significado qualitativamente novo para codificar as *viagens à natureza* como seu *valor de uso prometido*. Abstraída de uma experiência de lazer, a sua pura manifestação sensível, tornada autônoma, colada a outras mercadorias, emprestando-lhes novos valores de uso, cumpre uma *função de venda* na relação de troca, materializando-se como um poderoso instrumento para se obter dinheiro. Há então de se distinguir a *estética do mercolazer* do *mercolazer propriamente dito*, ainda que numa relação de determinação recíproca. Entretanto, frequentemente, sua abstração estética – seja como *invólucro* imediatamente colado ao corpo de outra mercadoria, ou seja como a imagem de estilos veiculados de modo repetido e incessante ao lado de outras imagens mercantis – acaba por se precipitar à experiência, estimulando a demanda por certas práticas conduzida pela oferta de determinados equipamentos.

Retomando a ilustração anterior, poderemos ser mais bem entendidos. Enquanto, à época do início dos anos 1980, os utilitários esportivos eram ainda um *hobby* entre poucos, as empresas de *marketing* já haviam previsto que os *off road* se tornariam, no futuro próximo, uma “febre de consumo”. Apostavam na carência de lazer de um contingente cada vez maior de jovens profissionais bem pagos, porém, muito *estressados*, afoitos por prazeres imediatos que lhes compensassem a intensificação do trabalho e aceleração dos ritmos e processos diários da vida cotidiana.¹⁹⁴ “À medida que a estética da mercadoria interpreta nesse sentido o ser das pessoas, a tendência progressiva de seus impulsos, de seus desejos em busca da satisfação, o prazer e a alegria parecem

¹⁹⁴ Fenômeno identificado a partir da matéria “Faith Popcorn: a guru do marketing”, da revista *Veja*, de 13/2/2002.

desviados” (HAUG, 1997, p. 79). Neste sentido, o antigo *hobby* dos ultrapassados jipões, desenraizado, acrescido de sofisticação estética e estandardizado pela moda e pela propaganda, foi deliberada e artificialmente potencializado como tendência.

Aquilo que foi identificado como potencial função para a *vendabilidade* de uma prática específica de lazer, antes restrita a um pequeno círculo de adeptos, foi descolado de sua experiência e, como pura abstração estética, como *coisa significativa*, depois de inovada, foi acionada a uma nova geração de mercadorias. Acontece que a produção deste novo tipo de carro forjou também um *consumidor de novo tipo*, os *eco-esportistas*, *caçadores de aventura* ou como queiram chamar. “O valor de uso corruptor reage sobre a estrutura das necessidades do consumidor, impregnando-o de uma perspectiva de valor de uso deturpada” (HAUG, 1997, p. 79-80). Destarte, como promessa e finalidade de galanteio, as prazerosas *viagens à natureza* fizeram do *hobby* de alguns o estilo de vida de muitos, fetiche para quase todo o segmento daqueles que laboram freneticamente em seu longo tempo de trabalho para gastarem extasiadamente em seu curto tempo livre. Enfim, o *mercolazer*, como *coisa significativa*, contribui ativamente para a produção e reprodução subjetiva de novos estilos de vida, forjando um terreno cultural do qual o capital pode arrancar novas manifestações para a contínua recriação da moda, dando origem objetiva a novas e diferentes faces ao *mercolazer*.

O que se considera [...] como um ponto de partida – a maneira de viver [ou seja, o estilo de vida¹⁹⁵] – é bem mais um resultado. Se o capital desenvolve e concretiza “idéias”, a partir das necessidades

¹⁹⁵ A estética da mercadoria estandardizada pelos modismos, bem como os estilos de vida, segundo se pode ler em Haug (1997, p. 132), “não somente arrastam grupos inteiros de mercadorias (...), mas também cultivam comportamentos, estruturam a percepção, a sensibilidade e a capacidade de avaliação, padronizam a linguagem, as roupas, a autocompreensão, bem como as atitudes e até mesmo o corpo, mas sobretudo a relação com ele”.

atuais de determinados grupos humanos, as necessidades, então, não sabem mais o que lhes acontece, tanto mais que apenas os segmentos de necessidades “passíveis de serem satisfeitas” sob a forma de mercadoria são selecionados e “satisfeitos” mediante a oferta de mercadorias (HAUG, 1997, p. 127).

Assim, como promessa corruptora, a *estética do mercolazer* designa um valor de uso diferencial a um sem número de produtos, associando-os a um determinado complexo de mercadorias e conferindo-lhes a identidade de mercadorias híbridas ou multifuncionais,¹⁹⁶ vale repetir, servindo não só como uma *função de venda autônoma*, ativando a relação entre produção e consumo, aproximando um momento do outro e contribuindo para a aceleração do tempo de giro do capital, mas, *pari passu*, agregando a tais mercadorias ainda mais valor. Isso porque o *design*, o *marketing*, a aparência e as imagens passaram a ocupar papel fundamental na atual dinâmica de valorização do capital, tornando-se, espécies muito peculiares de mercadorias (HARVEY, 2000). Logo, a produção da *estética do mercolazer* deve ser entendida como um processo de *trabalho imaterial*, cujo determinado *quantum* encontra-se coisificado na forma final dada às mercadorias funcionalizadas para o lazer.¹⁹⁷

¹⁹⁶ Para Haug (1997), como decorrência do avanço do *design*, caíram todas as fronteiras entre as mercadorias isoladas, dando lugar a verdadeiros complexos de mercadorias, quando a compra de uma mercadoria, em certa medida, obriga a compra de outra, como, por exemplo, o *complexo de aventura* – esporte, carro, roupas, sapatos, óculos, comida etc. Já o que estamos chamando de mercadoria híbrida ou multifuncional, diz respeito ao resultado do processo de inovação estética que deposita, artificialmente, um determinado complexo de valores de uso num único corpo de mercadoria, como o carro que serve não só ao transporte convencional, mas, também, ao transporte em situação de *viagens à natureza*, além de conferir *status* ao seu possuidor.

¹⁹⁷ Segundo Marx (1971a, p. 119), “a mercadoria pode ser produto de nova espécie de trabalho, que se destina a satisfazer necessidades emergentes ou mesmo criar necessidades até então desconhecidas. Função que era, ontem, uma entre muitas do mesmo produtor de mercadorias pode, hoje, destacar-se do conjunto e, assim, enviar ao mercado seu produto parcial como mercadoria independente”. O processo de *trabalho imaterial* pode ser entendido, portanto, como uma nova espécie de trabalho que tem na imagem o seu produto. Para saber mais sobre o *trabalho imaterial* e as novas formas de produção da subjetividade no *capitalismo avançado*, ver Lazzarato e Negri (2001).

Se a análise dos atributos da mercadoria ligados aos estímulos sensíveis criados a partir da estratégia de inovação introduzida no sistema de compra e venda, algo que se relaciona à disjunção entre objetivos da produção e satisfação das necessidades humanas, revela-nos a dimensão subjetiva da economia capitalista, de igual maneira, o exame dos processos de inovação a que são submetidos certos complexos de mercadorias permite-nos descobrir a dimensão econômico-subjetiva do *mercolazer*. Seu componente estético, como *coisa significativa*, manifestando-se como representação de um *valor de uso corruptor*, mas sempre a serviço da realização do valor de troca, fez-se portador de uma função econômica, contribuindo, portanto, com o processo de valorização do capital.

Cada vez mais mercadorias modificar-se-ão numa direção em cujo extremo se encontra a pura coisa significativa. Essa expressão tendencial, coisa significativa, sugere o grau de realidade e a maneira de ser do corpo da mercadoria, enquanto valor de uso, desloca-se, distanciando-se do objeto exterior simplesmente aparente, que satisfaz determinadas necessidades humanas por meio de suas características físicas, em direção a acentuação crescente do significativo e do aspecto alusivo da mercadoria. Do valor de uso imediato, ligado à matéria, a importância continuará se deslocando para os pensamentos, sensações e associações vinculadas à mercadoria ou das quais supõe-se que outros as vincularão com a mercadoria (HAUG, 1997, p. 133).

Agora sob uma outra perspectiva, passando ao *mercolazer* já como uma experiência propriamente dita, veremos que, em paralelo ao desenvolvimento do lazer como promessa estética, como *valor de uso corruptor*, o *lazer como vivência*, manifesta-se, também, como uma determinada *função de venda*. Esta vertente de utilização do lazer como dinamizador do sistema de troca relaciona-se com os novos métodos de

organização dos pontos de venda – isto é, do comércio –, tornando-os verdadeiros *palcos de vivência*. Trata-se de um artifício que pressupõe, além da inovação, planejamento e cálculo na forma de arrumação e apresentação das mercadorias, na decoração da loja, na sua arquitetura, no seu aspecto exterior, no seu colorido, nos cheiros que artificialmente produz, na escolha da música ambiente, no treinamento dos vendedores, enfim, um conjunto de sofisticações que, com muita eficiência e sutileza, dissolvem subliminarmente as mercadorias numa inusitada espécie de experiência sensível. Um poderoso recurso-simulacro de entretenimento do cliente que exercita seus prazeres a fim de amorosamente lhe proporcionar uma nova espécie de compra, a *compra vivenciada*.

O deixar-se ver da mercadoria, a sua visitação, o processo de compra e todos os momentos neles constantes são calculados em conjunto segundo a concepção de uma obra de arte totalmente teatral, cujos efeitos visam predispor o público para a compra. Desse modo, o ponto de venda, enquanto palco, assume a função de proporcionar ao público vivências que estimulam e acentuam a predisposição para a compra. Nesse palco inicia-se a venda. Portanto, esse palco torna-se também o elemento mais importante para promover as vendas. (HAUG, 1997, p. 101-102).

No *palco de vivências*, o cliente não deve ficar à distância. “Ele tem de participar. Deve-se fazê-lo ter uma experiência”. Conforme Haug (1997, p. 101), este era o lema da orientação comercial que impulsionou as primeiras iniciativas de metamorfose dos pontos de venda, uma imposição econômica da qual os capitais comerciais isolados, atualmente, em face das determinações concorrenciais que operam sobre o mercado, pouco conseguem evitar. Tal expediente domina hoje quase todo o comércio, no entanto, indiscutivelmente, foi nos *shoppings* que assumiu sua forma mais desenvolvida. Ali, a *compra vivenciada*, tomada como atividade de lazer, portanto, como *compra divertida*, exerce um enorme poder de atração

sobre o cliente. Tudo é meticulosamente preparado de modo a fazer com que o potencial comprador não só se defronte com as mercadorias, mas que se envolva vivencialmente com elas, deixando-se seduzir e envolver por uma estimulante experiência.

O caso do Flamboyant Shopping Center, em Goiânia-GO, o 13º construído no Brasil, em 1981, presentemente, entre os 15 maiores do país, ilustra muito bem tal armadilha. Ao inaugurar sua mais nova expansão, com 33 novas lojas, inaugurou também uma nova e moderna decoração.¹⁹⁸ Desde os personagens do Sítio do Pica Pau Amarelo, saídos do programa televisivo sensação do momento, que se combinaram ao velho Noel em sua campanha para as vendas de fim de ano, passando pela construção de uma enorme e luxuosa cúpula central,¹⁹⁹ pela iluminação colorida das portarias, por novidades tecnológicas de segurança e acesso facilitado ao estacionamento, até a completa reforma de sua fachada externa, tudo foi pensado, conforme ditam as dizes da publicidade envolvendo o projeto, “Para encantar você!”, “Para conquistar você!”. Sem pedintes, sem ambulantes, sem poluentes, sem insegurança, sem relógios, enfim, sem aborrecimentos, somente processos prazerosos deflagrados a fim de ativar a compra. “Tudo é preparado de modo a não nos causar transtornos. Pois uma pausa no ato da compra poderia se tornar uma brecha para reflexões sobre a necessidade da aquisição” (HAUG, 1997, p. 103).

¹⁹⁸ Detalhes sobre os investimentos realizados e sobre a nova decoração do Flamboyant Shopping Center, desenvolvida pela empresa paulista Cipolatti, especializada no ramo e responsável pela decoração de 130 outros *shoppings* no Brasil e no exterior, podem ser conferidos na matéria “Flamboyant anuncia novos investimentos”, do jornal *O Popular*, de 8/11/2003.

¹⁹⁹ A construção desta cúpula central, coberta com vidro refletivo azul, com 26 metros de diâmetro, uma das maiores dos *shoppings* brasileiros, ladeada por um *totem* sustentando a logomarca do Flamboyant, simboliza, de modo emblemático, como os *shoppings* vão ganhando a forma, segundo alude Padilha (2003), de verdadeiras “catedrais das mercadorias e do lazer reificado”, autênticos “centros de peregrinação” para aonde são atraídos milhares e milhares de fiéis consumidores.

Se já não bastasse, com a combinação de cinemas, praças de alimentação, exposições, *shows*, espetáculos, feiras, teatro, jogos, *happy hour* – ou seja, com a oferta de práticas de lazer propriamente ditas –, um elemento a mais de atração ingressa no *palco de vivências* que se tornou o ponto de venda. Todavia, não nos deixemos iludir. Não só no Flamboyant, como em todo e qualquer *shopping*, todos esses esforços que resultam na promoção da *compra divertida*, conforme diria Marx (1971a, 2001a), não passam de uma potente isca pela qual a mercadoria nos remete às mais corruptas extravagâncias, exercendo um papel de alcoviteira entre nós e nossas necessidades, despertando-nos estranhos apetites e fiscalizando nossas mais íntimas fraquezas, para depois de nos encantar e conquistar, exigir pagamento pelo serviço. E por mais que o lazer nos *shoppings* apresente-se aparentemente como um serviço gratuito, o tempo de trabalho que custa produzir cada sensação, cada prazer e cada divertimento ali ofertado está oculto por detrás dos movimentos visíveis dos valores de troca das mercadorias postas à venda.

Os eventos de entretenimento, um recurso adicional para estimular a compra derivado da própria mercadoria, têm de ser pagos também pelo comprador. A grandeza móvel ao fundo na “loja de diversões” é a mesma que no “palco de vivências”: faturamento por empregado e lucro por faturamento. (...) Quando uma mercadoria for vendida, serão vendidos no futuro não só a sua apresentação e a sua fama simulada – que têm de ser pagos pelo comprador – mas também a apresentação da atividade de venda (HAUG, 1997, p. 104).

Abordamos, então, até o presente momento, primeiro, o lazer como o *valor de uso prometido* de certas mercadorias, como *função de venda autônoma*, como apresentação e fama simulada colada ao corpo de outras mercadorias, qualificando-as como vestimentas, aparelhos, enfim,

equipamentos e utensílios de lazer,²⁰⁰ estimulando a demanda por estes mesmos produtos e, ao mesmo tempo, forjando o próprio consumidor – ou seja, o *consumidor do lazer de novo tipo*, no exemplo do qual nos velemos, os estilizados *caçadores de aventura*. Já em segundo, como *palco de vivências*, a experiência do lazer foi identificada com a apresentação da atividade de venda, o que se traduz pela *compra vivenciada*, por nós nomeada *compra divertida*.²⁰¹ Sob a forma de processos materiais e imateriais, foi vendida e consumida, ainda que indiretamente, a própria vivência da compra, cuja significação dada pelo público não é outra senão a de uma vivência de lazer.

Em síntese, numa e noutra situação, tanto como predicado estético-sensível da mercadoria como *compra divertida*, o *mercolazer* aparece situado em meio à contradição das relações de troca, atuando como *coisa significativa*, um tipo especial de galanteio amoroso entre a mercadoria e o cliente – sempre a serviço da mercadoria – atuando como função de aceleração da venda, encurtando a distância entre o momento de sua produção e a ocasião de sua compra. Agora, em terceiro, passaremos à análise do *mercolazer propriamente dito*, do lazer como experiência e mercadoria em si, materializando-se, ele próprio, como o objeto direto da troca. Estamos nos referindo aos serviços especializados de lazer vendidos como tais, lembrando aqui das práticas corporais adrenalizadas, dos *shows* de música, dos eventos esportivos, dos espetáculos circenses, das excursões, dos pacotes de viagem, dos parques

²⁰⁰ Não só os carros, por nós utilizados como exemplo, mas uma infinidade de outros produtos, mercadorias, televisores, aparelhos de som, DVD's, *walkman's*, *disk-mans's*, câmaras portáteis de vídeo, máquinas fotográficas materiais de jardinagem e bricolagem etc, podem, também, ser considerados como aparelhos e equipamentos de lazer.

²⁰¹ A *compra divertida*, muito embora tenha sido por nós ilustrada a partir do caso dos *shoppings*, onde melhor se evidencia, está presente também em outras manifestações do comércio, como, dentre numerosos exemplos, boutiques, lojas de departamentos, galerias, supermercados etc.

temáticos, das festas, das casas do jogo, dos cinemas, da locação de fitas, dos programas de televisão, dentre vários outros exemplos.

Antes de prosseguirmos, porém, vale a pena abrirmos um pequeno parêntese a fim de compreendermos algumas nuances que envolvem os programas de televisão. Isso porque, não obstante ao avanço da TV fechada, com transmissão via cabo, cujo pagamento pelo acesso à sua programação geralmente se vincula aos interesses de lazer, a audiência à TV aberta continua sendo uma das principais atividades de lazer entre os brasileiros. Sim, é verdade que o *tele-lazer* se apresenta como um serviço aparentemente gratuito ao espectador, pago pelo anunciante. Ocorre que cada fração de dinheiro gasto com a propaganda que vai ao ar, o anunciante a embute no preço de venda da mercadoria, recuperando-a no momento da troca.²⁰² De qualquer modo, é indisfarçável na televisão a presença daquilo que G. Lukács, citado por Carvalho (2000), chamou de *espírito da mercadoria*, pois ainda que ela não esteja corporificada neste tipo de produção, seu mundo está diretamente representado como critério fundante de tudo que ali se torna visível, pois ao se assistir TV, está-se respirando uma atmosfera inteiramente mercantil, à exceção de algumas poucas emissoras públicas.

E por falarmos em dinheiro, vale a pena checarmos o que está por detrás do preço de um serviço de lazer quando este, como mercadoria em si, ocupa a centralidade da relação de troca. Para tanto, torna-se imprescindível reunirmos mais conhecimento sobre a fórmula geral do capital, cujos segredos, detalhadamente desvendados por Marx (1971a),

²⁰² Igual processo, como já observado, verifica-se com o custo de produção do *palco de vivências*, também repassado ao valor final das mercadorias. Aliás, a TV, bem como o rádio e a *internet*, apresentam-se, em verdade, não só como instrumento de estetização da mercadoria, mas como uma espécie de *palco de vivência eletrônico* e/ou *palco de vivências avançado*, ativando eletronicamente o sistema de compra e venda.

traduzem-se pelo seguinte circuito: D – M (MP – FT) – P – M' – D'.²⁰³ Vejamos como isso funciona. Pensemos na situação hipotética de uma empresa especializada na organização e comercialização de atividades de lazer ligadas à natureza, como por exemplo, a escalada, a tirolesa, o *rappel*, o *bóia-cross*, o *rafting*, o *trekking*, o *canyoning*, o *mountain bike*, o pára-quedismo, o vôo-livre etc. Seu proprietário, ao investir dinheiro neste negócio, obviamente, espera ganhar mais dinheiro. Assim, logo de saída, ao passo que adianta o seu dinheiro na compra dos meios e da força de trabalho empregados no processo de produção, dá início ao circuito do capital, transformando, portanto, capital monetário em capital produtivo com vistas à produção de capital-mercadoria, o *mercolazer* que, depois de submetido à troca, retorna à forma de capital monetário, conquanto, acrescido de mais valor.

Observa-se, no entanto, que as mercadorias utilizadas no processo de produção desempenham papéis distintos. Dentre os vários meios de produção aplicados no processo de trabalho que dá origem ao *mercolazer*, aqui representado pelos *esportes de aventura na natureza*, podemos relacionar carros, capacetes, cordas, mosquetões, grampos, botes infláveis, mochilas térmicas, asa deltas, além, é claro, da própria paisagem natural mercantilizada.²⁰⁴ Este arsenal de materiais não sofre nenhuma alteração quantitativa de valor no processo de produção, por isso é chamado de capital constante. Uma vez que o valor de troca de cada uma destas mercadorias envolvidas no processo de produção do esporte de aventura reside, justamente, no valor que corresponde à sua potencial

²⁰³ Para saber mais sobre a fórmula geral do capital, correspondente ao circuito Dinheiro – Mercadorias (Meios de Produção – Força de Trabalho) – Produção – Mercadorias de Maior Valor – Mais Dinheiro, ver Marx (1971a)

²⁰⁴ No caso da produção dos *esportes de aventura*, a própria natureza se revela também um meio de trabalho, o que pressupõe, no entanto, sua anterior domesticação e mercantilização. Para outros esclarecimentos sobre a *mercantilização das paisagens naturais*, ver Serrano e Bruhns (1997).

utilidade para o desempenho de tal prática, na proporção que tais valores de uso são consumidos e transformados em novos valores de uso, uma fração correspondente de seu valor de troca original é automaticamente repassada para o produto *esportes de aventura*.²⁰⁵ Deste modo, o valor de toda a parafernália dos utensílios de aventura apenas se preserva no serviço produzido.

No entanto, para que os valores de uso destes equipamentos sejam consumidos e transformados em novos valores de uso, a diversão e o entretenimento proporcionados pelo lazer, faz-se necessária a intervenção da força de trabalho dos instrutores que organizam as atividades. Assim, ao passo que o proprietário da empresa em questão compra a força de trabalho dos instrutores das atividades e adiciona trabalho aos equipamentos mencionados, os quais também lhe pertencem, além de transferir o valor dos meios de produção ao produto *esportes de aventura*, também lhe acrescenta um novo valor. No início da produção, o que era valor da força de trabalho, ao fim, é valor produzido por esta força de trabalho posta em ação. O capital destinado à compra da força de trabalho é chamado por isso de capital variável. Mais do que reproduzir seu próprio valor, produz um valor adicional, aumentando em tamanho. A mais-valia se traduz exatamente pela diferença entre estes dois valores, inicial e final. Refere-se ao tempo de sobretrabalho, ao excedente do tempo necessário à recomposição, sob a forma de salário, da força de trabalho empregada no processo de produção.

²⁰⁵ Segundo Marx (1971a, p. 229), “o período de vida de um meio de trabalho compreende um número maior ou menor de processos de trabalho nos quais ele entra continuamente. Sua vida pode ser comparada com a do ser humano. Diariamente aproxima-se o homem 24 horas de sua morte. Mas, ao ver um homem não sabemos exatamente quantos dias ele durará. Isto não impede, entretanto, que às empresas de seguro de tirem, sobre a vida média do ser humano, conclusões bem bastante acertadas e, o que mais lhe importa, muito lucrativas”. Tal qual o custo e a produtividade da força de trabalho, o desgaste dos meios de produção, portanto, é engenhosamente calculado, a fim de que, com relativa precisão, seu valor seja proporcionalmente transferido às mercadorias em cuja produção foram envolvidos.

Podemos dizer, portanto, que o valor de venda do *mercolazer* é determinado pelo tempo socialmente necessário para produzi-lo. Pelo valor do trabalho vivo que foi nele empregado, bem como do valor do trabalho morto coisificado nos equipamentos a ele agregado.²⁰⁶ Ocorre, todavia, que nem todo o valor deste trabalho volta às mãos do trabalhador, isto é, dos trabalhadores do lazer. Isto pois sua respectiva força de trabalho não lhes pertence, foi alienada no mercado. Pertence ao dono da *empresa divertida*. Pelo dispêndio de sua força, o que lhes cabe como recompensa, na forma de salário, corresponde somente ao valor dos meios necessários à sua reprodução como trabalhadores. O montante de dinheiro adiantado como capital produtivo na compra da força de trabalho equipara-se, assim, ao valor pago pelas horas despendidas pelo trabalhador trabalhando para o seu próprio consumo pessoal. Já o quantitativo de horas que o trabalhador trabalha a mais do que isso, o trabalho excedente, corresponde à mais-valia adicionada ao produto *esportes de aventura* que se converte em lucro para o proprietário.

Na esteira desta discussão, mais do que saber o que está por detrás do valor do *mercolazer*, por detrás de seu preço, o que equivale ao valor do tempo de trabalho socialmente necessário à sua produção, há de ficar entendido também que este valor, que volta à forma dinheiro após a realização da troca, é injustamente partilhado. De qualquer modo, um outro aspecto a ser mais bem explorado, diz respeito ao papel do consumidor nesta relação. No exemplo utilizado da empresa especializada no produto *esportes de aventura*, o cliente está pagando pelo desgaste dos

²⁰⁶ Conforme salienta Marx (1971a, p. 208), “os produtos de trabalho anterior que, além de resultado, constituem condições de existência do processo de trabalho, só se mantêm e se realizam como valores-de-uso através (...) de seu contacto com o trabalho vivo”. Em outras palavras, isto significa dizer que os equipamentos de lazer, geralmente, fabricados pelos trabalhadores da indústria, como produtos de um trabalho anterior, como portadores de um trabalho morto neles coisificado, somente realizam seu valor de uso, como meios para a produção do *mercolazer*, a partir do contato com o trabalho vivo, o trabalho dos trabalhadores do lazer.

equipamentos e pela força de trabalho que deu vida ao trabalho morto neles coisificado, mesmo que deste processo de revivificação dos meios de produção também venha participar. Isto porque, neste tipo de serviço, há uma enorme integração da relação entre produção e consumo, como o cliente intervindo de maneira ativa na constituição da atividade. Em outros termos, o cliente assume uma posição de co-partícipe da produção, envolvendo-se num processo em que o momento do consumo coincide imediatamente com o momento da produção.

Mas há que não se confundir trabalho com lazer. Os instrutores promovem, organizam e dão suporte à atividade mediante a contrapartida do salário. O consumidor, por mais que ajude e participe da produção, continua um consumidor propriamente dito. Na posição de quem compra, troca seu dinheiro, o equivalente universal de mercadoria, pela experiência dos *esportes de aventura*. Mas e se excluíssemos desta relação os instrutores? E se o consumidor se tornasse ele próprio o sujeito de sua aventura, organizando-a e dirigindo-se diretamente às paisagens naturais sem passar por qualquer tipo de empresa? Antes de qualquer coisa, não pensemos que tais empresas são tão facilmente dispensáveis assim. Em alguns casos, seus préstimos revelam-se quase obrigatórios.²⁰⁷ Mas digamos que nosso consumidor, ao lançar-se em aventuras, por exemplo, pelas *paisagens naturais mercantilizadas* do Estado de Goiás, conseguisse se desembaraçar, dentre outros pacotes possíveis, dos 400 reais por 5 dias de canoagem no rio Araguaia, dos 300 reais pelos 3 dias com direito a

²⁰⁷ A título de exemplo, o município de Socorro-SP, segundo consta da matéria “Cidades se especializam em nova categoria de turismo”, publicada no jornal *O Popular*, em 5/10/2003, depois de ter se autoproclamado “cidade aventura”, contando com apenas 1 “agência de aventura” há três anos atrás, já concentra hoje o número de 10, todas disputando palmo a palmo o potencial de suas, aproximadamente, 40 cachoeiras. Mas, ainda que a concentração de “agências de aventura” por m² de paisagem natural não intimidasse o “aventureiro”, adentrar o destino da “aventura” sem o acompanhamento de um profissional especializado e sem os equipamentos necessários, conforme adverte outra reportagem, “Expedições no cerrado”, de 21/7/2003, também do jornal *O Popular*, isso sim, seria uma aventura desnecessária, repleta de riscos.

caminhada e tirolesa na Chapada dos Veadeiros, ou dos 96 reais por 1 dia de *rappel* nas cachoeiras de Pirenópolis.²⁰⁸ Para isso, teria, ele mesmo, além de responsabilizar-se por toda a logística de organização e suporte à viagem – transporte, hospedagem, licença para a realização da atividade etc. –, de ser o possuidor ou locatário dos equipamentos necessários à atividade escolhida.

Neste caso, muda o produto do consumo. Está-se consumindo agora o complexo de utensílios auxiliares. Antes, ao servirem como meios de produção em processos de trabalho perdiam, tais utensílios, o caráter de produto. Não constituíam o objeto direto do consumo. Participavam daquilo que Marx (1971a, 2003) chama de *consumo produtivo*. Como produtos de trabalho anterior, os equipamentos de lazer, apresentavam-se, além de resultado, como condição de existência do processo de trabalho que dava origem ao produto *esportes de aventura*. Esta forma de consumo, *consumo produtivo*, difere daquilo que o mencionado autor define como *consumo individual*, concebido como antítese destrutora dos objetos da produção, aquele que consome os produtos como meios de vida ou de gozo do indivíduo. O que estamos, de fato, querendo distinguir é o consumo dos utensílios auxiliares de lazer – ou seja, o *consumo produtivo* – do consumo do lazer como uma mercadoria propriamente dita – isto é, o *consumo individual*. Como tudo está simultaneamente envolvido no mesmo processo, tal separação se torna, realmente, muito difícil de ser visualizada.

Numa situação, o instrutor submete os utensílios de lazer ao *consumo produtivo*, utiliza o equipamento na produção do *mercolazer*. O instrutor, com as vestes de um trabalhador, assume-se, assim, um *consumidor produtivo*. Por sua vez, o cliente que compra o produto

²⁰⁸ Preços cotados pelo jornal *O Popular*, divulgados através da matéria “Aventuras radicais”, em 21/7/2003.

mercolazer, como *consumidor individual*, ao mesmo tempo em que o consome, em companhia do instrutor, participa ativamente de sua produção. Ele também está envolvido no *consumo produtivo* dos equipamentos de lazer. A título de ilustração, o consumo de um bote que produz a experiência do *raffitng* – ou seja, *consumo produtivo* – é concomitante ao consumo do próprio *raffiting* – isto é, *consumo individual*. Contudo, a motivação da compra não foi o bote, aliás, o cliente pouco se importa com as especificações do bote, muito menos com seu valor, pois o que conta mesmo, é o produto alvo da troca, a prática do *raffiting*. O chamariz para a venda não foi o valor de uso do bote, mas as qualidades deste tipo particular de *mercolazer*. Na posição de *consumidor individual*, como cliente, o que essencialmente se consome, portanto, é o *mercolazer propriamente dito*.

Já noutra situação, o consumidor produz sua própria experiência de aventura. Consome diretamente os utensílios auxiliares de lazer, pois detém a propriedade e as técnicas corporais necessárias para o seu consumo. Para ilustrarmos novamente nossa explicação, suponhamos um praticante de vôo-livre. De posse de uma asa-delta, conhecedor das técnicas para sua utilização, produz, nosso consumidor, a prática do vôo livre para si próprio, não para outrem. Houve *consumo produtivo*? Não! O que existiu foi o *consumo individual* da asa-delta. O vôo-livre não foi comercializado. De qualquer forma, chamamos esta prática igualmente de *mercolazer*. Embora se apresentando aqui como experiência de consumo, como *consumo vivenciado*, não como produto de consumo, a prática do vôo-livre, mesmo realizada “autonomamente” por um indivíduo, por mais que não tenha ocupado a centralidade da troca, está totalmente envolta pela forma *mercolazer*, assim como a TV, povoada pelo *espírito da mercadoria*. Novamente na posição de *consumidor individual*, o que se consome agora não é o produto *mercolazer*, mas os utensílios de lazer. O

mercolazer se materializa, deste modo, como o consumo da asa-delta, uma espécie de *consumo divertido*.

Nesta direção, extrapolando a noção do lazer como mercadoria em si, o *mercolazer* revela-se, em verdade, como um fenômeno demasiado amplo e complexo. A subordinação real do lazer ao capital dá-se, portanto, por diferentes formas, umas mais sutis, outras, escancaradas. Diante disso, pelo menos uma coisa é certa, sua funcionalidade para o sistema é hoje cada vez mais econômica do que social.²⁰⁹ Atado ao processo geral de trabalho, inserido no circuito do capital, seja como *coisa significante*, *valor de uso prometido*, *valor de uso corruptor*, *palco de vivências*, *compra vivenciada*, *compra divertida*, enfim, seja como *função de venda*, como forma de consumo – ou seja, o *consumo divertido* – ou como mercadoria *stricto sensu*, o *mercolazer* reflete senão outra coisa que um modelo de desenvolvimento econômico em que a produção vê-se exclusivamente dirigida para a vendabilidade, cuja especialização do trabalho tem redundado em produtos também cada vez mais especializados, tudo em nome da lucratividade máxima e da acumulação ampliada. “À primeira vista, a mercadoria parece ser coisa trivial, imediatamente compreensível. Analisando-a, vê-se que ela é algo muito estranho, cheia de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas” (MARX, 1971a, p. 79). O mesmo pode ser dito em relação ao *mercolazer*. Esperamos ter lançado luzes a fim de develar algumas de suas obscuridades.

²⁰⁹ Não é nossa intenção aqui dissociar o econômico do social. Toda funcionalidade econômica do lazer é também social, bem como o inverso é verdadeiro. Ocorre que, diferentemente daquilo que se verifica no *fordismo*, em que o lazer pode ser visto como um *antivalor* ou *antimercadoria*, como um serviço social orientado para a reprodução da força de trabalho e liberação do salário para o consumo de bens duráveis, hodiernamente, sob o padrão da *acumulação flexível*, o lazer tem sua funcionalidade subordinada, acima de tudo, ao econômico, seja como *função de venda* ou seja, ele próprio, como serviço produzido para o mercado, tendo seu valor de uso importância apenas em relação ao seu valor de troca.

7. Na balada do êxtase-lazer

Na medida em que empreendemos uma investigação mais demorada a respeito da complexidade que envolve o fenômeno do *mercolazer*, conseguimos dissipar algumas das “fantasmagorias” que enevoam várias de suas singularidades, fazendo surgir o essencial escondido por detrás de suas manifestações mais comuns. Foi-nos permitido descobrir a determinação que é exercida pelo valor de troca na produção do lazer sob as condições e circunstâncias do *capitalismo avançado*. Como resultado deste processo de universalização do valor de troca no âmbito da produção-consumo do lazer, detecta-se um vazio de sentido humano em seu conteúdo. Isso pois a *subsunção real do lazer* ao capital implicou na mudança do que antes nele era *qualitativo-concreto* pelo que hoje é apenas *quantitativo-abstrato*, o que, em outros termos, corresponde à sua reificação. Interessa-nos, portanto, para agora, voltarmos o foco da análise para a reificação do lazer, assim nos deparando com o *êxtase-lazer*, expressão maior da interferência do valor de troca sobre o universo das práticas de lazer.

Obviamente que por detrás do valor de troca há sempre valor de uso. Todavia, sob o domínio das relações capitalistas de produção, os valores de uso não são valorizados em si mesmos, só quando abonam valores de troca postos em circulação. Diante disso, os valores de uso não necessariamente relacionam-se com as necessidades humanas, pois interagem mesmo é com o mercado. Mudam conforme as “necessidades capitalísticas”. Nessa direção, não é de se estranhar que os antigos valores de uso sociais atribuídos ao lazer, o *funcionalismo dos 3D* – *diversão, descanso e desenvolvimento* – assinalados por Dumazedier (1999), venha sendo substituído pela *promessa de utilidade* expressa pelos *4S* – *sport, sun, sex and sea* –, estes últimos, apontados por Sant’Anna (2001) como

os novos balizadores para a busca do ideal de lazer. Neste contexto, as atividades recreativas ideologizantes, amplamente difundidas em cenários pretéritos,²¹⁰ conforme salienta a autora, são deixadas de lado em favor das atuais atividades *adrenalizantes* que valorizam o presente imediato, a sensação pura e a performance individual.

Exemplar a este respeito é o advento do turismo-aventura, dos “esportes californianos” (surfe, asa-delta) e dos esportes radicais (*raid-nature*, incluindo *bungee jumping*, escaladas livres, *raffitings*). Atividades diferentes mas que, no conjunto, atualizam o imperativo do prazer total, de preferência junto à natureza. A utilidade pública dos antigos lazeres parece esmaecida diante do colorido internacionalizado das roupas esportivas atuais e das atividades que buscam aliar diversão a superação dos próprios limites, controle das emoções a liberação de adrenalina, tecnologia a ecologia, precisão dos gestos a evasão dos sentidos (SANT’ANNA, 2001, p. 58).

Em decorrência do crescente comércio destas atividades de lazer, cuja produção dá-se em escala cada vez mais ampliada e diversificada, à mencionada *utilidade prometida* dos 4S, é sobreposta a insígnia do valor. Isso pois, ao lado destes valores de uso deturpados, o próprio valor de troca, como explica Goldmann (1991), vem se tornando também uma qualidade atribuída às mercadorias, destarte, apresentando-se à consciência dos consumidores como uma qualidade objetiva das mercadorias, neste caso, do *mercolazer*. Isso acontece porque antes mesmo que uma determinada prática de lazer *adrenalizante* seja avistada pelo consumidor, que aspira, justamente, por seus 4S *corruptores*, ela bate primeiro à porta do mercado. Lá, inevitavelmente, já adentra sendo

²¹⁰ Como exemplos de práticas de lazer pretéritas que perderam força no presente, podem ser citados os jogos e excursões da década de 1930/40, atividades portadoras da ideologia eugenista, os grandes espetáculos *cívico-esportivos* da década de 1950/60, de cunho *nacional-populista*, e as ruas de lazer da década de 1970/80, ligadas ao desenvolvimento do *espírito comunitário*.

comparada a outras práticas sob a lógica do custo-benefício, tendo seu valor de troca quantitativamente avaliado em relação às ofertas concorrentes. Assim, o preço se torna também um atributo de qualidade para as práticas de lazer.

A título de ilustração, para um empresário do segmento do *esporte de aventuras*, não interessa se uma *aventura* é boa ou ruim, mas, em primeiro lugar, se ela é vendável. Uma *aventura* ótima, porém, com alto valor agregado e preço final muito acima da média de mercado, ou se destina a um segmento muito específico de consumidores, que por ela podem pagar, ou representará a ruína do empresário. Assim, para o empresário – ou pelo menos para os “bons empresários” –, somente interessa saber a respeito da qualidade da mercadoria na medida em que ela facilita ou, do contrário, dificulta o escoamento de sua produção. Por seu lado, o consumidor, quando decide trocar seu dinheiro por um *pacote de aventuras*, a não ser que seja um gastador desmedido e excêntrico, não pode deixar de pensar no preço que vai pagar pelo serviço. Sua opção pela compra não se dá apenas pelo fato da atividade ser boa ou ruim, qualitativamente falando, mas se é, de igual maneira, vantajosa sob o ponto de vista financeiro.

Seguindo essa linha de raciocínio, diante da tendência ao barateamento dos *pacotes de aventura*, uma consequência da luta concorrencial aberta pela produção em escala desta mercadoria, o consumidor se vê cortejado por uma infinidade de ofertas. O que é o bom lazer a partir de então? Como pautar sua escolha? Tendo no horizonte os 4S, guiando-se pelos princípios do “prazer total” – isto é, pelo presente imediato, pela sensação pura e pela performance individual –, o consumidor vai direto ao assunto. Como normalmente dispõe de um tempo livre muito curto, quer logo saber o quanto de prazer instantâneo pode adquirir com o dinheiro que dispõe. Todos seus sentidos físicos e

intelectuais são aí alienados e substituídos pelo simples sentido do *ter*. Toda e qualquer possibilidade de *ser* mais humano, de desenvolver suas capacidades físicas e intelectuais, de exercitar sua criatividade e a riqueza de sua sensibilidade subjetiva que corresponde ao caráter genuinamente humano dos sentidos é afastada.

A apropriação *sensível* da essência e da vida humanas, do homem objetivo, das *criações* humanas para e por meio do homem, não deve considerar-se apenas no sentido do *ter*. O homem apropria-se do seu ser unilateral de uma maneira compreensiva, portanto, como homem total. Todas suas relações *humanas* com o mundo – visão, audição, olfato, gosto, percepção, pensamento, observação, sensação, vontade, atividade, amor – em síntese, todos os órgãos da sua individualidade, como também os órgãos diretamente comuns na forma, são no seu *comportamento perante o objeto*, a apropriação do referido objeto, a apropriação da realidade humana. A maneira como eles reagem ao objeto é a confirmação da *realidade humana*; é a *eficiência humana* e o *sofrimento humano*, já que o sofrimento humanamente considerado é uma autoposse do homem (MARX, 2001a, p. 141).

Todavia, nada disso acontece. Ao contrário, para a grande maioria das pessoas, cada vez mais privadas de um *tempo para si*²¹¹, os sentidos vêm sendo aprisionados à grosseira necessidade prática de *ter mais*, consumindo tudo o que é levado ao mercado, da forma mais intensa possível. Segue-se daí que para o homem sufocado de preocupações, ou melhor dizendo – para atualizar a linguagem –, *estressado*, carente tanto

²¹¹ Destaca-se que o alargamento do tempo livre, e seu correspondente preenchimento com atividades não-mercantis, não implica, por si só, num tempo autocondicionado, apresentando-se aqui apenas como um horizonte mais imediato, pois sabemos que o nascimento de um *tempo para si*, em que na dialética conjugação liberdade-necessidade o homem possa encontrar as condições para o seu desenvolvimento *omnilateral*, esbarra na subordinação do trabalho ao capital. Em outras palavras, uma vida cheia de sentido fora do trabalho pressupõe uma vida igualmente cheia de sentido no trabalho. “A *desfetichização da sociedade do consumo* tem como corolário imprescindível a *desfetichização no modo de produção* das coisas” (ANTUNES, 1999, p. 176).

de tempo livre como de alegria, de diversão, de jogo, de prazer etc., não existe a forma qualitativa do lazer, dotada de sentido humano, mas só o seu caráter *quantitativo-abstrato*, seu custo-benefício representado pelo preço, puramente representativo de um valor de troca. Vê-se então obrigado a administrar racionalmente sua escolha pela quantidade e intensidade de prazeres que podem lhe proporcionar cada atividade. Ao se decidir, portanto, faz abstração de qualquer qualidade verdadeiramente humano-sensível do lazer.

É deste modo que o par valor-prazer se apresenta à consciência como única qualidade objetiva e possível do lazer. Quanto ao homem, seu *ser*, seus desejos, seus impulsos, seus sentidos, fazem-se passivos diante da entronização do sensacional, do radical, da *aventura* e da *fórmula adrenalina*. Se antes as experiências de lazer estavam ligadas ao aspecto sensível e educativo de uma atividade ou programa de lazer, na atualidade do *capitalismo avançado*, seu valor de troca faz abstração de qualquer referência à qualidade, levando em conta apenas as diferenças de quantidade. A perda do sensível e o esvaziamento educativo do lazer, transformando as pessoas em elementos passivos ante uma prática social cujo objetivo maior, senão único, é o de liberar *adrenalina*, recarregando a excitação, faz da intensificação do prazer – isto é, do *êxtase* – o atributo abstrato e quantitativo que hoje, ao lado do preço, é o que mais conta na hora da opção e consumo de um determinado serviço.

Sob a exterioridade abstrata e quantitativa do custo-sensação, com criatividade, luxo e espetáculo impressionantes, o *mercolazer* exacerba possibilidades inimagináveis de impacto, deslumbramento e alucinação, elevando à potência máxima a produção lucrativa e coisificante de tudo aquilo que expressa o risco, a aventura, o sensual, o pornográfico, o cômico, o exótico, o sobrenatural, o esdrúxulo etc. (IANNI, 1999). Como prefere dizer Gabler (2000, p. 25), “enterra suas esporas em

nós e nos puxa, mantendo-nos cativos, levando-nos cada vez mais para dentro dele e dentro de nós mesmos, ou pelo menos de nossas emoções e sentidos, antes de nos libertar”. A pretexto de divertir, distrair, recriar, relaxar, descansar, *desestressar* ou até mesmo “educar”, mascarando o que há de histórico e humano no lazer, o *mercolazer* opera mesmo é na razão arrebatadora do *êxtase*. A diversão fantasiosamente arriscada, aquilo que, por exemplo, predomina nos *esportes de aventura*, não foge à regra. Altera-se a prática – seja ela a escalada, a tirolesa, o *rappel*, o *bóia-cross*, o *rafting*, o *trekking*, o *canyoning*, o *mountain bike*, o pára-quedismo, o vôo-livre etc. –, mudam os estímulos sensoriais, aumentam ou diminuem as doses de *adrenalina*, porém, a busca frenética pelo *êxtase*, na procura da excitação máxima, esta não tem fim. Atadas à lógica do “demais”, da superação e da repetição sucessiva, tais práticas estão sempre voltadas para o ilimitado.

O *êxtase-lazer*, portanto, não é outra coisa senão a expressão categorial da qual nos valem a fim de melhor poder traduzir aquela que para nós se apresenta como a forma mais desenvolvida e elaborada do *mercolazer*. Sua manifestação não se restringe apenas aos *esportes de aventura*, embora seja à imagem deste tipo de prática que habitualmente aparece colado, mas se materializa também através da *compra divertida*, na *cultura das saídas*, no passeio aos *shoppings*, está presente na euforia do espetáculo esportivo, nas baladas do circuito noturno, na drogadição que é a marca das *raves*, está nas atrações, brinquedos e divertimentos do parque temático, na violência simbólica que cerca o mundo dos jogos eletrônicos, na pirotecnia de efeitos visuais que se tornou a mercadoria cinema, na pornografia sonora patrocinada pela indústria fonográfica, no sexo pago comercializado pelas empresas especializadas no ramo da

prostituição, dentre muitos outros serviços possíveis e inimagináveis.²¹² Ainda assim, constitui uma experiência altamente fragmentada e reiterativa, no interior de certa margem, mais formal, mais repetitiva e mais previsível, de conteúdo cada vez mais pobre no que diz respeito ao seu valor social e ao tipo de sociabilidade produzida. É a prática de lazer artificializada e atificializante, coisa pela qual o par valor-prazer tomou forma na *sociedade involucral*.

²¹² Vale dizer que para cada uma destas possibilidades de *êxtase-lazer*, existe sua cópia genérica, o *lazer-genérico*, empobrecido no que diz respeito à estética, à propaganda e o *marketing* construídos em torno de si, isto sem falar do *lazer-de-segunda-mão*, práticas ou equipamentos que depois de passado o modismo que o cerca, uma vez descartados pelos setores economicamente mais privilegiados da população, têm sua qualidade e preços rebaixados a fim de poderem ser difundidos entre segmentos de menor poder aquisitivo.

CAPÍTULO IV

- EM BUSCA DO ÓCIO PERDIDO -

O processo de mercantilização que penetra todas as manifestações da vida humana não é de modo algum homogêneo. No complexo quadro da realidade contemporânea, contraditando com o *mercolazer*, forma tendencial e dominante do lazer contemporâneo, coexistem tanto as contra-tendências como os restos ainda vivos de formações sociais pretéritas que emergem sobre o presente. Neste sentido, antes de nos dedicarmos à reflexão sobre a *lazerania*, concebendo-a como uma possibilidade de organização do lazer como um tempo e espaço para a prática da liberdade e o exercício da cidadania, por conseguinte, encarada como uma força opositiva à hegemonia do *mercolazer* – o que constituirá tema de discussão para o próximo capítulo deste trabalho –, buscaremos desenvolver uma análise sobre o fenômeno do ócio, identificando-o como uma *forma residual* de apropriação do tempo livre, tendente ao desaparecimento, no entanto, ainda ativo nos dias de hoje.

Embora o ócio se apresente como uma *forma residual* de apropriação do tempo livre, sendo amplamente hostilizado pelo sistema de metabolismo social hodiernamente estruturado pelo capital, algo tendente ao desaparecimento, ele ainda pesa como uma enorme tradição sobre a cabeça de muita gente. Exatamente a fim de aferirmos qual o peso desta determinação é que apontamos para o necessário diálogo com aquilo que

tem sido produzido, sistematizado e difundido a respeito do tema do ócio no *campo do lazer*. Grosso modo, evidenciam-se aí pelo menos duas vertentes. A primeira delas, de base idealista, ao denunciar o afastamento do lazer da noção clássica de ócio, dá sua humanidade como perdida, reclamando modos de vida do passado como chave para a autodeterminação do indivíduo no presente. A segunda, paradoxalmente, alinha-se à racionalidade produtiva. Também revisita a antiguidade clássica, mas buscando na atividade e no pensar criativos do homem livre daquela época argumentos para legitimar o aproveitamento utilitário do ócio como panacéia para os problemas econômicos da sociedade atual. Após fornecer elementos de crítica a cada uma destas perspectivas, é nosso intuito reunir alguns apontamentos sobre a constituição do ócio ao longo da história. Além disso, um outro ponto a ser tratado, este mais complexo, refere-se a uma nova forma histórica de apropriação do tempo, para além daquela estruturada pelo capital, tendo no horizonte a construção de algo qualitativamente diferente do lazer tal qual o conhecemos, todavia, recusando a hipótese de “marcha ré” da história em busca do ócio perdido.

1. Espectro *skholé*

Abrindo nosso roteiro, passemos logo à primeira tendência anunciada. O lazer é tão mais verdadeiro quanto mais se aproxima do ideal de *ócio antigo* – ou seja, a própria idéia de *skholé*²¹³ –, associado à ausência de obrigações e identificado a um modo de vida inteiramente dedicado ao desenvolvimento físico e intelectual com fim em si mesmo. É

²¹³ A palavra ócio deriva do grego *skholé*, o que indica os atos de parar ou cessar. Significa também uma condição ou estado de isenção da atividade produtiva ou, especificamente, ter tempo para si mesmo.

uma forma de ser impregnada pela idéia de uma liberdade intrínseca que se desdobra no cultivo à sabedoria, à felicidade, à beleza, dentre outras virtudes. Nesta perspectiva, o lazer é avaliado em relação à atualização das potencialidades de uma essência fixa e permanente na qual estão inscritos traços e características ontológicas que lhe são inerentes. Por conseguinte, quanto mais o lazer se afasta deste ideal, mais ele se desvirtua, renegando sua própria essência e desgastando sua positividade. Observa-se, neste caso, uma confusão que impõe sérias dificuldades ao campo para a apreensão daquilo que lazer e ócio são em si mesmos – isto é, para um entendimento do que são um e outro fenômeno em sua história e constituição identitária –, o que dificulta nosso esclarecimento sobre as diferenças entre esses dois entes e das relações que estabelecem com outros aspectos da realidade.

Entre os estudiosos do lazer, tal concepção encontra melhor definição e representatividade em S. De Grazia²¹⁴. Para este autor, o lazer não pode ser compreendido a partir da noção de tempo livre, como acontece hoje, apanhado em oposição ao trabalho, visto como algo meramente improdutivo, tratado como uma compensação. Segundo ele, o lazer expressa um estado de isenção da necessidade de trabalho, uma experiência cuja finalidade se esgota em si mesma, um modo de vida condizente a um ideal raramente alcançável. É algo que está acima da capacidade da maioria, privilégio de um grupo muito seletivo no qual se incluem músicos, artistas, escritores, cientistas etc., apenas aqueles que ainda podem exercitar seu poder de livre criação. O lazer se localiza, segundo o pensamento deste autor, muito mais próximo da experiência contemplativa do que, como atualmente acontece, associado à diversão e à

²¹⁴ S. De Grazia é autor, dentre outras obras, de “Tiempo, trabajo y ócio”, editada em Madrid, em 1966; e, “Maquiavel no inferno”, esta, editada em São Paulo-SP, em 1989, pela Companhia das Letras.

recreação. Ainda que se diga o oposto,²¹⁵ ante a denúncia de uma vida cada vez mais sem lazer – justamente, porque tal fenômeno foi idealizado como um estado de completa isenção de obrigações e uma atividade com fim em si mesmo –, a retomada do ideal clássico de ócio parece ser o que realmente se aspira.

El ocio, en un ambiente político apropiado, beneficia, alegra y embellece las vidas de todos. Hace que todas las cabezas se alcen de la vida de trabajo diario para mirar la totalidad. [...] El trabajo, como sabemos, puede hacer a un hombre cargado de espaldas e jorobado. Incluso puede ennoblecerle. El ocio perfecciona. Aquí yace su futuro. Aquellos a quienes les gusta ese futuro, lo que tienen que hacer es tumbarse bajo un árbol con los brazos debajo de la cabeza, pensar en el pasado, sonreír y pensar que los principios y los finales de todas las grandes empresas humanas son algo sucios (DE GRAZIA, 1966, p. 388-389).

No Brasil, tal posição encontra reforço, principalmente, em Bruhns (1996, 1998, 2000, 2001, 2002).

Os benefícios do lazer são os cultivos da mente livre. [...] A esperança (não a função) oferecida pela classe ociosa à política é o aprendizado desenvolvido por seus componentes (e a possibilidade de revelar esse aprendizado) acerca do homem, da política [...]. Também oferecem o lazer como ideal de liberdade. [Contudo,] a idéia de lazer divorciou-se de todo significado político [...]. Separou-se dos debates acerca da idéia de liberdade no mundo contemporâneo. O lazer se converteu em tempo, afastando-se da

²¹⁵ Para Bruhns (2002), importante divulgadora do pensamento de S. De Grazia entre os estudiosos do lazer no Brasil, a retomada do ideal clássico de ócio é algo que não está presente na obra deste autor. Entretanto, diante dos numerosos argumentos sobre os quais o mesmo autor idealiza um lazer à imagem e semelhança da noção clássica de ócio, a despeito da diferença idiomática, preferimos concordar aqui com Munné (1980, p. 42), para quem S. De Grazia, indiscutivelmente, está entre “aquellos que suspiram ardientemente por una vuelta a la skholé”.

vida de contemplação do belo, do refinamento das idéias, do cultivo da mente (BRUHNS, 2002, p. 37).²¹⁶

Os sentidos atribuídos ao tempo e ao ritmo instituídos pelo trabalho do tipo fabril figuram então como a própria danação do lazer. Para que o homem possa reencontrar-se consigo mesmo, com sua humanidade perdida, faz-se urgente a devida revisão do conceito de lazer como tempo, tal como atualmente vem sendo tratado. O arranjo cotidiano imposto pelo trabalho, entrecortado também por um conjunto de outras obrigações, subtrai do lazer sua dimensão subjetiva, algo que se expressaria pela idéia de uma liberdade intrínseca, baseada na idéia de livre arbítrio, de *laissez-faire*, impondo-lhe uma lógica de quantificações. Uma vez que tudo se justifica pela utilidade prática, perde-se o seu caráter de desinteresse e de gratuidade. Destarte, para De Grazia (1966, p. 319), a transformação do lazer exige uma guinada qualitativa em direção à desobrigação, o que significa dizer, ao não-trabalho. Por este motivo, não nos causa estranheza que ele conceba o lazer como um privilégio, permissível apenas entre os *aristocratas da classe ociosa*²¹⁷. Aliás, desta posição, fundamentada no argumento de que o desenvolvimento do homem só se alcança fora da massa e fora do trabalho, é que deriva sua definição de ócio, uma experiência preferencialmente individual, um estado atemporal e subjetivo de liberdade.

²¹⁶ Cabe lembrar aqui a inexistência de tradução da palavra lazer para a língua espanhola, o que nos impõe enormes obstáculos à construção de acordos para o tratamento do tema. Assim, ainda que tal passagem tenha sido extraída de um texto em que H. T. Bruhns se restrinja à compilação das idéias de De Grazia (1966), o que, em princípio, desaconselharia sua utilização, justificamo-la a fim de demonstrar que nossa interpretação de que a referência ao ócio presente em S. De Grazia possui duas conotações distintas – a do *ócio antigo*, correspondente ao ideal de *skholé*, e a do *ócio moderno*, equivalente espanhol ao conceito de lazer – não é uma posição isolada.

²¹⁷ Apesar de De Grazia (1966) tomar o conceito de *classe ociosa* emprestado em Veblen (1985), para quem tal categoria confere identidade ao seletivo grupo das pessoas que, na sociedade estadunidense do século XIX, podiam gozar do poder, do prestígio e da riqueza exibidos pelo consumo conspicuo e por uma vida de façanhas, sua utilização se refere aos refinados, aos educados e aos esclarecidos, isto é, aos que amam as idéias, a imaginação e a criação, supostamente, aqueles poucos que, na atualidade, desfrutam do verdadeiro ideal de lazer.

Não bastasse o flagrante *idealismo metafísico* de se definir o lazer a partir de uma idéia absolutamente transcendente, esta compreensão é marcada ainda pelo peso de uma boa carga de *idealismo histórico*. Além de subentender o ideal de lazer e a consciência que se deve ter dele como elementos fundantes de uma nova e mais humanizada sociedade, tal concepção fecha os sentidos ao desenvolvimento histórico, insistindo num olhar sobre o lazer totalmente distante das condições que são infligidas à existência real dos homens. Há de se dizer, no entanto, que tal visão traz, sim, fortes traços de um ideal humanista. Mas isto não significa que devemos poupar-lhe a crítica. Por detrás deste desmedido *elogio ao ócio*, inscrevem-se também traços de uma subjetividade radical, posição que geralmente induz a atitudes de desencanto com a realidade, apontando para saídas exteriores a vida concreta.

Este desencantamento pode ser caracterizado por três diferentes posturas, quais sejam:

- do *contra o presente*, pois o lazer contemporâneo está cada vez mais atrelado à lógica da quantidade, igualado ao tempo livre e distante da forma de ser idealizada e qualitativamente superior, como concebe De Grazia (1966), desejável, porém, não totalmente realizável;
- do *refúgio no passado*, isto porque vai buscar no sentido clássico do *ócio antigo* ancoradouro simbólico para a explicação e crítica do lazer tal qual se manifesta na atualidade; e
- do *refúgio no afastamento*, pois como alternativa à racionalidade imposta pelo tempo industrial – ou seja, o tempo regulado pelo relógio –, não se apresenta outra saída senão a tentativa de uma ruptura individual com a ordem, opção que se expressa, dentre outros exemplos, conforme anota Bruhns (2002, p.33), pela opção do

“exilado que se afasta da metrópole”, do “vagabundo trabalhando o suficiente para se viver”, ou ainda, do “naturalista provando-se através de uma troca de estilo de vida”.

Conseqüentemente, o *elogio ao ócio* aqui proposto esvazia o projeto político e pedagógico de um lazer concebido como tempo e espaço possível para exercício da participação, da autoconsciência, da liberdade e da igualdade, aceito como importante dimensão da educação, da ação política e da relação hegemônica, prática social determinante para a emancipação humana. Pode-se dizer que o tipo de idealismo que tal concepção proclama, por mais que tenha seus elementos de crítica, decididamente, não é de natureza sócio-transformadora. Como diria Frigotto (1999, p. 128), “este tipo de utopia tem muito em comum com os movimentos que colocam em prática estilos de vida alternativos individuais ou de pequenas comunidades”. Não se fundamenta em um novo sistema como crítica ao sistema existente. O que faz é produzir desejo, um estímulo para nos sentirmos e nos relacionarmos de uma maneira diferente, proclamando relações que não se encontram na ordem existente e não podem ser vividas dentro dela, a não ser que de modo isolado e parcial.

2. A miséria do ócio

Feita então a apresentação desta primeira tendência, uma outra ainda fica por ser discutida. Mais que um saudoso e, por vezes, até bem intencionado *elogio ao ócio*, a segunda tendência vai além, dedica-se a uma verdadeira *exaltação do ócio*, tomando-o como panacéia para todo o tipo de problema sócio-econômico hoje existente. Vai buscar no espírito livre e criativo do cidadão grego da antiguidade alento para a tese da *economia do ócio*, abalizando à humanidade um caminho seguro para o progresso e o

bem estar social – diga-se de passagem, sem a necessidade de trabalho. Nas palavras de um de seus apologetas, o mais famoso deles no *campo do lazer*, D. De Masi²¹⁸, o fim da sociedade do trabalho, o que se traduz pela idéia de uma vida de abundância máxima e de esforço mínimo, é a conseqüência inexorável de sucessivas fases liberatórias que nos trouxeram a um estágio de desenvolvimento cuja possibilidade de um tempo livre crescente para todos constitui-se como evidência da redenção humana.

Chegamos a um ponto de inversão de rota, talvez irreversível: pela primeira vez, após a civilização grega, o trabalho já não representa mais a categoria geral que explica o papel dos indivíduos e da coletividade. Pela primeira vez, depois da Atenas de Péricles, são o tempo livre e a capacidade de valorizá-lo que determinam o nosso destino não só cultural como também econômico (DE MASI, 2001, p. 12).²¹⁹

A intitulada *economia do ócio* se materializaria como uma poderosa ferramenta política e científica a serviço da redução da carga de trabalho, recuperando o significado da economia como via para a arte do ocioso. Em sendo assim, a função social da formação humana consistiria, justamente, na preparação dos cidadãos para o chamado *ócio criativo*, categoria que, conforme os estudos de De Masi (1999, 2000, 2001), em lugar do trabalho, vem assumindo a posição de centralidade para a organização e explicação da vida. A partir da tripla constatação de que a reestruturação da base técnica de produção vem absorvendo cada vez mais

²¹⁸ D. De Masi é autor, dentre outras obras, de “A sociedade pós-industrial”, SENAC, São Paulo 1999; “A emoção é a regra”, José Olympio e Unb, 1999; “Desenvolvimento sem trabalho”, Esfera, 1999; “O Futuro do trabalho”, José Olympio e Unb, 1999; “O ócio criativo”, Sextante, 2000; e, “A economia do ócio”, Sextante, 2001.

²¹⁹ Cabe observar que a tese da não centralidade do trabalho na vida humana não é exclusiva de D. De Masi. Embora com outras nuances, está presente também em D. De Grazia. Para saber mais sobre a polêmica em torno desta tese, ver, por exemplo, a crítica à C. Offe, A. Shaff e R. Kurz, elaborada por Frigotto (1999), e a crítica a J. Habermas, realizada por Antunes (1999).

o trabalho humano; de que para uma parcela crescente de trabalhadores, em substituição à forma industrial do trabalho – mecanizado, padronizado, fragmentado, sincronizado, especializado, repetitivo etc. –, predominam hoje as tarefas mais flexíveis e, por assim dizer, mais criativas; e de que o tempo de trabalho e o tempo livre, como noutra época, não mais se separam e se sucedem de modo rígido e linear, mas que se misturam e se confundem, por conseguinte, fundindo-se numa nova e inextricável temporalidade; conclui-se pela fórmula *trabalho criativo* mais *ócio ativo* é igual a *ócio criativo*.

Daí resulta a apresentação da tese da *economia do ócio*, solução para um justo projeto de desenvolvimento social. Acompanhando tal juízo, sob a alegação de que a esfera da produção capitalista, de um lado, aloca um volume cada vez menor de trabalho humano e, de outro, produz um volume cada vez maior de bens e serviços consumo, o que nos leva ao problema da exclusão e do desemprego, a redistribuição do tempo de trabalho seria a única saída para o surgimento do progresso, da riqueza e da cidadania, doravante, qualidades estruturadas a partir do *ócio criativo*. A crise estrutural do trabalho e o fim da sociedade do trabalho abririam a possibilidade de fundarmos uma nova sociabilidade. O tempo livre ou tempo liberado do trabalho, somado ao valor social das atividades lúdicas, criativas, culturais, artísticas, ambientais, educativas, etc., constituiriam a base sobre a qual se elevaria uma diferente alternativa de organização social.

No entanto, embora De Masi (1999) proponha uma redistribuição do tempo de trabalho, o que o aproxima das reivindicações de diminuição da jornada, tal proposta escamoteia a divisão social do trabalho em classes estruturada a partir da propriedade privada dos meios de produção. Ignora também o mapa atual da divisão internacional do trabalho – isto é, o desenvolvimento desigual do capitalismo. Além disso, apesar de algumas

pitadas *neokeynesianas*²²⁰ de preocupação social, não propriamente contra-sistêmicas, fica devendo a apresentação de alternativas mais convincentes de mudanças no quadro de injustiça social. Limita-se a afirmar que o desemprego, por um lado, e o excesso de trabalho, de outro, são problemas resultantes de um descompasso entre o avanço das forças produtivas – uma base material tecnologicamente incrementada que, por si só, seria capaz de nos libertar do trabalho – e uma anacrônica *cultura do trabalho* que ainda nos aprisiona ao reino das necessidades.

O maior contra-senso em tal leitura reside no fato de que a idéia de *ócio criativo* aparece dependente de uma lógica declaradamente produtivista, o que, tacitamente, implica na completa colonização do tempo livre pelo trabalho.²²¹ Neste sentido, valendo-se do argumento de que o ócio, a despeito do progressivo aumento do tempo livre, ainda se apresenta como um recurso demasiadamente escasso para a maioria dos indivíduos, De Masi (2001) advoga que ele deve ser utilizado como o máximo de perícia econômica, isto sob o pretexto de ver sua qualidade aumentada, contudo – e prioritariamente –, a fim de ver majorada sua produtividade, isso tanto em termos de elevação da capacidade criativa dos trabalhadores como da *fabricação de idéias*. Tal visão expressa absoluta sintonia com a idéia de *sociedade pós-industrial*, na qual o eixo da

²²⁰ O *neokeynesianismo* pressupõe a aceitação do mercado como fundamento da economia, mas sob um determinado marco regulatório, o que limitaria seus abusos e excessos. De qualquer modo, segundo advertem Amin e Houtart (2003) o que é rejeitado é o chamado *capitalismo selvagem*, seja porque coloca em perigo o próprio sistema capitalista, seja porque seus custos sociais e ecológicos são avaliados como muito elevados. Supostamente, quer corrigir o sistema, humanizá-lo, mas sem questionar o mercado capitalista.

²²¹ No *campo do lazer*, a razão instrumental implícita à noção de *ócio criativo* é pioneiramente percebida em pesquisa realizada por Marcellino et al (2003). Para este autor, a abordagem de D. De Masi é marcada por valores *utilitaristas e compensatórios*. Ocorre que De Masi (1999, 2000, 2001) não concebe o *ócio criativo* nem como compensação escapista às insatisfações do trabalho e nem como instrumento para a recuperação da força de trabalho, mas, sim, como o próprio trabalho, supostamente, colonizado pelo ócio, isto é, o *trabalho criativo* que, ao mesmo tempo, confunde-se e iguala-se ao *ócio criativo*.

economia desloca-se para a produção de bens imateriais, apoiada na produção de conhecimento.

O chamado *ócio criativo* deve se voltar então para a obtenção da maior quantidade de idéias no menor tempo possível, pois no mundo da técnico-ciência, a produção de conhecimento adquiriu um enorme valor econômico. Em sendo assim, “para a constante otimização desta relação produção-tempo em setores como o *design*, a moda, o cinema, o turismo, a pesquisa científica, a inovação tecnológica e a *new economy*, devemos aplicar hoje a mesma obstinada economia científica usada por Taylor em sua época” (DE MASI, 2001, p. 13-14). Soando então um tanto como absurdo, sob o conceito de *ócio criativo* esconde-se a proposição de uma espécie de *ócio taylorizado*, gerenciado não pela chamada *economia do ócio*, mas pela *economia do tempo de vida*²²². A propalada junção entre trabalho e vida proporcionada pela produção flexível, em tese, portadora da grande vantagem de transformar o ambiente doméstico em espaço de trabalho e, mais, de possibilitar àqueles que trabalham com idéias o benefício de carregarem consigo durante as 24 horas do dia os desafios impostos pelo trabalho, exercitando *full-time* sua criatividade, não passa mesmo é de um enorme engodo.

O trabalho criativo requer “tempo integral”: alguém empenhado em absorver um problema cuja solução comporte uma idéia nova (seja ele um artista, um publicitário, um profissional liberal, um empresário ou um artesão) não pode interromper o pensamento perdendo o fio da meada, como fazia o operário que, ao soar a sirene, largava o serviço na cadeia de montagem. Quando aquele que cria tem um problema na cabeça, seu cérebro trabalha sem

²²² A expressão categorial *economia do tempo de vida* opõe-se à idéia do tempo livre – e das atividades nele desenvolvidas – como uma exterioridade ao mundo do trabalho. Expressa, deste modo, a compreensão de que a esfera da produção estendeu-se da organização do tempo de trabalho à organização de todo o tempo de vida (LAZZARATO & NEGRI, 2001).

cessar, esteja ele no escritório, em casa, acordado, dormindo, entre o sono e o despertar (DE MASI, 2001, p. 15).

Repetimos que o que está realmente em curso é um desmedido avanço da colonização do tempo livre pelo tempo de trabalho, ainda que se diga que “nos anos futuros será o tempo livre a colonizar o trabalho” (DE MASI, 2000, p. 298). Nem de longe a reestruturação produtiva funde lazer e trabalho. Ao contrário, mina por completo o pouco tempo livre que dispõem os trabalhadores envolvidos em ocupações de maior dimensão intelectual. Outro aspecto é que, apesar da expansão deste tipo de trabalho, as tendências presentes nos setores tecnologicamente mais incrementados, em especial, nos países que se situam no centro dinâmico da economia capitalista, conforme adverte Antunes (1999), não podem ser tomadas como representando o todo do processo produtivo, pois fenômenos como a precarização e a desqualificação do trabalho, de maneira crescente, apresentam-se como parte da lógica constitutiva do processo de produção e reprodução ampliada do capital.

Seria um enorme erro fechar os olhos à existência das formas dadas pelo *trabalho imaterial*, segundo Lazzarato e Negri (2001), o tipo de trabalho que valoriza os trabalhadores na subjetividade criativa da condução de suas ocupações. Por outro lado, seria um equívoco ainda maior incorrer em sua generalização abstrata. As mais de 1 bilhão de pessoas trabalhando em condições de subemprego, dispersas entre o contingente de metade da população mundial que vive em situação de pobreza,²²³ afastam de nós este tipo de inadvertência. A nova divisão internacional do trabalho distribui a produção de manufatura em parte dos países periféricos e concentra a produção de bens industriais sofisticados de informação e comunicação no centro dinâmico do sistema.

²²³ Números fornecidos pela OIT, extraídos da matéria “Metade do mundo vive na pobreza”, do jornal *O Popular*, de 7/6/2003.

Com isso os países economicamente desenvolvidos concentram também as atividades de concepção do produto, deslocando as atividades menos complexas para os países periféricos.²²⁴

A *exaltação do ócio*, um exercício de retórica baseado na generalização abstrata do *trabalho criativo*, revela-se, portanto, como uma grande panacéia. A tese da *economia do ócio*, pressupondo a colonização do trabalho pelo lazer, um processo que, em outras palavras, significa a ocupação prazerosa do ócio pelo trabalho mental suave – daí o apelido de *ócio ativo* – ergue-se a partir daquilo que é apenas a “espuma” da recente “onda” de relativo avanço, em setores localizados do processo produtivo, do *trabalho imaterial*. De qualquer modo, vale o registro de que este tipo de trabalho, apesar de sua singularidade, está intimamente ligado ao *trabalho material*, portanto, igualmente submetido à teoria do valor. A expropriação do *saber fazer intelectual*, através do adequado envolvimento do *trabalhador criativo* – aquele que trabalha na publicidade, na moda, no *marketing*, na mídia, na pesquisa, dentre outros exemplos – opera sobre as mesmas bases de exploração do *trabalho material*, cultivando, de um lado, a concepção em tempo cada vez menor, na direção do *mais valia relativa*, e, de outro, a inventividade de tempo integral, ampliando a *mais valia absoluta*.

Para os trabalhadores que desempenham tarefas flexíveis, intelectuais e criativas é objetivamente difícil separar o trabalho do resto de suas vidas. De fato, toda atividade que envolve idéias e criação utiliza como instrumento para a obtenção de idéias sobretudo o cérebro, que, diversamente dos velhos meios de produção, como o torno ou a linha de montagem, é indissociável do trabalhador e o acompanha em qualquer lugar, dentro ou fora

²²⁴ Tal avaliação não desconsidera a existência de núcleos de ponta do processo produtivo nos países periféricos, entretanto, o caráter desigualmente combinado do capitalismo em escala global, como assinala Antunes (1999), diferencia, tanto de modo qualitativo como quantitativo, a incidência dessas tendências pelo *sistema-mundo*.

do escritório, carregando consigo as suas preocupações (DE MASI, 2001, p. 23-24).

Em que pese a mesma condição de exploração a que estão submetidos *trabalho material* e *trabalho imaterial*, há de se admitir que os trabalhadores envolvidos com o segundo tipo de trabalho – ainda que capturados pela *economia do tempo da vida*, ao se perceberem liberados dos limites impostos pela burocracia e rigidez do antigo modelo fabril, quando lhes é permitido organizar a própria atividade e suas relações com a empresa – se sentem mais livres em relação aos primeiros. O trabalho intelectual abstrato adquire, assim, uma feição falseada, apresentando-se como o genuíno *ócio criativo*. Eis aí o “anzol” pelo qual De Masi (1999, 2000, 2001) e sua tese da *economia do ócio* podem nos fisgar. Cuidadosos em não tomar a representação do real como a verdade sobre o próprio real, não podemos nos deixar seduzir. O fetiche do “ócio criativo”, a despeito de toda a matemática da evolução do tempo livre que evoca, não possui base real de referência. Ademais, é exibido como pura exterioridade, escamoteando as determinações e relações sociais que o atravessam, bem como os interesses a que realmente responde.

Ao se operar esquematicamente sobre o raciocínio de que a produção de idéias determina o avanço tecnológico, que este avanço impõe um novo tipo de organização da produção e que este novo tipo de organização requer como fundamento a criatividade do ócio, o que, por sua vez, traz a exigência de um projeto de formação humana voltada para o tempo livre, omite-se o dado de que o desenvolvimento da ciência e da tecnologia – isto é, da *fabricação de idéias* – gravita na órbita dos poderes econômicos e políticos emanados a partir das “necessidades capitalísticas”. Como se não bastasse a mistificação, a ideologização e a inconsistência teórica subjacente ao invento do “ócio criativo”, ele, ou melhor, o *trabalho imaterial*, com toda a criatividade que envolve, não está nem de longe a

serviço da emancipação humana, mas da *destruição criativa* desencadeada pelo *capitalismo avançado*.

Sob o fetichismo da mercadoria, a força de trabalho intelectual vem sendo intensa e extensivamente explorada pelo capital a fim de dar maior flexibilidade, fluidez e inovação aos bens e serviços de consumo, sobretudo, produzindo a subjetividade do próprio consumidor. Os *trabalhadores criativos* ou *ócio-criadores* da publicidade, da moda, do *marketing*, da televisão, da informática, quase sem exceção, estão envolvidos em gerar necessidades de consumo, em produzir inovação e obsolescência. E por mais destruição que possa estar envolvida no processo de produção de uma mercadoria, por mais presa à lógica da descartabilidade e desperdício que esteja, por maior degradação da força de trabalho na outra ponta e destruição ambiental que cause, por mais descolada do atendimento às reais necessidades humanas que se encontre, o objetivo de tais trabalhadores é colocar toda a sua criatividade a prova, concebendo, desenhando, planejando e propagandeando esta mesma mercadoria.

Para dar um exemplo, temos uma situação em que 90% do material e dos recursos de trabalho necessários para produzir e distribuir uma mercadoria lucrativamente comercializável – digamos um produto cosmético: um creme facial – sigam física ou figurativamente, diretamente para a lata de lixo da propaganda eletrônica como um tipo qualquer de embalagem (implicando, apesar de tudo, custos efetivamente reais de produção) e apenas 10% sejam dedicados ao preparado químico que supostamente deve conceder os benefícios reais ou imaginários do próprio creme ao comprador. As práticas obviamente perdulárias aqui envolvidas são plenamente justificadas desde que satisfaçam aos critérios capitalistas de “eficiência”, “racionalidade” e “economia” em virtude da *lucratividade* comprovada da mercadoria em questão [...] Da mesma forma, avanços no “*know-how*” científico podem ser

agora transformados em meios de produção realmente empregados, não no terreno das (nem em resposta às) necessidades humanas, mas tão somente se seu procedimento favorecer aos interesses do sistema do capital (MÉSZÁROS, 2002, p. 663-664).

O *trabalho imaterial*, vulgo *ócio criativo*, qualidade social que De Masi (1999) quer ver distribuída, parece ser enxergado de maneira bastante enviesada. Ele só avista aquilo que é positivo do processo de desenvolvimento histórico, com destaque para o progresso científico e tecnológico, chamando atenção para as vantagens que este traz para o trabalho e o bem estar, justificando deste modo o valor e a potencialidade de sua *economia do ócio*. Ocorre que toda e qualquer perspectiva que tenha seu foco de análise apenas na relação fenomênica entre ciência, tecnologia e economia de tempo – visão típica dos economistas burgueses incorporada por D. De Masi –, como adverte Mézáros (2002, p. 635), “não pode prestar atenção às implicações destrutivas da *tiranía* capitalista *do tempo* (mínimo) necessário para a produção, ao qual todas as outras considerações devem ser subordinadas”. É por isso que as pseudocríticas feitas ao capitalismo por De Masi (1999, 2000, 2001) não passam de apontamentos desconexos baseados em projeções para o desenvolvimento futuro absolutamente fantasiosas.

Agora, preocupa-nos que tal tipo de proposição, apesar de toda pirotecnia e fantasia que envolve, muitas vezes seja tomada como fonte de inspiração para um bom número de autores e pesquisadores no *campo do lazer*, chegando até mesmo a servir de referência para a elaboração de políticas para o setor. Que D. De Masi veja seu discurso encantar platéias, suas entrevistas emplacarem na mídia, seus livros conseguirem boa aceitação no mercado editorial e seus préstimos profissionais de consultoria organizacional serem contratados e bem remunerados por

grandes empresas – tais como a Fiat, a IBM e a Pirelli –, isto tudo é previsível.²²⁵ Daí a ver suas teses sobre o *ócio criativo* e o *desenvolvimento sem trabalho* serem associadas a projetos e experiências de luta por cidadania, servirem de esteio teórico a gestões democrático-populares, isto causa incômodo.²²⁶ No afã de quererem ver realizado um projeto de desenvolvimento com justiça social, representantes de governos de esquerda acabam por acolher a tese de De Masi (1997) de que a qualificação cidadã de uma sociedade dá-se pelo progresso na organização de seu tempo livre, ou seja, pela eficiente administração da economia do ócio.

3. Anatomia do macaco

Mas afinal, se tanto a visão idealista do ócio, anteriormente examinada, como a perspectiva instrumental, recém apresentada, mais velam do que revelam a verdadeira essência de tal fenômeno, permanece ainda a interrogação sobre o que é de fato o ócio e o que ele representa na atualidade. Esta é uma dúvida que só pode ser dirimida à luz da história, o que quer dizer que o ócio, assim como qualquer outro aspecto da realidade social, deve obrigatoriamente ser entendido como algo que se realiza no processo histórico, síntese a cada momento de relações econômicas, políticas, sociais e culturais específicas. Entretanto, lembramos que a

²²⁵ Para saber mais sobre as atividades de D. De Masi no Brasil, basta a consulta à sua página eletrônica publicitária. Ver: <http://www.domenicodemasi.com.br>.

²²⁶ Igual preocupação quanto às idéias de D. De Masi estarem sendo incorporadas pelo campo sem o devido rigor, servindo também como embasamento para a elaboração de políticas setoriais de lazer, pode ser encontrada em Marcellino et al (2003). Vale aqui ressaltar que, para o mesmo autor, D. De Masi ganha notoriedade no Brasil, justamente, a partir de sua participação, a convite do SESC, no V Congresso Mundial de Lazer, realizado em São Paulo-SP, em outubro de 1998. Registramos, no entanto, que, já em 1997, D. De Masi figura em importante projeto editorial organizado por Tarso Genro, material que, desde então, passa a constituir-se como uma referência ao debate e às proposições orbitando o tema da cidadania empreendidos pelo governo do PT à frente da prefeitura de Porto Alegre-RS. Ver Genro (1997).

explicação sobre o ócio obriga-nos a seguir rota oposta ao seu desenvolvimento, iniciando pelo lazer. Não se consegue chegar a nenhuma conclusão acertada sobre o ócio apoiando-se apenas na compreensão do que ele foi no passado, o que não implica negarmos a determinação que ele exerce sobre o presente, especialmente sobre o lazer, quando, transitoriamente, estão já concluídos os resultados do desenvolvimento. Apesar do ócio localizadamente ainda existir e ter existido historicamente antes que existisse o lazer, se queremos compreendê-lo, devemos começar pelo fenômeno mais desenvolvido, neste caso, o lazer.

De qualquer modo, antes de prosseguirmos com essa discussão, na direção de conhecermos os antecedentes do lazer, vale aqui a construção de um parêntese para um entendimento panorâmico dos sentidos atribuídos ao ócio ao longo da história. A síntese apresentada por Munné (1980), ainda que aparentemente progressiva e linear, é bastante esclarecedora. De acordo com aquilo que ele recupera, a multiplicidade de práticas e valorações relativas ao ócio que se sobrepõem no curso do desenvolvimento histórico, assim se caracterizam:

- O ideal clássico de *skholé* ou *ócio antigo*, no qual o ócio se equiparava a um modo de vida cujas ações do homem livre orientavam-se pela contemplação e reflexão dos supremos valores da época, verdade, a bondade, a beleza, a sabedoria etc. Percebido como um fim em si mesmo, o ócio estava impregnado pela idéia de uma liberdade intrínseca, manifestando-se como o estado ou condição de estar livre da necessidade de trabalhar. Portanto, o ócio não era, naquele momento, concebido como um tempo livre de trabalho, mas todo um tempo social de não-trabalho, privilégio daqueles poucos cidadãos que desfrutavam das prerrogativas e

direitos inerentes à organização e funções necessárias ao melhor para a *pólis*;

- O *otium* romano, em oposição ao negócio – ou seja, atividades como comércio, exército ou governo –, passa a ser concebido como tempo de descanso do corpo e recreação do espírito. Diferente do que ocorre na Grécia, o trabalho na Roma antiga perde a sua conotação negativa e o ócio assume, pela primeira vez, o significado de um tempo livre de trabalho. Em função do novo contexto sócio-econômico, o ócio ganha também uma outra função, pois é neste momento, através da por demais conhecida política do *panis et circens*, que surge a recreação de massas. Contraposto ao ócio das classes dirigentes, a experiência e as atividades de ócio vividas pela maioria da população constituíam-se como importante meio de despolitização e controle inaugurado e patrocinado pelo Estado;
- O *ócio como ideal de nobreza* que, na Idade Média, somando-se ao dito *ócio popular*, um tempo de descanso e de comemorações intermediadas por festas organizadas sob o rígido controle dos poderes da Igreja e dos senhores feudais, marca o surgimento de um tipo de ócio caracterizado por um espírito lúdico eminentemente classista. Desta maneira, o nobre ideal de ócio vincula-se ao desinteresse e repulsa pelo trabalho, diretamente associado ao significado de um tempo de nada fazer produtivo. Se por um lado a indignidade do trabalho constitui-se como um dos fatores para o aparecimento de tal modo de se conceber o ócio, por outro, este último passa também a ser visto como uma demonstração de posses e riquezas que permitem uma vida de ociosidade, deixando, definitivamente, de ser uma experiência interior e subjetiva, ao contrário, devendo ser exteriorizada. Nota-se ainda que a partir de

tal compreensão os conceitos de ócio e ociosidade podem ser identificados como iguais;

- O *ócio como vício* que, no início da Idade Moderna, é condenado pelo puritanismo religioso difundido pela reforma protestante. Novos valores sobrepõem-se ao ócio fazendo com que a antiga conduta medieval passe a ser duramente criticada. Os princípios éticos-religiosos desta época exaltam o trabalho, tornando-o sinônimo do esforço pessoal necessário para o acúmulo de riquezas, o que justificaria a ascensão da burguesia. Predestinados eram aqueles cujo trabalho materializava-se como semente de fortunas. Considerado como o próprio antitrabalho, improdutivo, o ócio torna-se sinônimo de degradação. Neste contexto, a liberdade pode ser alcançada somente pelos que buscam a salvação no e pelo trabalho. Este último, constitui-se como demonstração emblemática tanto do esforço para o sucesso da riqueza como da humilde e devota fé redentora dos males da pobreza. Assim, os alicerces de uma concepção que propõe o combate aos perigos da ociosidade, inimiga das distrações e prazeres mundanos, sugerindo a noção de ócio como tempo perdido, são fincados originalmente neste período;
- o lazer ou *ócio burguês*²²⁷ que, posteriormente à Revolução Industrial e ante a conquista do tempo livre pela classe trabalhadora, apresenta-se como uma estratégia de controle, definindo a correta e adequada forma para os usos deste mesmo tempo. Compreendidas como viciosas, as tradicionais manifestações do ócio precisavam ser erradicadas como um mal que fazia adoecer moral e fisicamente a

²²⁷ Lembramos mais uma vez a inexistência de tradução da palavra lazer para a língua espanhola, no entanto, podemos apreender da leitura de Munné (1980) uma identificação daquilo que ele chama de *ócio burguês* com o que, no Brasil, convencionou-se chamar por lazer. De qualquer modo, o surgimento de um e outro representa, igualmente, um momento de grande ruptura com todas as formas anteriores de apropriação e organização do tempo de não-trabalho.

força de trabalho. Além de se apresentar como uma possibilidade de controle sobre o corpo e a mente dos trabalhadores, difundindo o modo de vida burguês, frente aos interesses mais imediatos do capital, dada sua potencialidade temporal para o consumo, o lazer vai pouco a pouco subsumindo a forma mercadoria.

Em tal raciocínio, o curso da exposição segue a mesma rota do processo histórico efetivo. Inserido num quadro contraditório e dinâmico de transformação, não como um fenômeno que se desenvolve e se movimenta por si mesmo, mas em cada época como produto de determinadas condições, o ócio foi adquirindo novos e diferentes sentidos, conservando antigas significações e abandonando outras, até ter sua configuração radicalmente transformada, desdobrando-se no lazer. Ocorre que se o lazer, numa relação de ruptura e continuidade, nega e em certa medida incorpora o ócio, como a forma mais desenvolvida e atualmente dominante é, também, a mais complexa. Se a exposição dos antecedentes do lazer pode seguir o curso normal da história, sua descoberta não. Neste sentido, examinando as categorias que exprimem suas relações e compreendendo suas conexões, podemos penetrar na articulação e nas relações de todas as formas que lhe são anteriores, estejam elas desaparecidas ou em extinção.

Em sendo assim, a *anatomia do lazer* é a chave interpretativa para a *anatomia do ócio*, pois não se pode identificar no ócio os sinais anunciadores do lazer senão quando o lazer já é conhecido. Agora, quando fazemos aqui alusão ao raciocínio de Marx (2003), que vê na *anatomia do homem* a chave da *anatomia do macaco*, não estamos, em momento algum, balizando-nos por uma concepção determinista de história. Conforme lembra Bensaid (1999), isto é um problema de conhecimento. A forma mais desenvolvida revela os segredos da menos desenvolvida, mas isto não

significa que o lazer seja o destino do ócio, seu único desenvolvimento possível. A escola é exemplo de um outro porvir. O ideal de *skholé* tomou também o caminho da *schola*, pois ao ócio também se dava o significado do tempo e lugar onde se leva a cabo a formação do homem grego, a própria *Paidéia*. Não é correto, portanto, considerar o lazer como a finalidade histórica do ócio. Há entre eles muitas bifurcações. É certo que o conhecimento do lazer como manifestação contemporânea de apropriação do tempo livre é condição para o melhor conhecimento do ócio como experiência do não-trabalho desde a antiguidade até nossos dias, porém, não conforme a leitura daqueles que fazem desaparecer todas as fronteiras entre ambos, tomando-os como iguais e enxergando o lazer em todos os períodos do desenvolvimento histórico anterior.

Lembramos aqui dos pesquisadores que olham para trás – isto é, para o ócio – e, impregnados de uma visão unilateral referenciada pelo presente, analisam-no como sendo o mesmo que o lazer. Ora, levar de visita o lazer às sociedades pré-capitalistas a fim de dizer como nelas se dava o não-trabalho é o mesmo que olhar para os jogos e as práticas corporais destas sociedades e dizer que aquilo era esporte, uma categoria fora de lugar, anacrônica.²²⁸ Dentre as referências teóricas do lazer, tal desvio é bastante evidente em Parker (1978, p. 24). Para este autor, “a julgar pelo que as pessoas nas sociedades iletradas tinham, e pelo que ainda hoje se tem nas sociedades pré-industriais, não se pode dizer que não possuíssem algo equivalente ao nosso lazer.” Já entre os estudiosos brasileiros, percebe-se um posicionamento próximo em Werneck (2000), autora que, ao buscar na antiguidade o que chama de *raízes do lazer*, processa um estranho tipo de inversão que lhe faz ver o ócio como a

²²⁸ Para além do anacronismo, igual problema pode ser também detectado, por exemplo, entre aqueles que enxergam o lazer em comunidades indígenas, abordando suas tradições e ritos sob um ponto de vista absolutamente etnocêntrico, enquadrando-os a tal conceito.

própria manifestação do lazer, ainda que o associando a um diferente significado.

Os primeiros sentidos de lazer estavam relacionados com o ócio que significava, para os gregos, desprendimento das tarefas servis, condição propícia à contemplação, à reflexão e à sabedoria. [...] Nesse entendimento, a noção de lazer era atrelada não apenas ao trabalho, mas também à educação, pois, para gozá-lo, era necessário uma sólida formação. O lazer implicava, necessariamente, as condições de paz, de reflexão, de prosperidade e de liberdade em face das tarefas servis e das necessidades da vida de trabalho. Como dependia de certas condições educacionais, políticas e sócio-econômicas, o lazer representava um privilégio reservado a uma pequena parcela de “homens livres” (WERNECK, 2000, p. 21-22).²²⁹

Não é nossa intenção polemizar esta matéria, porém, vale reafirmar que lazer e ócio são fenômenos distintos. O estudo de sua relação recíproca pressupõe, ao mesmo tempo, a identificação da particularidade de um e de outro. Se não é correto valer-se do conceito de lazer para explicar e compreender a esfera do não-trabalho em épocas anteriores ao seu próprio surgimento, no oposto, pensar o lazer e tentar enxergar em seu lugar aquilo que o ócio foi no passado, o que já diagnosticamos em De Grazia (1966), também constitui grave erro. De qualquer forma, é certo que os efeitos e resíduos do ócio, seus antigos sentidos, emergem como determinações que incidem sobre o lazer, o que nos obriga a deitar sobre o passado uma determinada análise. É verdade ainda que a aproximação mais indicada a ambos os fenômenos não pode ser feita senão a partir das categorias concretas do presente, mas isso não pode significar nivelamento de conceitos.

²²⁹ Observa-se que uma revisão desta posição já foi iniciada pela própria autora. Ver Werneck (2003a, 2003b).

O lazer é a forma dominante de apropriação do tempo livre na contemporaneidade, expressão das determinações econômicas, políticas, sociais e culturais produzidas pelo capitalismo. De período a período, as mudanças que se percebem do ideal grego de *skholé* até o lazer mantém estreita relação com as transformações provocadas na organização do trabalho. Nesta dinâmica, conforme aponta Thompson (1998), a ruptura com o ritmo “natural” de trabalho, uma imposição peculiar ao capitalismo industrial, como não poderia ser diferente, implicou numa verdadeira revolução do tempo social, opondo tempo livre e tempo de trabalho. A possibilidade de alternância contínua dos momentos de trabalho e não-trabalho começa aí a ser suplantada. Nesta direção, a produtividade expressa pela nova disciplina do relógio torna-se a grande inimiga do ócio, invadindo a esfera do tempo livre e buscando conciliá-lo ao trabalho. É então neste movimento de administração do tempo livre, de peleja contra os valores, hábitos e comportamentos inerentes ao ócio, que podemos localizar o aparecimento do lazer, fenômeno condizente com a ideologia da sociedade industrial.

Já em nosso país, de acordo com os estudos de Marcassa (2002), a *invenção do lazer* liga-se ao processo de internacionalização do capital, quando, em fins do século XIX, início do XX, o incipiente projeto de modernização e industrialização promove a supressão do trabalho compulsório, fincando bases sobre a exploração do trabalho livre. Vincula-se, além disso, ao impulso dado à urbanização das cidades e às iniciativas de racionalização da política. Associado à tradição colonial, o ócio vai sofrer todo o tipo de intervenção e controle, submetido a um tipo de condenação moral que buscava ajustar o antigo modo de vida às exigências da produção capitalista. Como esclarece a autora, o lazer constituía-se como expressão de uma ação deliberada de amoldamento da subjetividade proletária, um processo de institucionalização da vida

cultural que atingiu em cheio a formação social dos trabalhadores na direção do aburguesamento da sociedade, banindo assim experiências não alinhadas à nova disciplina do trabalho.

Dada a implementação do trabalho livre no Brasil e, posteriormente, a do seu “opponente” histórico – o tempo livre – parece que as práticas de descanso e divertimento da população são completamente codificadas por meio de uma racionalização intensa do cotidiano e, portanto, do próprio tempo livre. Pode-se dizer, inclusive, que o ócio tenha sido incorporado e (re) significado no e pelo tempo livre. Mas para compreender a organização do tempo livre, é imprescindível [...] conhecer as relações de produção, a jornada de trabalho, o desenvolvimento das técnicas, a lógica de funcionamento do capitalismo. É preciso perceber ainda o tempo livre como uma forma de vida típica do capitalismo, em que trabalho e tempo livre na *aparência* são opostos, mas na verdade formam um binômio indissociável. O tempo livre torna-se a extensão da própria lógica de produção, ou seja, hegemonicamente, ele se curva ao capital (MARCASSA, 2002, p. 92-93).

Nota-se que o capital logo de partida reconhece no ócio a ausência de qualquer traço prático-material, julgando-o como antagonista aos seus interesses. Nesse sentido, o lazer se afirma na própria dinâmica de hostilidade do capitalismo ao ócio. Dentro de uma racionalidade e funcionalidade que se renova, o lazer é hegemonicamente subserviente e útil às exigências e necessidades do capital.²³⁰ Há de se observar, no entanto, que por maior que seja a utilidade prática de uma atividade de lazer, até certo ponto, ela também dá forma e responde a determinadas necessidades lúdicas e estéticas do homem. Mas a possibilidade da

²³⁰ Estamos falando de “necessidades capitalísticas” de dois níveis, quais sejam: as ideológicas, de legitimação, contribuindo para a construção e consolidação de uma determinada ordem moral; e as econômicas, inicialmente, de produção e reprodução da força de trabalho, hoje em dia, mais diretamente, de produção e reprodução do capital.

experiência lúdica autônoma, sentido atribuído ao lazer, é apenas o que a aparência do fenômeno manifesta. Se o sujeito particular não percebe conscientemente o caráter prático-material do lazer, enxergando-o apenas como algo desinteressado, isto não significa que sua leitura corresponda à verdade. Para além da esfera subjetiva, olhando para sua dimensão objetiva, o lazer revela-se como um fenômeno por demais interessado, altamente servil às demandas emanadas a partir do sistema de metabolismo social estruturado pelo capital.

De qualquer modo, o estado de aparente liberdade e de desinteresse prático apresenta-se como um componente que nos ilude no sentido de assemelharmos lazer e ócio. Mais uma vez, como ensina Marx (1971a, 2003), todo fenômeno revela uma forma que não coincide diretamente com seu fundamento oculto, no caso do lazer, sua funcionalidade prática. Portanto, este estar livre da necessidade de trabalhar constitui a significação do ócio que se preserva, sob a figuração de uma pseudoliberalidade, como um conveniente disfarce para o lazer. É a *forma dissimulada do lazer*. Aquela experiência totalmente desprendida da utilidade prática, caminhando em direção da pura criação, da contemplação e do prazer estético – isto é, do ócio – constitui-se, mais e mais, como algo irrealizável nesta sociedade. Pode assumir também uma *forma caricaturada*, quando é pejorativamente tratado como ociosidade, tomado como sinônimo de vadiagem, de preguiça e de improdutividade. Via de regra, o ócio já foi esvaziado de conteúdo concreto. Conforme assinala Marcassa (2004), tornou-se uma abstração. Subsiste apenas como uma referência, uma possibilidade que nos remete ao resgate de modos de vida e formas de sociabilidade quase superadas, mas ainda bastante presentes no imaginário social.

Enquanto a humanidade não atinge um determinado estágio, não tem existência o incremento axiológico correspondente ao mesmo.

Quando o valor constituído numa determinada esfera ou num determinado sentido perde a altura ou o estágio alcançado, *passa a existir apenas como possibilidade*, mas não é inteiramente aniquilado. Podem variar as formas de subsistência; pode acontecer que desapareça uma forma de vida existente em inteiras comunidades [...], mas grupos reduzidos ou mesmo indivíduos [...] preservarão a maioria dos valores daquela forma de vida, inclusive através de longos períodos estéreis da história ou mesmo em épocas de domínio de outros valores (HELLER, 2000, p. 9-10).

Isso tudo então para dizer que se o ócio continua a existir, certamente não é com a força de outrora. Ao contrário, constitui hoje muito mais um ideal do que propriamente uma realidade. Entretanto, por mais afastados que possamos estar na história de sua concreta e dominante experiência, o ócio continua a exercer a função de preservar valores já alcançados, cultivando acesa a possibilidade de um tempo e espaço em que o homem possa reconciliar-se consigo e com a natureza, entregando-se integralmente ao desenvolvimento multilateral de suas capacidades físicas e intelectuais. É justamente este sentido de preservação que muitas vezes nos induz a ver no ócio o próprio *reino da liberdade*. Não raro, mesmo posições mais críticas, ao abordarem a sujeição do tempo livre às determinações estruturadas pelo modo de produção capitalista e ao vislumbrarem um outro projeto histórico de sociedade, acabam também por querer reviver o ócio, engrossando coro ao enaltecimento de suas possibilidades emancipatórias.

A tradição de todas as gerações mortas oprime como um pesadelo o cérebro dos vivos. E justamente quando parecem empenhados em revolucionar-se a si e as coisas, em criar algo que jamais existiu, os homens conjuram ansiosamente em seu auxílio os espíritos do passado, tomando-lhes emprestado os nomes, os gritos de guerra e as roupagens, a fim de apresentar a nova cena

da história do mundo nesse disfarce tradicional e nessa linguagem emprestada (MARX, s.d., p. 203).

Bom, mas se estamos recusando a hipótese de “marcha ré” da história em busca do ócio perdido e, de outro lado, temos no horizonte a construção de algo qualitativamente superior ao lazer, o que seria o novo? Podemos dizer que o anúncio de uma nova forma histórica de apropriação do tempo livre, o que pressupõe uma nova economia do tempo, traz dificuldades quase proibitivas de conceituação. Isto significa que esta nova forma histórica não pode ser definida a partir do sistema prevalecente de condições, determinações e pressuposições, pois sua novidade só é possível de se efetivar por meio do fim das barreiras entre tempo de trabalho e tempo livre, o que implica em vencermos a barreira do próprio capital. Enfim, uma nova e diferente forma de organização do tempo baseia-se em formas radicalmente novas de sociabilidade, em que liberdade e necessidade se conjugam frente à utilização criativa e a determinação autônoma do tempo como princípio da produção e reprodução social.

4. O reino da liberdade

Se não podemos acolher a identificação automática do ócio como o futuro do tempo livre, tampouco devemos negar suas potencialidades contra-tendências. Como vimos, o ócio atua como preservador de valores e qualidades sociais já alcançados e que almejamos reconquistar. Entretanto, é fato também que se numa proposta e/ou estratégia emancipatória fundamentos básicos como a propriedade, a divisão do trabalho e a lei do valor não forem radicalmente questionados, conseqüentemente, fica prejudicada toda e qualquer possibilidade de construção de uma sociedade na qual a liberdade e a riqueza do homem

prevaleçam sobre o controle e a quantificação prático-utilitária do tempo como determinante inevitável do processo metabólico em curso. Em suma, por mais que o ócio possa estar ligado a princípios éticos superiores, não podemos nos deixar enamorar apressadamente pela bandeira da transformação do tempo livre em ócio.

Há de se levar em conta que a noção clássica de ócio, cuja conotação está associada ao estado de não sujeição às obrigações, ao total desinteresse prático-material, à pura contemplação e ação criadora, não recusa, ao contrário, pressupõe a divisão social do trabalho. O ócio, tal qual como foi idealizado na Grécia antiga, não era permitido a todos, era privilégio exclusivo de uma pequena parcela de cidadãos, como afirma Hobsbawm (1991), prerrogativa daqueles que detinham a propriedade. A vida de ócio não tinha nada a ver com tempo livre. Era a vida dos que não trabalhavam e que se assentava sobre um regime baseado no escravismo, isto é, sobre a vida de trabalho de todos os demais. Importar o sentido atribuído ao ócio na antiguidade para os dias atuais, significa admitir a possibilidade de uma vida sem trabalho para a totalidade da população. Uma busca absolutamente vã, pois, como Marx (1971a) ironiza, até uma criança sabe que se a humanidade parasse de trabalhar, não por anos, mas por algumas semanas apenas, seguramente, auto-extinguir-se-ia.

E mesmo que esta predição futura de transformação do tempo livre em ócio seja pensada de modo articulado à ontológica necessidade de elevação da humanidade a postulados éticos qualitativamente superiores, ainda assim, estaríamos diante de um humanismo relativamente esvaziado de substância objetiva. Por outro lado, embora tenham existido no passado somente entre a pequena elite de homens livres, tais postulados merecem ser recuperados e estendidos para toda população. Mas a pergunta que fica é: Sobre quais bases? Quem nos ajuda na resposta é Antunes (1999). Ao construir uma análise das relações que mantém entre si tempo de

trabalho e tempo livre, lembra que uma vida cheia de sentido fora do trabalho, – o que para muitos seria o próprio ócio – somente é possível em relação a uma vida igualmente cheia de sentido no trabalho. Para o autor, a *omnilateralidade*²³¹ do homem não pode se desenvolver senão com a destruição das barreiras entre o *reino da necessidade* e o *reino da liberdade*, resultante de uma atividade autodeterminada, situada para além da divisão do trabalho estruturada pelo capital, portanto, sobre bases inteiramente novas que, par-a-par, autorizam o surgimento de uma sociabilidade também nova.

Uma sociabilidade tecida por *indivíduos* (homens e mulheres) *sociais e livremente associados*, na qual a ética, arte, filosofia, tempo verdadeiramente livre e ócio, em conformidade com as aspirações mais autênticas, suscitadas no interior da vida cotidiana, possibilitem as condições para a efetivação da identidade e gênero humano, na multilateralidade de suas dimensões. [...] Se o trabalho torna-se dotado de sentido, será também (e *decisivamente*) por meio da arte, da poesia, da pintura, da literatura, da música, do tempo livre, do ócio, que o ser social poderá humanizar-se e emancipar-se em seu sentido mais profundo (ANTUNES, 1999, p. 177).

A humanidade se desenvolveria não só *no e pelo* ócio, mas através de vários outros fenômenos que figuram na realidade de hoje, incluso aí o lazer. Mas este é um projeto de longo prazo. No horizonte imediato, a luta pela redução da jornada de trabalho é o que fala mais alto. Todavia, esta é uma estratégia que requer ao mesmo tempo a luta por trabalho. Nesse sentido, vale lembrar que *o direito ao ócio*, palavra-de-ordem que muitos autores inadvertidamente acabaram por construir sobre

²³¹ A concepção marxista de *educação omnilateral*, em oposição ao homem unilateral – ou seja, alienado – busca e expressa, justamente, um processo de formação do indivíduo social que permite o desenvolvimento de suas faculdades, de suas forças, de suas necessidades e das capacidades necessárias à sua correspondente satisfação.

a bandeira do *direito à preguiça*²³², deveria ser colocado em outros termos. A luta pelo direito ao tempo livre, que é o que representa a luta pela redução da jornada, não significa *direito ao ócio*. Quando descolado do *direito ao trabalho*, o *direito ao tempo livre*, o *direito à preguiça*, o *direito ao ócio* ou seja lá o nome que receber, constitui pauta por demais ilusória. Conforme indica Antunes (1999), a luta pelo trabalho e, mais precisamente, pelo emprego, não representa, sob nenhuma hipótese, concordância com a preservação do trabalho alienado, mas se faz contingente porque estar fora do trabalho nos dias atuais, carente de instrumentos legais de proteção, é estar submetido a maiores níveis ainda de desrealização e brutalização.

Tanto a luta pela redução da jornada de trabalho – isto é, pelo *direito ao tempo livre* –, como a luta pelo *direito ao trabalho*, revelam-se igualmente importantes. Já a luta por uma vida cheia de sentido dentro e fora do trabalho pressupõe uma sociedade não mais regulada e estruturada pelo capital. Podemos dizer, de acordo com Antunes (1999), que princípios éticos como a democracia, a liberdade, a autoconsciência etc., somente entrarão universalmente em vigor quando estiver em efetivo funcionamento um novo sistema de metabolismo social, no qual prevaleça uma produção regulada pelos trabalhadores associados e dirigida para o atendimento das reais necessidades humanas, numa sociedade onde o exercício do trabalho possa se concretizar como uma atividade livre e autônoma, baseada na apropriação generalizada e criativa do *tempo disponível*.

²³² Inicialmente escrito sob a forma de um panfleto, “O direito à preguiça” foi editado pela primeira vez em 1881, na França. Como identifica Chauí (1999), o objetivo central de P. Lafargue consistiu em denunciar como a *ética burguesa*, na qual vigorava a *religião do trabalho*, havia penetrado, em larga medida, a ética proletária. Sem isso no horizonte e sem a devida contextualização das preocupações de P. Lafargue, podemos facilmente confundir sua crítica ao trabalho como *credo da burguesia* com uma crítica ao trabalho útil e concreto, com uma crítica à centralidade do trabalho. Para este e outros esclarecimentos, ver Lafargue (1999).

Óbvio que não estamos então nos referindo ao *tempo disponível* como um substituto ao tempo livre, conforme opção muito difundida no *campo do lazer*.²³³ Tampouco enxergamos o *tempo disponível* sob a ótica do capital, pensado no interesse de sua própria expansão, do lucro, ou como tempo desperdiçado, inútil. Tal expressão categorial se refere ao tempo total da sociedade e de seus indivíduos associados destinado tanto para fins produtivos como para a satisfação de variadas aspirações. Numa sociedade onde há a distribuição planejada entre os próprios produtores do seu próprio tempo social, há uma reestruturação qualitativa da economia do tempo, “determinada por *prioridades* conscientemente adotadas, independente dos *homens-horas* exigidos para a realização dos objetivos escolhidos” (MÉSZÁROS, 2003, p. 892). Diante de uma completa redefinição daquilo que é útil, o *tempo disponível* de indivíduos e coletividades torna-se, portanto, passível de ser gasto em atividades múltiplas, desde o trabalho até o lazer.

Todavia, não cabe aqui admitir a fusão entre trabalho e lazer numa só atividade como defende Cunha (1987) em seu desenho de uma *felicidade imaginada*. Estaríamos negando a existência futura de um e de outro como fenômenos diferenciados, cada qual com sua identidade. Se numa sociedade estruturada a partir do princípio do *tempo disponível*, trabalho e lazer, como experiências igualmente dotadas de sentido, de fato passam a manter relações de semelhança, por outro lado, continuam a guardar suas singularidades. Predominantemente, o trabalho permanece atado à esfera da necessidade, mas observa-se que é justamente no e pelo trabalho combinado, cuja organização e finalidades são coletivamente reguladas, que os homens poderão se ver progressivamente afastados de suas necessidades mais imediatas, entregando-se à livre fruição das

²³³ Tal indicação está presente, por exemplo, em Dumazedier (1999), mas foi largamente difundida no Brasil a partir de Marcellino (1987).

experiências lúdicas e estéticas. Como princípio central e fundante da vida humana, o trabalho tanto antecede práticas como a arte, a música, o ócio, o lazer etc., como as torna possíveis.

A riqueza efetiva da sociedade e a possibilidade de ampliar sempre o processo de reprodução depende não da duração do trabalho excedente e sim da produtividade deste e do grau de eficiência das condições de produção em que se efetua. De fato, o reino da liberdade começa onde o trabalho deixa de ser determinado por necessidade e por utilidade exteriormente imposta; por natureza, situa-se além da esfera da produção material propriamente dita. [...] A liberdade nesse domínio só pode consistir nisto: o homem social, os produtores associados regulam racionalmente o intercâmbio material com a natureza, controlam-no coletivamente, sem deixar que seja a força cega que os domina; efetuam-no com o menor dispêndio de energias e nas condições mais adequadas e mais condignas com a natureza humana. Mas, esse esforço situar-se-á sempre no reino da necessidade. Além dele começa o desenvolvimento das forças humanas como um fim em si mesmo, o reino genuíno da liberdade, o qual só pode florescer tendo por base o reino da necessidade (MARX, 1974, p. 941-942).

Enfim, por mais que fantasiosamente se anuncie o *reino da liberdade* através do retorno à *skholé*, do *ócio criativo* etc., a base objetiva para a irrestrita e generalizada efetivação e resgate dos princípios éticos já anunciados assenta-se no trabalho emancipado, algo somente possível num novo sistema de metabolismo social, “um novo modo de produção fundado na atividade autodeterminada, baseado no *tempo disponível* (para produzir valores de uso socialmente necessários” (ANTUNES, 1999, p. 179). Assim, quando superadas as barreiras entre tempo de trabalho e tempo livre, veremos uma sociedade inteiramente nova. E aí, seja qual for a expressão conceitual daquilo que se poderá vivenciar no tempo livre, o ócio, a educação, a arte, o lazer etc., uma coisa é certa, será uma prática

social essencialmente ligada aos interesses humanos, porque o trabalho igualmente o será. Sobre o lazer, o que se pode dizer é que se assim continuar sendo chamado, estarão finalmente abertas possibilidades para que seja avaliado à margem de sua valoração conscientemente utilitária –, como pode se aludir do pensamento de Vázquez (1978), uma prática *desinteressada* se nos referimos aos interesses prático-materiais, mas altamente *interessada* se levamos em conta o projeto histórico do homem se ver nele afirmado. Só assim, segundo tais preceitos é possível antecipar a redefinição de sua função, utilidade e identidade.

CAPÍTULO V

- LAZERANIA TAMBÉM É CONQUISTA -

Na sociedade contemporânea, ante o complexo quadro das transformações em curso, um sem número de invenções, materiais, equipamentos e máquinas, dotados de avançada tecnologia, contraditam com o cenário de precarização e pauperização das condições de vida de uma parcela crescente da população. Apesar do acelerado desenvolvimento das forças produtivas, possivelmente capazes de assegurar bem estar a todos os seres humanos, cada vez mais pessoas no mundo encontram-se em situação de pobreza. Paradoxalmente, ao passo que cresce o desemprego e a indigência, ignorando as reais necessidades humanas, intensifica-se a produção de supérfluos e descartáveis, diretamente ligada às necessidades capitalísticas. Por sua vez, em reforço às desigualdades, a ideologia do mercado imputa aos indivíduos toda a responsabilidade pelos infortúnios de uma dualização social cujas implicações corroboram para a naturalização da exclusão, instaurando entre nós um perverso sistema de *darwinismo social*.

Acirrando as disparidades, o par representado pela globalização, associada às políticas neoliberais, materializa-se por uma série de mecanismos e práticas que, dentre outros desdobramentos, apontam para a completa desintegração dos direitos sociais. Junto com conquistas como educação, saúde, proteção ao trabalho, seguridade social etc., o direito ao

lazer, igualmente entendido como um pressuposto de cidadania, encontra-se sob ameaça. Ao condicionar a efetivação desses direitos às regras mercantis da competição, da capacidade individual e da liberdade de mercado – ou seja, ao *princípio do mérito* – a *economia-mundo* revela o quão desumana é a lógica produtiva-distributiva vigente, expondo a limitada capacidade civilizatória do capitalismo. E em meio a todas as contradições e tensões que hodiernamente se processam, vale lembrar que se muda a economia, muda toda a sociedade.

Por isso a análise do complexo de determinações que vem impulsionando as mudanças sociais dos últimos anos, através da qual pudemos identificar os limites impostos à defesa do lazer como prática educativa e direito social, o que foi realizado em capítulo anterior do texto, apresentou-se para nós como tarefa das mais importantes. Agora, para além do que tendencialmente vem sendo o lazer – ou seja, para além do *mercolazer* –, nossa atenção se volta para a necessidade de construção de um *outro lazer*. Isto não significa vislumbrar o lazer para o futuro como pura abstração teórica, como um ente que realiza uma essência independente das circunstâncias concretas que pesam sobre sua realidade histórica. Sem dúvida, nossa expectativa se assenta sobre princípios ético-políticos que desejamos ver universalizados um dia, mas é também o novo que vamos construindo no *aqui e agora* das relações do presente. Por isso a idéia de *lazerania* como uma conquista em construção, a conquista do lazer alçada à conquista mais ampla de uma cidadania ativa e participativa.

O intento para este último momento do texto é, portanto, o de mapear as possibilidades que se colocam e que se abrem para a construção de um *outro lazer*, procurando identificar, no jogo das forças sociais em disputa, aquilo que pode se viabilizar no sentido da conquista da *lazerania*. Queremos discutir os princípios e o norte necessário para a

ação política de quem almeja e, ao mesmo tempo, compartilha a vontade coletiva de fazer frutificar um *outro lazer*, crítico e superador em relação ao *mercolazer*. Esta é a primeira das duas últimas tarefas assumidas para este capítulo. A segunda passa pela apresentação de proposições mais concretas concernentes à esfera das políticas sociais, fixando diretrizes mais críveis que possam compor a base programática de uma política de lazer, além de apontar elementos para uma *pedagogia crítica do lazer* que, no desenrolar cotidiano de tais políticas, possa organizar, junto à sociedade civil, um outro tipo de sociabilidade e cultura lúdica, estimulando a *lazerania*.

1. Outro lazer é possível

O primeiro e grande enigma que se abre para aqueles que direta ou indiretamente estão envolvidos com o lazer, particularmente para os que estão empenhados em qualificar a condição da existência humana, é saber se existem alternativas ao *mercolazer*. Isto, pois à medida que as pessoas introjetam o valor e as relações mercantis como princípio orientador de interpretação e organização da vida, igual dinâmica faz com que elas aceitem o *mercolazer* como paradigma exclusivo para a interpretação e organização do lazer. Na esfera mais objetiva, basta a pergunta sobre um serviço de lazer pelo qual não seja preciso pagar pelo acesso para termos uma dimensão do quão corrompida anda sua experiência. Óbvio que certas modalidades tradicionais de lazer, ainda refratárias às relações mercantis, podem ser apontadas. Mas a dificuldade de identificarmos com certa prontidão e segurança alguma prática de lazer que não tenha sucumbido à forma mercadoria, por si só, já constitui obstáculo para a construção de alternativas.

Ao tempo em que o mercado se torna o lugar comum das práticas de lazer e ao tempo também em que a *indústria cultural globalizada* – particularmente, a *grande indústria do lazer* – se encarrega de dizer qual é o bom e o melhor lazer – e o propagandeado como bom e melhor é justamente o *êxtase-lazer* –, fica parecendo que nada mais é possível fora do *mercolazer*, que não há alternativas que valham a pena considerar. Diante da reconversão das formas ideológicas pelas quais atualmente se entabula a noção de lazer, qualquer projeto que se vislumbre de um *outro lazer*, desta forma, soa como utópico. Entendendo a utopia não no sentido de algo irrealizável, mas de objetivos que sintetizam uma vontade coletiva cuja realização não se pode precisar no tempo, sim, podemos dizer que tal projeto é realmente utópico. Isto porque assumir o projeto de um *outro lazer* significa também assumir o projeto histórico de uma outra sociedade. Ou seja, uma sociedade que garanta a todos os seus membros o efetivo direito de acesso aos bens e riquezas materiais e simbólicas socialmente produzidas, assegurando-lhes democraticamente a condição de cidadania, dispensando-lhes igual tratamento sob o ponto de vista da condição comum de cidadãos, livres das relações de dominação, opressão, exploração ou exclusão.

Mas, ao nos posicionarmos pelo caminho em direção a um *outro lazer*, optando pela rota de construção de uma outra sociedade, uma batelada de bifurcações se abre a nossa frente. Vale então, de início, demarcar as vias que já sabemos serem sem saída neste complicado labirinto, lembrando aí da impossibilidade de dar “marcha ré” na história em direção oposta ao futuro. Foi sobre isso que refletimos no capítulo anterior. Ao se pensar em alternativas, as críticas dirigidas à mercantilização e ao sentido prático-utilitário que caracterizam a forma contemporânea do lazer acabam por querer reviver com o ócio o incremento axiológico referente aos ideais e modo de vida dos homens

livres da antiguidade clássica. Trata-se de uma adesão ao ócio induzida pela herança simbólica que seu espectro “assombra”, atuando como *função preservadora* – apenas na consciência – de valores já alcançados e que atualmente se encontram desgastados. Assim, se o lazer foi corrompido pelo capital, o ócio aparece como sinônimo de emancipação, associado ao próprio *reino da liberdade*.

Ocorre que se na antiguidade os homens livres podiam viver no ócio entregues à contemplação, em contato com o mundo das idéias, ou à ação política, regulando a vida na *pólis*, é justamente porque podiam deixar o trabalho físico a cargo dos escravos. O ócio era, naquele contexto, expressão de um modo de vida exclusivo da classe dos homens livres, traduzindo-se por uma experiência de liberdade assegurada pela isenção do trabalho, algo que lhes era possível graças a uma estrutura social escravista verticalmente estratificada (MARCASSA, 2004). Se este ideal de ócio aparece assim como a própria encarnação do *reino da liberdade*, subentende-se um *reino da liberdade abstrato*, absolutamente independente do *reino da necessidade*. Sem negar aqui os modernos sentidos do ócio – associados ao descanso, à contemplação, à fruição estética etc. –, e sabendo também de toda hostilidade que lhe é impingida pela racionalidade produtiva, entendemos que a *metáfora marxiana* do *reino da liberdade*, de modo algum, sugere o retorno ao modo de vida e ideal de ócio da antiguidade clássica.

A história que ainda está por vir não pode ter como finalidade a história passada. Por isso pressupomos que a utilização de uma expressão metafórica para designar o tempo e o espaço de desenvolvimento do ser genérico e de suas forças com fim em si mesmo – ou seja, a referência ao *reino da liberdade* – tenha sido construída, justamente, diante da impossibilidade de se nomear com precisão aquilo que se fará genuinamente livre na esfera do não-trabalho quando o trabalho

igualmente for cheio de sentido. Agora, se a alternativa que temos em perspectiva para o *futuro do lazer* não está no *ócio perdido*, tampouco podemos afirmar que esteja na permanência do próprio lazer ou do lazer como o compreendemos hoje. Em nossa avaliação, o lazer tanto pode se diluir num projeto *omnilateral* de formação humana, alicerçado sobre agências abertas e dinâmicas de organização da cultura – e aí se dissipam as fronteiras entre educação formal e informal –, como pode também ter sua identidade preservada como uma prática educativa assistemática, sobrevivendo naquilo que é específico da fruição dos divertimentos e apropriação espontânea da cultura lúdica.

O que importa saber é que no horizonte mais distante, a superação do *mercolazer* não está no ócio e pode também não estar no lazer, mas em algo qualitativamente novo, uma experiência ininteligível para os atuais quadros mentais de referência. O projeto mais geral, portanto, é o do desenvolvimento multilateral do homem. Saber se a designação lazer sobrevive ao curso da história, para o momento, parece ser questão menos importante. Interessa é iniciarmos, já no presente, a construção de um *outro lazer*. Mas aí, vale novamente repetir que não se pode falar de um *outro lazer* sem colocar em questão o sistema que produz o lazer como *mercolazer*. Se o capitalismo aponta para um modelo paradigmático de lazer, voltado para a obtenção do lucro, alçado à produção e reprodução ampliada do capital, precisamos ter um outro projeto societário no horizonte para que possamos falar de um lazer verdadeiramente comprometido com as reais necessidades da população.

Nesta direção, tanto a alternativa de um *outro lazer* como a alternativa de uma *sociedade para além do capital* devem ser entendidas como um só projeto mobilizador que, embora não possa ser precisado no tempo, é um projeto que congrega aspirações e sintetiza uma certa

intencionalidade comum, nossa própria noção de utopia.²³⁴ O projeto de um *outro lazer* está, de tal modo, em sintonia com a noção de história aberta, sim, apontando para uma possibilidade de futuro, todavia, como possibilidade em movimento, imediatamente dialetizada às contradições, tensões e tendências do presente, sem esquecer ainda das determinações que lhe são impostas como herança do passado. Além de um projeto mobilizador que formula um pensamento teórico, alimenta uma nova ética, organiza resistências e propõe medidas de ação concretas para curto e médio prazo, o projeto de um *outro lazer* deve se constituir como uma alternativa dinâmica e de longa empreita, sobrevivendo no tempo à custa da autocrítica, reatualizando-se constantemente.

A perspectiva de longo prazo é necessária porque a meta real da transformação só pode estabelecer-se dentro de tal horizonte. Ademais, sem identificar a meta adequada, seguramente seria como viajar sem bússola e, portanto, as pessoas envolvidas poderiam desviar-se facilmente de seus objetivos vitais. Por outro lado, a compreensão das determinações objetivas e subjetivas do “aqui e agora” é igualmente importante. Pois a tarefa de instituir as mudanças necessárias se define já no presente, no sentido de que ao menos comece a realizar-se no “exatamente aqui e agora” ou não chegaremos à parte alguma (MÉSZÁROS, 2003, p. 122).

Assumir projetos e enxergar alternativas não significa, desta forma, traçar planos para a eternidade. É assim que nossa utopia, sobre a base de objetivos efetivamente possíveis, expressa o projeto de uma

²³⁴ Vale aqui alertar que dentre as críticas dirigidas ao paradigma de desenvolvimento estruturado pelo capital, podemos localizar duas grandes correntes. Uma é o *neo-keynesianismo*, que defende a correção do sistema, sustentando, tão somente, a necessidade de sua humanização, por conseguinte, tentando inutilmente remediar suas contradições mais gritantes, sem ao menos questionar o mercado como dinamizador e fundamento cego da economia capitalista. A segunda postula que é a lógica do sistema que deve mudar, apontando para um novo e diferente modelo de desenvolvimento econômico, um modelo coletivizado e socialmente planejado. Subentende-se daí que existe uma alternativa que não se opõe à economia de mercado, recusando a necessidade de sua superação, e outra, mais radical, que reivindica uma alternativa ao capitalismo e não uma alternativa no capitalismo (AMIN & HOUTART, 2003).

sociedade cuja estrutura e organização são qualificadoras da condição de existência dos homens. No entanto, não abrimos mão de certos princípios, a bússola encravada no *aqui e agora* que nos orienta diante da infinidade de bifurcações apresentadas pela dinâmica do presente. Se hoje vivemos sob o império da economia de mercado, na qual predomina a espontaneidade, a desregulação e a escolha individual, o horizonte da transformação reclama uma economia de planificação abrangente, centrada no desenvolvimento humano. Pois se na economia de mercado a produção orienta-se para o lucro e o consumo para o *ter* mais coisas, com a planificação, busca-se uma produção voltada para a necessidade e um consumo orientado para o *ser* mais humano.

Ao colocar em perspectiva a *sociedade para além do capital*, portanto, para além de experiências temporais subordinadas à lógica do sobre-trabalho – isto é, do tempo necessário à extração de excedentes –, postulamos a potencialidade positiva do *tempo disponível* das pessoas, desde já, lutando pela conquista de um tempo livre de trabalho para a prática da liberdade e exercício da cidadania, contrário ao tempo livre atualmente formatado, alienado e servil ao trabalho obrigatório e às relações mercantis. Isto quer dizer que antever o porvir de uma nova economia do tempo significa enfatizar a perspectiva de longo prazo, mas sem desprezar o aqui e agora da estrutura e do tipo de sociabilidade que se processa no tempo livre atual. Nesse sentido, um tempo livre para o exercício de ser livre é também um resultado imediato, uma possibilidade que se desenha no contemporâneo das contradições atuais, a transição que se define já no presente enquanto pensamento estratégico de luta e decisão.

Por conseguinte, o projeto de um *outro lazer* não deve ser visto como uma conquista inexorável, como o desenho de uma história progressiva e linear em direção à *felicidade imaginada*. Apenas prefigura

um porvir que não tem nada a ver com a certeza de um fim absolutamente previsível. E aí, é importante saber que alternativas não podem surgir senão pela intencional deslegitimação da situação existente, chamando sempre atenção para a incapacidade da economia capitalista de assegurar as bases materiais para o bem estar de todos os seres humanos. No tocante ao lazer, é preciso começar pela destruição da idéia de que não existem alternativas ao *mercolazer*, a iniciar pela denúncia de sua natureza polarizadora. A perspectiva de um *outro lazer* se faz, assim, como uma utopia absolutamente plausível, desde que compreendida como um projeto, ao mesmo tempo, tão perto e tão longe, um projeto de grande fôlego, dialetizado à construção de um outro projeto societário, mas um projeto que já se constrói no *aquí e agora*, em nosso terreno específico de ação política e pedagógica, com a *lazerania* que vamos conquistando.

O que estamos concebendo como *lazerania*, ao passo em que procura expressar a possibilidade de apropriação do lazer como um tempo e espaço para a prática da liberdade, para o exercício da cidadania, busca traduzir a qualidade social de uma sociedade cujo direito ao lazer pode ter seu reconhecimento alicerçado sobre princípios como planificação, participação, autonomia, organização, justiça e democracia, deixando de ser monopólio ou instrumento daqueles que concentram poder econômico. Nesse sentido, a conquista da *lazerania* pressupõe um projeto de formação. É a educação informal, alegre e lúdica,²³⁵ que, podendo se manifestar pelas mais diferentes práticas, nos mais diversos ambientes, como tempo e espaço de organização da cultura, faz-se instrumento

²³⁵ Não podemos esquecer do caráter lúdico e espírito de alegria que deve estar na base de qualquer proposta de lazer. O lazer, indiscutivelmente, tem de ser motivo de alegria, tal qual a concebe Snyders (1988), não como prazer imediato – algo que é próprio do *mercolazer* –, mas como a alegria provocada e estimulada pela satisfação de acesso e apropriação da cultura elaborada. Dentro de um ambiente lúdico, as atividades de lazer constituem uma prática educativa das mais privilegiadas para fruição e exercício dos sentidos e das emoções, deste modo, bastante propícia à alegria da criação, do triunfo, do conhecimento, do prazer estético e da qualidade.

político e pedagógico de transformação social. Distante da noção que restringe o lazer ao prazer e gozo individual de objetos de fruição disponibilizados no mercado, a *lazerania* requer participação, pois objetiva o exercício do poder a partir da sociedade civil organizada,²³⁶ articulando-se à capacidade dos “de baixo” – isto é, dos setores populares – de se impor e de se autodeterminar.

A *lazerania* tem como objeto central de preocupação, portanto, a educação, sempre buscando proporcionar meios e condições aos sujeitos que de seu exercício tomam parte para refletirem sobre suas condições de vida e sobre a sociedade mais ampla na qual estão inseridos, possibilitando-lhes não só o acesso, mas o entendimento do lazer como manifestação de uma cultura e como possível instrumento de ligação com sua realidade. Deste modo, tem seus propósitos fincados sobre a noção de sujeito social, afastando-se da passividade que cerca a atual condição de consumidor comum à experiência do *mercolazer*. E mais, preconiza a noção de direitos e deveres, incentivando a participação para a tomada de decisões que correspondem à organização de uma dada coletividade, procurando garantir a reflexão acerca das relações de poder e do significado das regras e valores necessários à convivência comum, desmistificando o subjetivismo que cerca a idéia de lazer como fazer o que se quer, entendendo a liberdade, que deve ser inerente à sua prática, como consciência da necessidade.

A conquista da *lazerania* não é, assim, tarefa para uma única pessoa, nem para duas e nem para três. É um desafio que precisa envolver

²³⁶ Advertimos aqui para o metamorfoamento do conceito de sociedade civil, cujo emprego, como aponta Nogueira (2003), cada vez mais tem reduzido seu significado a um acampamento de movimentos fragmentários onde até se percebe o crescimento de organização dos interesses e de mobilização democrática, mas que, mais e mais, vem sendo esvaziado de qualquer conotação que represente o espaço e a possibilidade de articulação política dos interesses populares, ou seja, seu sentido rigorosamente gramsciano de terreno para a afirmação de projetos de hegemonia, o qual devemos reafirmar.

os diferentes atores e forças socialmente comprometidas que interagem direta e indiretamente com o lazer. Temos então diante de nós a exigência de um diálogo impensável para aqueles que crêem na rápida tomada do poder como estratégia de transformação social. Temos pela frente um grande esforço teórico a ser construído, tarefa que deve reunir pensadores e lideranças de variadas tendências progressistas. No *campo do lazer*, a despeito das contradições internas, tal articulação deve se efetivar. Isto pois somente a um intelectual-coletivo é possível o papel de organização de uma nova função para o lazer, uma *funcionalidade desinteressada* do ponto de vista prático-material, mas uma *funcionalidade interessada* no que se refere ao projeto de emancipação humana, uma função portadora da qualidade social que postula a reinvenção do lazer como um tempo e espaço no e pelo qual os homens poderão por em exercício lúdico toda sua potencialidade crítica, criadora e, acima de tudo, sócio-transformadora.

2. Política de lazerania

Aqui se impõe a tarefa de nos determos sobre a relação que guardam entre si a estrutura econômica e a superestrutura política e ideológica historicamente determinada. Isto pois a organização política, não obstante às estruturas dadas, joga peso fundamental na possibilidade de reveses na lógica de desenvolvimento do capitalismo. Afastamo-nos, de tal modo, da interpretação que concebe a superestrutura como espelho da estrutura. Esse tipo de leitura, economicista, como adverte Portelli (1990), pode facilmente nos conduzir à passividade política, protegidos pela crença de que a evolução natural da estrutura nos levará inexoravelmente à transformação da superestrutura, tratada então como seu puro reflexo. Não se pode negar que a estrutura determina a superestrutura. Mas o

contrário também é verdade. Estrutura e superestrutura – talvez fosse melhor dizer *estrutura-superestrutura*²³⁷ – determinam-se mutuamente, constituindo momentos distintos da vida social, porém, orgânicos à mesma totalidade histórica.

Em sendo assim, a organização política e cultural que se desenvolve no plano da superestrutura pode muito bem se materializar como práxis *na e pela* qual os homens se conscientizam e se posicionam ante as tensões que se desenvolvem no plano da estrutura. É justamente aí que se revela a dimensão estrutural da organização política e cultural, cuja centralidade está no trabalho, protoforma do universo da práxis social. Seria idealismo atribuir o movimento da história apenas à consciência e à ação política, independente das bases econômicas e materiais que se impõem à organização da vida. Por outro lado, se admitimos que a superestrutura não é simples reflexo das condições estruturais, a possibilidade da ação política entra em cena podendo contribuir tanto para a naturalização das desigualdades como para a conquista da autodeterminação popular, para a radicalização da democracia e para o esforço planejado de transformação social, reconhecendo as condições objetivas impostas, mas tomando-as, ao mesmo tempo, como ponto de partida histórico para a construção de uma nova sociedade.

O agir revolucionário não é o imperativo de uma capacidade adestrada para fazer a história, mas o engajamento num conflito de resultado incerto. [...] Para cada época, o presente histórico representa o coroamento de uma história consumada e a força inaugural de uma aventura que (re)começa. Trata-se de um presente propriamente político, estrategicamente identificado com

²³⁷ Há de se reconhecer o peso das condições estruturais, mas sempre numa relação de unidade de contrários, no qual os dois pólos ao mesmo tempo em que se necessitam, também se contraditam, por vezes, um se sobrepondo ao outro, todavia, algo que acontece apenas em caráter transitório, de acordo com o momento histórico específico.

a noção de *circunstâncias* “encontradas, dadas, transmitidas” nas quais “os homens fazem sua própria história”. A política é o modo desse fazer. [...] Politizada, a história torna-se inteligível a quem quer agir para mudar o mundo. “A política passa doravante à frente da história” (BENSAID, 1999, p. 109-133).

Para que mudanças sociais mais significativas aconteçam, no entanto, são necessárias condições objetivas e subjetivas favoráveis, sobressaindo uma ou outra, a depender da realidade contextual e do momento histórico. Nesta perspectiva, nos limites de um país cuja sociedade civil já se encontra fortalecida ou em vias de fortalecimento – como julgamos ser o caso do Brasil a partir da redemocratização –,²³⁸ a *guerra de posições*, de acordo com Gramsci (1976), traduz a melhor estratégia que a organização e a luta das classes populares pode e deve assumir, disputando a sociedade política e, ao mesmo tempo, reclamando a condução das políticas sociais, tomando-as como um poderoso instrumento e força mobilizadora da transformação. Fazer das políticas sociais um espaço de participação significa, deste modo, colocar em evidência o tema das questões subjetivas, conferindo importância à ação política de sujeitos coletivos que, mesmo dentro de uma estrutura social dada, podem jogar um peso importante na conquista de posições em reforço à luta hegemônica pelo estabelecimento de novos parâmetros para a organização das relações de poder e da vida comum.

As políticas sociais podem resultar num dialético empurrão da superestrutura sobre a estrutura, contribuindo para deslegitimação

²³⁸ Segundo Amaral (2004, p.4), na década de 1980, depois de um longo período ditatorial, quando tem início o processo de redemocratização, “o cenário nacional concedeu espaço para duas conquistas em relação à participação: constituiu-se um campo democrático no interior da sociedade civil formado, sobretudo, pelos movimentos populares e pelos movimentos sociais pluriclassistas, que desenvolveu uma cultura política de mobilização e de pressão direta para encaminhar suas demandas. A outra conquista foi a abertura de canais de participação da população em assuntos que dizem respeito à administração pública”. Também para a autora, isto teria aberto caminho para a guerra de posições em torno da possibilidade da gestão participativa das políticas públicas, incluso as políticas de lazer.

ideológica da segunda. Articulada à luta mais ampla por uma parametrização socialmente referenciada para o conjunto das políticas públicas, a disputa hegemônica em torno das políticas de lazer revela-se, deste modo, como a estratégia mais apropriada – e, vale dizer também, necessária – para pôr em marcha a construção de alternativas ao processo de mercantilização que apanha o lazer. Tal disputa deve se traduzir, portanto, por uma articulação que busque pautar as políticas de lazer pela organização de diferentes formas de sociabilidade, forjando práticas, valores e comportamentos verdadeiramente solidários, buscando, a partir da especificidade do trabalho e da intervenção que se operam *no e pelo* lazer, contribuir para o desenvolvimento de uma humanidade renovada.

Mas a política social é apenas uma dimensão da política pública, cobrando, assim, uma política econômica condizente com o projeto de desenvolvimento humano que se preconiza, impondo limites à lógica mercantil que hoje comanda a despolitização dos Estados Nacionais. Política social requer compromisso econômico. É bom que se dê atenção a isto pois as atuais políticas econômicas não têm nada de sociais. Ao contrário, são *políticas de exclusão*. Porquanto, o crescimento econômico sustentado é instrumento indispensável na construção de mecanismos de resgate da dívida social do país. Na mesma direção, para que as políticas de lazer sejam capazes de promover a democratização do acesso a este que é um direito de todos cidadãos, de modo articulado, seria necessária uma reorientação política muito mais ampla, tanto no plano social como na esfera econômica, a começar pelo combate ao abuso do sobretrabalho, o que visa reduzir a participação do trabalho no tempo de vida dos brasileiros.

Estamos, com isso, elegendo a problemática do tempo livre como uma das prioridades para a *política de lazerania*. Tal política reclama, assim, uma política econômica que tenha como meta o crescimento da

produção combinado com a redistribuição da renda para a promoção do menor tempo de trabalho. Isto porque o aumento do tempo livre é um pressuposto para o desenvolvimento do lazer. Neste ínterim, como reivindica Antunes (1999, p. 177), “a luta pela redução da *jornada* ou tempo de trabalho deve estar no centro das ações no mundo do trabalho hoje, em escala mundial”, pois a contenção do sobretrabalho, no plano mais imediato, tem o potencial de minimizar o desemprego estrutural. Há de se advertir, no entanto, que a diminuição do tempo de trabalho não pode resultar em rebaixamento de salário, como normalmente acontece. À redução da jornada deve ser somada a ampliação do rendimento da população trabalhadora.²³⁹

Com salários maiores, o estímulo ao abuso do sobretrabalho decresce [...]. A luta pelo tempo livre deve vir acompanhada da melhor distribuição de renda, por meio da elevação dos rendimentos do trabalho, da modificação do sistema tributário e de transferência de renda. Quanto mais se valorizar o rendimento do trabalho, maiores são as possibilidades de o homem transitar da atividade laboral para a inatividade, em busca do tempo livre (POCHMANN, 2002, p. 111-112).

Nesse sentido, a proposta da redução da jornada de trabalho, sem corte de salários, para que possa responder às efetivas necessidades presentes no cotidiano da classe trabalhadora, deve sim ter como base argumentativa principal a criação de novos empregos, até porque, frente ao contexto de desemprego estrutural que assola o país, esta é uma reivindicação suficientemente capaz de mobilizar a opinião pública a seu

²³⁹ Neste ponto, as duas maiores centrais sindicais brasileiras, CUT e Força Sindical, apresentam proposições diferentes para a redução da jornada. A CUT propõe redução da jornada de trabalho de 44 para 40 horas, sem redução de salário. Já a Força Sindical, defende a redução da jornada de 44 para 36 horas, mediante acordo entre trabalhadores, empresários e governo, com a redução de salários, lucro e impostos. Para saber mais sobre o debate em torno da redução da jornada no Brasil, ver Mascarenhas (2002).

favor. Mas deve ainda incluir o combate ao preconceito contra a inatividade, pautando-se também pela necessidade de universalização do direito ao tempo livre entre os trabalhadores. Como defende a CUT, a luta do trabalho para todos passa pela idéia de se trabalhar menos para que todos trabalhem. No entanto, é preciso dizer, ao mesmo tempo, que a luta pela redução da jornada não é somente uma luta por mais empregos. Constitui, igualmente, uma luta por mais tempo livre para que os trabalhadores possam se dedicar à família, envolverem-se em programas educativos e de lazer, ou simplesmente, entregarem-se ao descanso e à contemplação.²⁴⁰

Porém, essa luta pelo *direito ao trabalho em tempo reduzido e pela ampliação do tempo fora do trabalho* (o chamado “tempo livre”), sem redução de salário – o que, faça-se um parênteses, é muito diferente de flexibilizar a jornada, uma vez que esta se encontra em sintonia com a lógica do capital – deve estar intimamente articulada à luta contra o sistema de metabolismo social do capital que converte o “tempo livre” em tempo de consumo *para o capital*, onde o indivíduo é impelido a “capacitar-se” para melhor “competir” no mercado de trabalho, ou ainda a exaurir-se num consumo *coisificado e fetichizado*, inteiramente desprovido de sentido (ANTUNES, 1999, p. 178).

A disciplina do trabalho – ou seja, a razão instrumental – e o processo de mercantilização da vida constituem empecilhos para que a pauta do direito ao tempo livre e ao lazer seja colocada em alto e bom som ao lado da luta pela redução da jornada. Se de um lado a inatividade

²⁴⁰ Vale lembrar que a ampliação do tempo livre, para além da redução da jornada – que incide diretamente sobre o *tempo livre do final do dia* –, demanda também políticas trabalhistas que assegurem o descanso semanal remunerado e as férias – ou seja, o *tempo livre do final de semana* e o *tempo livre do final de ano* –, direitos que, no contexto da acumulação flexível, vêm sendo duramente atacados. Isto sem falar de uma política previdenciária que assegure aposentadoria digna ao conjunto dos brasileiros, o que possibilitaria aos idosos o bom aproveitamento do *tempo livre do final da vida*.

continua sendo associada à preguiça e à vadiagem, de outro, o lazer, majoritariamente subordinado à lógica do consumo, muitas vezes, acaba por ser considerado um luxo. Assumidos subjetivamente desta forma, tempo livre e lazer continuam, assim, fora da pauta mais imediata de reivindicações dos trabalhadores. Diante disso, como forma de contrapor à pressão pelo trabalho e à venalidade generalizada no terreno da fruição e dos divertimentos, a intervenção pública é fundamental, forjando parte das condições necessárias para uma outra mentalidade, com aumento dos programas e espaços públicos voltados para o lazer.

As praças públicas, os centros de recreação e de cultura popular, entre tantas outras atividades [possíveis] de fortalecimento do uso emancipatório do tempo livre, constituem alguns exemplos de que a inatividade somente pode ser aprofundada se houver o que fazer fora do trabalho tradicional, principalmente fundado na existência de mecanismos de financiamento do tempo livre. De outra forma, lamentavelmente, deverá ser cada vez mais o *shopping center* o local privilegiado do exercício do ócio não-criativo, praticado apenas pelos que têm dinheiro (POCHMANN, 2002, p. 112-113).

O problema consiste então em ampliar o tempo livre e os rendimentos da população trabalhadora sem, no entanto, contribuir para reafirmar a mercantilização da vida através do estímulo ao consumo do *mercolazer*. Mas se a contradição que se apresenta é a do público *versus* o privado, nada mais desafiador do que sustentar uma política que tenha a compreensão do lazer como um direito social básico de todo cidadão, o que requer a ampliação do fundo público no sentido da “repolitização” do Estado no tocante à sua responsabilidade social quanto ao custeio desta mesma política. No entanto, isso esbarra na recuperação da capacidade estatal para conduzir políticas sociais alternativas. Por enquanto, os investimentos do setor privado são de longe maiores que aqueles

realizados pelo setor público, como já visto, cabendo hoje ao segundo o financiamento do primeiro.

Há, assim, a necessidade de se por freios ao crescimento desordenado da *grande indústria do lazer*, com medidas que envolvem desde a possibilidade de taxaço sobre os grandes lucros do setor, a fim de impor limites à concentraço do *capital divertido*, até o retorno gradual dos impostos sobre a importaço de máquinas e equipamentos de lazer, o que constituiria um duro golpe na dinâmica monopolista do *mercolazer*. Mas seria preciso ainda, redirecionar o financiamento público destinado aos negócios do lazer. Ao invés de patrocinar o desenvolvimento concêntrico do *mercolazer* – como, por exemplo, na concessão de empréstimos pelo BNDES para a construção de *shoppings*, parques temáticos ou megaempreendimentos turísticos –, o fundo estatal deveria investir na ampliação do acesso ao microcrédito para cooperativas e pequenas empresas de lazer – isto é, para as *fabriquetas de lazer* – com atividades efetivamente orientadas para a promoção da cultura lúdica, do bem-estar humano, da dignidade das pessoas e do respeito à natureza.

Uma *política de lazerania* deve estar articulada ainda a uma política de cidades. Isto, pois é cada vez mais evidente a reconfiguraço imposta à geografia de nossas urbes pela dinâmica expansiva do *mercolazer*. Como as formas de apropriaço da cidade expressam o modo das relações de produção, desenvolvimento desigual, concentraço, exclusão etc., tudo isso está presente também no modo de vida urbano. Nesse sentido, é o poder do dinheiro e da especulaço que traça o desenho das cidades. E aí o *capital divertido* se faz emblemático, com seus *shoppings*, parques, restaurantes, paisagens mercantilizadas, clubes-condomínio etc., alarga fronteiras, cria e combina fluxos, estabelece migraço, privatiza espaços públicos, delimita zonas de exclusão e flexibiliza territórios. Por isso a necessidade de políticas de planejamento

urbano voltadas à questão da distribuição dos espaços e equipamentos de lazer, procurando, de um lado, acabar com o movimento especulativo em torno dos novos empreendimentos de *mercolazer* e, de outro, ampliar as possibilidades de lazer acessíveis para o conjunto da população.

Para tanto, deve-se interromper a privatização dos equipamentos públicos de lazer – parques, estádios, ginásios, teatros, centros culturais etc. –, o que pode muito bem se viabilizar as custas de um fundo criado a partir da tributação dos serviços de *mercolazer*,²⁴¹ com o financiamento público garantindo o seu uso em caráter aberto, gratuito e polivalente, organizado por uma *política de lazerania* atenta às riquezas do universo cultural e lúdico das diferentes regiões e locais, com gestão compartilhada com a sociedade civil organizada e engajamento pedagógico de *educadores coletivos* multi-profissionais em programas de *lazer-educação*. De outro lado, no tocante ainda à necessidade de ampliação quantitativa dos equipamentos de lazer disponíveis à população, deve também ser considerada a possibilidade de parcerias com setores não-mercantis ligados ao *lazer associativo* – clubes, entidades recreativas, agremiações culturais etc.

O papel do associativismo na difusão do lazer, sobretudo do esporte, na história de nosso país, como se sabe, foi decisivo. O exemplo dos clubes é emblemático. Alargando a esfera de sociabilidade, ampliando as redes de convivência e definindo critérios de pertencimento, além de

²⁴¹ Sabemos que a política de fundos restringe responsabilidades do Estado, muitas vezes substituindo a alocação de percentuais efetivos de recursos constitucionais para a garantia de direitos. Pode ainda levar a uma gestão de pouca transparência, com instrumentos e mecanismos de controle público insuficientes, um desafio a ser enfrentado pelos setores sociais organizados. Entretanto, diferentemente da educação, para citar um exemplo, cujo financiamento é assegurado através de vinculação orçamentária, os gastos com lazer encontram-se pulverizados pelos mais diferentes setores e esferas de governo, o que, somando-se à falta de tradição em nosso país de aportes governamentais diretos em ações nesta área, normalmente estimuladas através de subvenções – como é o caso do SESI e do SESC – e de políticas de renúncia fiscal – como é o caso dos clubes e entidades recreativas de classe –, justificaria, como medida de curto prazo, a criação de um fundo específico a fim de ampliar o acesso da população ao lazer.

forjar novos estilos de vida entre a população, eles constituíam um modo de realizar a diferenciação de quem era quem entre os membros das classes e distintos grupamentos que compunham nossa sociedade.²⁴² Alguns, popularizaram-se através do futebol e passaram a reunir legiões de torcedores. A paixão pelos times de futebol no Brasil acabou por se tornar um elemento constitutivo da identidade nacional, em maior ou menor escala, fazendo com que determinados clubes fossem incorporados ao patrimônio cultural do país. Essa história nos deixou não só uma herança repleta de simbologia e tradição em torno dos clubes, mas também uma vasta estrutura física de equipamentos cuja capilaridade e potencial aglutinador não devem ser menosprezados.

Afora os clubes, vale ainda falar das entidades recreativas de classe que, sob o ideário da política econômica do regime militar, com o propósito de amenizar os conflitos entre capital e trabalho, minar a representatividade e desviar a capacidade de mobilização do movimento sindical, receberam demasiado impulso por parte do governo federal durante os anos de 1970.²⁴³ De igual modo, apesar da instrumentalização do lazer no sentido moralista, utilitário e compensatório, o saldo que tal ação deixou para o país no que se refere à capacidade instalada para as práticas de lazer é inegável. Isto sem mencionar, como bem percebe Sant'Anna (1994), o potencial que tais equipamentos de lazer, de outro lado, possuem para sediar programas sócio-educativos como estratégia de atração e organização política dos trabalhadores. Ocorre que tanto os

²⁴² Para saber mais sobre a invenção, utilização e propagação do esporte e do lazer como critérios, ao mesmo tempo, de identificação e diferenciação social, ver Hobsbawm (1992).

²⁴³ O decreto nº 67.227, de 21 de setembro de 1970, exemplifica a preocupação do governo. "O item II deste decreto estabelece que o governo concede *empréstimos financeiros às entidades sindicais para a construção, reforma, ampliação ou aquisição de sedes, escolas, colônias de férias, campos de esportes, clubes recreativos etc.* Além disso, fornece *incentivos à realização de atividades culturais, recreativas e cívicas* e à produção de concursos intersindicais que visem a *estabelecer a emulação sadia quanto às atividades culturais, esportivas e educativas*" (SANT'ANNA, 1994, p. 29).

clubes como as entidades e associações recreativas de classe, hoje não mais contando com os incentivos e auxílio governamental, vivem à mingua frente a luta concorrencial dada pelo avanço do *mercolazer*, constituindo uma opção para o tempo livre cada vez menos prestigiada entre a população das grandes e médias cidades brasileiras, o que se traduz pela evasão de sócios, pela perda de receita e pelo sucateamento de sua estrutura.

A solução encontrada por alguns poucos clubes e associações diante de tais dificuldades tem sido a modernização conservadora – diga-se, solução de mercado –, hibridizando mercantilização e associativismo, aderindo, assim, à lógica do *mercolazer*, o que, de forma geral, contribui ainda mais para a sua consolidação como paradigma dos serviços de lazer disponibilizados à população.²⁴⁴ Uma *política de lazerania* deve estar atenta a esta situação, criando, se necessário, mecanismos de salvaguarda e, até mesmo, de fomento – o que pode incluir medidas de subsídio – para o *lazer associativo*. Em contrapartida, tais entidades devem se colocar como parceiras desta política, participando e disponibilizando infraestrutura mais equipamentos para a implementação de programas e ações de governo. Ao mesmo tempo, deve ser exigida a adoção de mecanismos que visem garantir a transparência e a democratização da gestão, com o estabelecimento de normas para a descentralização e alternância de poder e a efetivação de práticas participativas nas tomadas de decisão, o que

²⁴⁴ O Clube Jaó, o maior da cidade de Goiânia-GO, considerado um dos mais bem sucedidos no enfrentamento da crise que apanhou os clubes brasileiros a partir dos anos 1990, é um bom exemplo em matéria de modernização. Como se não bastasse a terceirização e enorme diversificação dos serviços ofertados, como é de praxe em todo processo de modernização conservadora, foi ao limite da solução de mercado. Num arrojado e competitivo projeto de transformismo em direção ao *mercolazer*, inaugurou o Jaó Shopping Club.

pode contribuir para o enfraquecimento do autoritarismo e do patrimonialismo que habitam tais instituições.²⁴⁵

Admitindo ainda a incapacidade estrutural por parte do setor público naquilo que diz respeito à dotação orçamentária, à estrutura física e aos recursos humanos disponíveis tanto para a universalização das oportunidades de lazer como para garantir a implementação e o funcionamento de programas de abrangência nacional, e, de outro lado, considerando que boa parte de programas e projetos sociais de lazer desenvolvidos no país encontram-se pulverizados nas ações de *lazer solidário* e *lazer filantrópico* – em sua maioria, ancoradas em ofertas empobrecidas de *mercolazer*, levadas a cabo pelo terceiro setor e entidades com caracterização jurídica mista, como é o caso do SESI e do SESC –, vale a iniciativa de submeter tais segmentos ao controle social público, fixando parâmetros e diretrizes para tal. Em outros termos, isto significa instituir certas referências de qualidade para a avaliação oficial de projetos e programas sociais de lazer.

Assim, a avaliação em proposição deixa de ser meramente quantitativa como aquela conduzida pelas políticas focalistas de cunho assistencialista que se preocupam apenas ou prioritariamente com o número de atendimentos realizados pelos projetos ou programas. Não se checa, de tal modo, nem se a intervenção tem atingido os próprios objetivos e metas aos quais se propôs atingir. Aliás, o projeto político-pedagógico, muitas vezes inexistente, é outro balizador para a avaliação. Isto porque as experiências socialmente referenciadas são as que reforçam

²⁴⁵ Ainda que distante de uma gestão autenticamente participativa, baseado numa proposta de democracia consultiva de interação com os sócios, ancorada numa concepção de racionalização comunicativa, a experiência do Sistema AABB – atualmente com uma rede de 1.267 AABB's e 250.000 associados em todo o Brasil –, enquadrando-se num processo que Riede e Bramante (2003) chamaram de ação gerencial dialógica – ou gestão social –, merece atenção como uma alternativa concreta e aparentemente bem sucedida de modernização que tem conseguido escapar às soluções de mercado e estabelecer um diferente padrão administrativo para o funcionamento dos clubes sociais recreativos.

a participação de todos os segmentos constitutivos da comunidade na elaboração, implementação e acompanhamento do seu projeto. Faz-se necessário, assim, romper com a prática estritamente formal e burocrática que tem norteado a avaliação das políticas de lazer. Sem descuidar da eficácia em termos distributivos, uma *política de lazerania*, para ser autêntica, tem então de se ocupar com o desenvolvimento de tecnologias sociais de avaliação suficientemente capazes de detectar os limites e as potencialidades que os mais diversos programas e projetos de lazer têm apresentado no sentido de atingir uma maior qualidade social no caminho da educação e da emancipação humana.

A qualidade social almejada para os programas e projetos de lazer, governamentais ou não, traduz-se, portanto, por um padrão de excelência e adequação às reais necessidades da maioria da população brasileira, tendo como princípios e valores ético-políticos fundamentais a solidariedade, a justiça, a autonomia, a liberdade, a cidadania e, por conseguinte, a inclusão social. A orientação geral colocada para o que estamos chamando de *política de lazerania* consiste, nesse sentido, em converter a maior quantidade possível de espaços, equipamentos, projetos e programas de lazer em verdadeiras casamatas da vontade coletiva. Pressupõe a organização do lazer como mais um espaço de exercício para a autodeterminação popular rumo a uma nova direção política, da reforma intelectual e moral para uma nova direção cultural, com indivíduos e coletividades protagonizando a luta popular pela emancipação frente às estruturas de dominação e alienação, conquistando, dia-a-dia, uma participação cidadã que acumula experiências, saberes, habilidades, métodos, enfim, instrumentos de poder que reivindicam direitos, reconhecem determinações e reclamam transformações.

Ampliando o leque de preocupações, diante do desmedido avanço das atividades de lazer voltadas ao *ecoturismo* – com ênfase nos chamados

esportes de aventura ou *esportes na natureza* –, um crescimento que está intimamente ligado às necessidades expansionistas e à *criatividade destrutiva* do capital, advertimos para o fato de que uma *política de lazerania* deve estar atenta também para a questão do *lazer ambiental* ou *práticas de lazer na natureza*. Uma vez que o *êxtase-lazer* – de maneira especial, aquela modalidade representada pelos *esportes de aventura* e *esportes na natureza* –, transformou-se na grande vedete do mercado do turismo, agregando diversão e consumo ao patrimônio natural de várias cidades, torna-se urgente a criação de uma rígida legislação, com instrumentos de fiscalização condizentes, para a proteção do meio ambiente, impondo novas regras e limites ao processo de *mercantilização das paisagens naturais* em curso, incluso aí para instalação de equipamentos.

É necessário ainda tornar obrigatória por parte das empresas que operam no setor – sem descuidar dos empreendimentos realizados por municípios, fundações, ONG's, cooperativas etc. – a realização de investimentos em educação ambiental, isto sem falar da igual necessidade de criação de mecanismos democráticos e participativos de controle social para o acompanhamento deste tipo de atividade. Por seu turno, frente à subordinação de diversas localidades às exigências impostas pela *indústria cultural globalizada*, o que ocorre não só pelos hábitos, valores, costumes e comportamentos difundidos pelos consumidores e turistas que chegam e que passam,²⁴⁶ mas, também, pela estrutura de hospedagem, comércio e diversão que, além de provocar a privatização do espaço público, transfiguram por completo a economia local, medidas para a proteção da

²⁴⁶ Conforme denuncia Sant'Anna (2001, p. 62), “o turista não carrega apenas suas roupas e equipamentos de diversão dentro da mala. Ele porta seus valores, suas expectativas e intolerâncias. Por vezes, ele leva consigo a vontade ou o hábito de ser tratado como um rei, o que implica considerar que as populações locais estão onde estão para servi-lo. Afinal, é usual o argumento de que em férias não há dever, só direitos.”

organização comunitária, das tradições e das produções culturais locais constituem outro cuidado imprescindível.

Outro problema que merece consideração diz respeito à precariedade das relações de trabalho em atividades de lazer. Ao lado da dificuldade de se definir quem é o trabalhador do lazer, o que constitui enorme empecilho tanto para o reconhecimento social deste trabalhador como para que ele próprio se perceba como tal, a enorme heterogeneidade inerente à base flexível dos serviços de lazer coloca grandes obstáculos para a organização destes trabalhadores em torno da luta por direitos e por proteção legal para sua atividade. Dispersos nos mais variados segmentos dos serviços de lazer – muitos tradicionais, alguns bastante peculiares e outros até marginalizados –, na luta entre capital e trabalho, sindicalmente desorganizados, tais trabalhadores ficam a mercê das condições de oferta abundante de força de trabalho que pesa a favor dos empresários. A fim, portanto, de se reverter o quadro de reduzido nível salarial, de péssimas condições de trabalho e de baixo padrão de vida que apanha a maior parte destes trabalhadores, o combate à informalidade deve ser prioridade, o que pode se efetivar com políticas de trabalho específicas, que não devem ser confundidas com as do segmento organizado de trabalho. Isto não significa fazer a opção pela flexibilização trabalhista, no oposto, visa criar condições e fixar metas para a progressiva extensão da regulamentação social do trabalho ao conjunto dos trabalhadores de lazer.

Agora, uma dúvida que ainda fica em aberto refere-se à já conhecida dificuldade para se delimitar o campo de abrangência do lazer, o que pode causar certa indefinição na divisão e atribuição de responsabilidades para a elaboração, implementação e acompanhamento

das políticas e das ações sugeridas.²⁴⁷ É bom que se diga que na base desta indefinição está a própria transversalidade das políticas de lazer. Aliás, de setoriais, tais políticas têm muito pouco. Justamente por serem transversais, além de um conjunto de regulamentações econômicas, ecológicas, sociais, políticas e culturais, cobram uma articulação intersetorial, pois perpassam os diferentes setores da administração pública e níveis de governo. Exigem ações gerais no campo da educação, do esporte, da cultura, da saúde, do meio ambiente, do turismo etc., sempre orientadas para o desenvolvimento econômico combinado ao desenvolvimento social e humano.

Todavia, se não estabelecemos algum tipo de centralidade, pode ficar parecendo que o lazer está em todos os lugares e, ao mesmo tempo, não está em lugar nenhum. Isto quer dizer que no quadro mais ampliado das atribuições dos diferentes setores de governo, o lazer deve ser pensado a partir de algum ponto de partida. Indiscutivelmente, as políticas de lazer devem ser objeto da área social, embora, como já mencionado, também mereçam atenção da área econômica. Dentro da área social, por compreendemos o lazer como uma prática essencialmente educativa, poderíamos muito bem eleger o setor da educação como *locus* privilegiado e centro irradiador de uma *política de lazerania*. Mas vale lembrar que, em nosso país, a atribuição deste setor está, tradicional e prioritariamente, circunscrita a ações no âmbito da educação formal, inclusive do ponto de vista legal. Em sendo assim, uma vez que na experiência política brasileira é recorrente a associação do lazer à recreação e ao esporte, o que se soma à forte representação que ainda se tem deste fenômeno como uma

²⁴⁷ Tal indefinição se evidencia, conforme aponta Marcellino (1987), pela própria confusão sugerida pela denominação dos órgãos públicos responsáveis pela condução das políticas de lazer, variando de Estado para Estado e de município para município, através das secretarias ou divisões de “Esporte e Lazer”, “Recreação e Lazer”, “Turismo e Lazer”, “Turismo, Lazer e Meio Ambiente”, “Lazer, Parques e Jardins”, “Cultura e Lazer”, “Educação, Cultura e Lazer” etc.

atividade, comumente relacionado às práticas corporais, avaliamos que as políticas de lazer podem sim ser pensadas e potencializadas a partir do fenômeno esportivo.

É óbvio que tal estratégia não deve ser gerida pela via da *esportivização do lazer*, mas de ter no setor do esporte – talvez fosse melhor falar em setor de esporte e lazer – o centro de organização das políticas de lazer. Como componente da identidade cultural brasileira e uma das práticas sociais mais significativas da contemporaneidade, quando tratado sob a perspectiva da educação,²⁴⁸ conforme salienta Casttellani Filho (1998), o esporte possui um potencial enorme para mobilizar interesses, ativar a participação, possibilitar acertos, valorizar avanços, desafiar o pensamento, melhorar a auto-estima, instalar o entusiasmo e despertar a confiança. A prática esportiva pode, de tal modo, viabilizar-se como um importante tempo e espaço de sociabilidade e de construção de uma consciência individual e coletiva representativa de uma nova relação entre corpo, conhecimento e sensibilidade, expressão de um projeto de educação multilateral.

Nesse sentido, sobram predicados e legitimidade ao setor do esporte para chamar para si o papel de agente de coordenação, articulação e difusão das políticas de lazer do país, desenvolvendo ações transversais que garantam o diálogo e a integração entre os diferentes setores – educação, cultura, saúde, meio ambiente, turismo etc. – e esferas de

²⁴⁸ Tal advertência se faz necessária, pois é corrente nas várias esferas de governo a crítica ao modelo desportivo brasileiro, não obstante à todas as suas contradições, tradicionalmente partidário de uma visão que liga esportes à educação. Avaliam: “Segundo esta visão, o esporte é um sub-conjunto da formação educacional dos indivíduos e não uma atividade humana com potencial empresarial enorme. (...) Contudo, esta situação vem-se alterando e observa-se uma verdadeira revolução no esporte brasileiro, onde velhas práticas começam a ser abandonadas e novas formas de atuação são consagradas” (KASZNAR & GRAÇA FILHO, 2002, p. V). Diga-se, de passagem, que as velhas práticas acima mencionadas correspondem, exatamente, à participação do esporte na formação educacional.

governo.²⁴⁹ Portanto, uma *política de lazerania* estruturada a partir do fenômeno esportivo deve apontar para a organização de projetos e programas cujo tom não seja nem de formação de atletas, de treinamento desportivo, de aptidão física, ou mesmo, de recreação – tal qual já conhecemos –, mas, contemplando também estas dimensões, aliadas à arte, à música, à comunicação, à vida na natureza, ao bem estar e à qualidade de vida, à saúde, aos cuidados com o corpo etc., fazerem-se como projetos e programas para a apropriação coletiva, lúdica, crítica e criativa das diversas manifestações que compõem o patrimônio cultural brasileiro, incorporando novas formas de apreender, viver e explicar a vida social.

Para a efetivação de uma política que, além de reafirmar a responsabilidade do Estado quanto à universalização do direito ao lazer, apóie-se em uma compreensão intersetorial de gestão, minimizando problemas como pulverização e sobreposição de ações, a proposição de um fórum nacional sintonizado com conselhos populares instituídos em todos os níveis de governo – federal, estaduais e municipais –, caracterizando-se como órgãos colegiados, de caráter consultivo, normativo, deliberativo e fiscalizadores, representativos das comunidades esportivas e de lazer, constitui-se, então, como mais uma grande tarefa. Apontamos, deste modo, para a possibilidade de um Sistema Nacional de Esporte e Lazer

²⁴⁹ Há aqui de se observar que a confusão anteriormente citada, referente à responsabilidade pelas políticas de lazer variarem de acordo com o Estado e Município, muitas vezes, pode ser justificada pela tradição e especificidade regional e local. Num Estado, por exemplo, como o Acre, onde o desenvolvimento do lazer está intimamente ligado à questão ambiental, uma *política de lazerania* deve estar diretamente articulada a uma *política de florestania*, o que justifica uma composição setorial que leve à criação de uma “Secretaria de Meio Ambiente e Lazer” ou de uma “Secretaria de Meio Ambiente, Turismo e Lazer”, neste segundo caso, se o desenvolvimento do lazer for estimulado pelo viés do ecoturismo. Já num município como Tiradentes-MG, um outro exemplo, onde predomina a tradição de práticas de lazer predominantemente artísticas e culturais, a composição pode ser outra, demandando talvez uma “Secretaria de Cultura e Lazer”. De qualquer modo, no quadro mais geral, no conjunto maior dos Estados e Municípios brasileiros, ainda pensamos ser apropriado pôr a centralidade das políticas sociais de lazer no esporte, tanto por tradição como pelo potencial educativo e enorme capacidade de mobilização que tal fenômeno desperta.

concebido como expressão institucional do esforço organizado, autônomo e permanente da sociedade civil organizada, primando sempre pela integração das políticas para o setor e diversidade nas ações de governo, balizando-se por princípios como a ética, a democracia e a participação, sem descuidar de sua eficiência e da necessidade de ampliação quantitativa dos espaços e equipamentos para a fruição social do lazer, mas voltando atenção, principalmente, para a qualidade e conquista de uma cidadania socialmente organizada.

E, por fim, não podemos esquecer que nem tudo no Brasil são políticas neoliberais. Temos que prestar mais atenção nas políticas que, de algum modo, explicitam um projeto contra-hegemônico, afirmando a cidadania e o desenvolvimento humano. Referimo-nos às experiências democrático-populares de administração pública – principalmente, aquelas desenvolvidas na esfera municipal – que já põem em exercício políticas verdadeiramente transformadoras e emancipatórias, contudo, muitas vezes sem avançar ainda no entendimento e construção de proposições mais críticas o campo específico de intervenção no âmbito do lazer. Isto sem falar da devida pesquisa e análise que merecem as práticas de lazer espontâneas verdadeiramente solidárias e, muitas vezes, até explosivas que brotam no cenário das periferias de nossas grandes e médias cidades, com toda sua tensão, tecendo vínculos entre trabalho, exclusão, inclusão e educação.

3. Por uma pedagogia crítica do lazer

Uma *política de lazerania*, para que realmente possa se fazer efetiva, necessita de uma estratégia pedagógica que lhe corresponda. Dizemos isso, pois muitas vezes o lazer é compreendido a partir de uma

visão *espontaneísta*,²⁵⁰ o que, via de regra, nutre a recusa ante uma ação sistemática e teleológica no campo. Há de se advertir, no entanto, que qualquer prática educativa, inclusive no âmbito do lazer, além de expressar uma determinada compreensão de mundo, de homem e de sociedade, está submetida a relações hegemônico-pedagógicas que implicam em tensões, disputas e conflitos de interesse. Nesse sentido, a fim de materializar uma intencionalidade ético-política balizada pelos princípios da planificação, da participação, da autonomia, da liberdade, da justiça, da democracia, do bem estar etc., lá na ponta da intervenção, onde o lazer de fato acontece, também é preciso organização. Sem o auxílio de uma pedagogia com viés crítico, transformador e emancipatório, não há, portanto, possibilidades de que uma *política de lazerania* possa de fato vir a vingar.

Acontece que se buscarmos no *campo do lazer* referências para a construção de tal proposta pedagógica, o que há indicado como subsídio mais atual para a implementação de políticas de lazer é a estratégia da *animação sócio-cultural*. Muito difundida no Brasil a partir de instituições como o Sesi e o Sesc a partir da década de 1970 e, posteriormente, dos anos 1990 em diante, assimilada e incorporada às políticas públicas de lazer de alguns municípios, tal proposta parece ter se desdobrado em pelo menos duas tendências, uma *conservadora* e outra *reformista*. De um lado, a *animação* se caracteriza como base operacional de funcionalização sistêmica do lazer para o desenvolvimento de setores de vida pelo princípio da auto-ajuda, e, de outro, apresenta-se como estratégia para garantir a difusão dos bens simbólicos historicamente instituídos sob a ótica da

²⁵⁰ A visão *espontaneísta* do lazer pode se traduzir por distintos enfoques, dentre os quais destacamos: o enfoque *subjetivista*, por conceber o lazer como vivência de um estado subjetivo de liberdade e expressão da personalidade; o enfoque *individualista*, por considerar que o lazer pertence somente à esfera do indivíduo, independente da coletividade social; e o enfoque *liberal*, por ver no lazer um tema privado o qual a sociedade não pode determinar seu emprego pessoal (MUNNÉ, 1980).

difusão cultural.²⁵¹ Afora este par, para Melo e Alves Junior (2003), existiria ainda uma terceira perspectiva. Apoiados em classificação construída por Bernet (1997), sugerem a existência de uma *animação dialética*, esta sim, verdadeiramente preocupada com transformações estruturais.

O *paradigma dialético* entende a animação como construção de uma democracia cultural. O animador considera a realidade como base no contexto em que ela se apresenta, tentando interpretá-la de forma global, complexa, dialética e diacrônica. Identificando a realidade como historicamente construída, está preocupado com que o conhecimento também seja socialmente situado, sempre em busca de despertar novas consciências. [...] A partir daí, espera-se gerar uma ação transformadora e emancipadora. (MELO & ALVES JÚNIOR, 2003, p. 63).

Ocorre que se tal formulação sinaliza uma ação crítica e transformadora, falta-lhe, contudo, base empírica de referência na realidade brasileira.²⁵² Olhando para as experiências que vêm servindo de parâmetro para as várias iniciativas no campo da *animação sócio-cultural* em nosso país, dentre as quais merecem destaque aquelas sistematizadas por Requixa (1973) e Marcellino (1994, 1996b),²⁵³ constata-se a influência do *modelo de desenvolvimento comunitário* que, conforme chama atenção

²⁵¹ Embora estas duas tendências sejam apresentadas aqui em separado, cada qual portando características que lhes são próprias, há de se dizer que elas não necessariamente se excluem. Elementos de uma e de outra podem aparecer sincretizados numa só proposta ou política de lazer.

²⁵² Destaca-se que a própria apresentação do suposto *paradigma dialético de animação*, construída por Melo e Alves Junior (2003), apesar de trazer contribuições importantes para pensarmos nas possibilidades da experiência estética no âmbito do lazer, não aparece articulada a nenhuma sistematização propositiva feita pelos autores, nem mesmo a uma discussão pedagógica.

²⁵³ Muito embora se perceba em N. Marcellino uma postura que o distancia das chamadas abordagens *funcionalistas* de lazer que se expressam pela *ação comunitária*, defendendo o lazer como um dos campos possíveis de contra-hegemonia (MARCELLINO, 1987) e desenvolvendo uma concepção educativa baseada no componente lúdico do lazer, denominando-a *pedagogia da animação* (MARCELLINO, 1997), nos escritos mencionados (MARCELLINO, 1994; 1996b), acaba se reaproximando de Requixa (1973), não conseguindo traduzir para sua proposta de *animação sócio-cultural* tal concepção e elementos de crítica.

Brandão (1984, p. 38), com um tipo de ação politicamente esvaziada, é incapaz de promover “mais que efeitos epidérmicos de melhorias das condições de vida no interior de estruturas inalteradas de exploração do trabalho e expropriação do poder do povo”. Quando muito criticam o formato de atividades previamente organizadas e defendem a educação e o desenvolvimento cultural a partir da tomada de decisões consciente ante aos conhecimentos, normas e valores transmitidos pelos meios de comunicação de massa.

Diante disso, temos defendido que a ressignificação das práticas educativas no *campo do lazer* deve comportar o diálogo com outras referências. O que estamos querendo dizer é que se é mesmo possível uma *animação de novo tipo*, dialética e transformadora, o nosso ponto de partida deve ser outro. Há de se partir daquilo que há de mais desenvolvido no Brasil como concepção pedagógica progressista no âmbito da educação não-formal para podermos avançar com uma *pedagogia crítica do lazer*. E tal concepção, em nossa análise, está colocada pelo legado das formulações *freirianas* que se vão acompanhando de várias outras e que convencionalmente chamam *educação popular*²⁵⁴. Inspirados, portanto, pelos pressupostos teórico-metodológicos sistematizados no campo da *educação popular*, podemos operar com a idéia de um *lazer problematizador*, reclamando o ambiente, a disponibilidade e as condições para que a reflexão elaborada e gerada a partir da vivência da cultura lúdica busque assegurar às classes populares a apropriação de um saber correspondente às suas experiências e reais necessidades, possibilitando-lhes o desenvolvimento de habilidades e valores necessários à sua autodeterminação como sujeito coletivo.

²⁵⁴ Muito embora as bases para a concepção de educação popular de P. Freire possam ser encontradas ao longo de toda sua obra, o debate metodológico que confere sustentação a tal concepção tem maior visibilidade em suas publicações iniciais. Ver Freire (1980, 1983a, 1983b).

Esta pedagogia privilegia, de tal modo, o conhecimento que emerge da própria experiência de vida das classes populares e que é inventado por elas mesmas, reforçando seu poder de transformar a realidade. Esse conhecimento que consta de seu universo lúdico deve ser tratado pedagogicamente a fim de articular macro e micro-relações no sentido de alargar sua capacidade de decidir sobre as estratégias, lutas e formas mais apropriadas para o estabelecimento de novas regras sociais. Seguindo essa premissa, a *pedagogia crítica do lazer* materializa uma prática educativa que visa robustecer a resistência e a luta das classes populares alimentando-se de suas próprias experiências e tradições. Inscreve-se dentro de uma dinâmica cultural já existente como pedagogia que se propõe contribuir para que elas possam desenvolver – ou seja, expressar, valorizar, criticar, enriquecer, reformular etc. – coletivamente suas formas de aprender e explicar a vida social, buscando valorizar as práticas e valores emancipatórios que brotam de sua cotidianidade.

Assumir tal perspectiva significa ver o processo de organização da cultura lúdica também como um terreno marcado por lutas simbólicas e concretas, o que coloca para os programas e projetos de lazer a necessidade de uma postura orgânica às classes populares, visando aglutinar os movimentos sintonizados com o projeto de qualificação da condição de existência humana – e que podem ser distintos movimentos de negros, movimentos ecológicos, movimentos homossexuais, movimentos da juventude, movimentos feministas, movimentos comunitários, movimentos religiosos etc. – em torno da luta do trabalho contra o capital, buscando conferir-lhes mais vitalidade e força libertadora.²⁵⁵ Nessa

²⁵⁵ Chamamos atenção para o fato de que o oposto desta afirmação também é verdadeiro. Como bem observa Calado (1998), insistir na abordagem da realidade social e educacional, sobretudo no campo da *educação popular*, de forma dissociada, por exemplo, de categorias como etnia e gênero, resulta, objetivamente, em ocultar aspectos do fenômeno da exploração e opressão que as categorias classe popular ou classe social não são capazes de apanhar sozinhas.

direção, a intervenção pedagógica do lazer deve ultrapassar os limites da ação cultural, devendo se articular à realidade sócio-econômica, visando a superação das atuais condições materiais de existência a que estão submetidas as classes populares.

Espera-se, assim, que os sujeitos envolvidos em tal proposta reconheçam-na como tempo e espaço de resistência e organização política, tanto em relação às possibilidades de ocupação e vivência do lazer como em relação ao encaminhamento de estratégias de mudança, tanto no que toca à necessidade de democratização do acesso à fruição dos bens culturais como no que se refere à participação na produção, reprodução, sistematização e difusão da cultura, nas decisões políticas e na condução da vida social. Para tanto, a fim de que se criem as condições para a democracia participativa, é preciso romper com a base operacional piramidal sobre a qual tradicionalmente se estruturam as propostas e programas de lazer, com animadores de competência geral gerenciando pelo alto suas ações, animadores de competência específica supervisionando-as mais de perto e animadores voluntários de base fazendo a ligação na ponta do trabalho. Uma *pedagogia crítica do lazer* requer a organização coletiva do trabalho pedagógico, sem abdicar da divisão de atribuições e responsabilidades, mas compreendendo que todas pessoas engajadas no trabalho com o lazer,²⁵⁶ como educador coletivo, e também o grupo envolvido na própria vivência do lazer, estão ligados mutuamente por relações e dependências diretas.

Ao buscar a construção de um método que subsidie a abordagem de programas e projetos de lazer, temos de optar por uma estratégia que

²⁵⁶ Vale dizer que o trabalho com o lazer na perspectiva em questão lida, necessariamente, com o envolvimento de grupos, e requer, sim, o engajamento voluntário em maior ou menor e escala de indivíduos e coletividades. No entanto, isto não pode justificar a dispensa da figura do educador profissional atuando com diretividade e presença permanente em todo processo de trabalho, principalmente na ponta da intervenção.

pressuponha a superação de antigos modelos de intervenção pedagógica assentados no *espírito de desenvolvimento comunitário*. Uma política de lazer sintonizada com interesses democrático-populares deve pautar-se pela construção e valorização de propostas teórico-metodológicas que problematizam as contradições e condições concretas de vida do grupo com que se trabalha, vendo no lazer mais um instrumento de empoderamento das classes populares, o que constitui alternativa para a recriação e superação das atuais propostas de lazer.²⁵⁷ Para fazermos do lazer um tempo e espaço voltado para o exercício da cidadania e da participação social, é fundamental que avancemos neste ponto, com a proposição e sistematização de metodologias que tenham na dinâmica da realidade econômica, política e cultural seu critério de verdade, identificando desafios, antecipando possibilidades e abrindo caminho para uma conquista deveras incompleta, a *lazerania*.

²⁵⁷ Vale aí localizar experiências que possam nos deixar ensinamentos para tal construção. Em trabalho anterior, a partir de uma experiência específica de intervenção, pudemos sistematizar algumas indicações propositivas de caráter teórico-metodológico na direção de uma *pedagogia crítica do lazer*. Para saber mais, ver Mascarenhas (2003). Já no âmbito de políticas de lazer implementadas em âmbito municipal que dialogam com a concepção freireana de educação popular, contribuições significativas podem ser localizadas em Santos, Moreira e Sousa (2002) e Silva e Silva (2004), referentes, respectivamente, à experiência democrático-popular de gestão das cidades de Belém-PA, 1997-2004, e de Recife-PE, 2001-2004.

CONCLUSÃO

Tendo chegado ao final do caminho percorrido, apesar das tendências identificadas expressarem processos recentes cujos desdobramentos estão ainda em andamento, e a despeito também das lacunas que sabemos ter deixado abertas em face dos novos problemas e bifurcações com os quais nos deparamos ao longo da investigação e que não foram totalmente explorados, o que pode estimular a realização de novos estudos, concluimos que há elementos de análise suficientes que explicam e, ao mesmo tempo, sustentam a principal afirmativa por nós desenvolvida ao longo do trabalho. Estamos nos referindo a refuncionalização do lazer que teve início no Brasil a partir dos anos 1990, quando tal fenômeno, de um *antivalor* ou *antimercadoria*, cuja utilidade social vinculava-se às necessidades de produção e reprodução da força de trabalho, passa a subordinar-se diretamente à produção e reprodução do capital, sucumbindo à forma mercadoria.

Logo na aproximação inicial que realizamos à problemática de pesquisa, na tentativa de compreendermos o lazer à luz de suas relações com a cultura, perguntando sobre o papel que jogam as práticas e manifestações lúdicas na formação identitária e constituição de laços de solidariedade entre indivíduos e coletividades, percebemos que as formas de sociabilidade no contexto do *capitalismo avançado*, descrevendo um movimento de ruptura e descontinuidade em relação às *modalidades*

tradicionais de lazer, convergem para o formalismo, o anonimato, a impessoalidade e o individualismo. Ainda que não desconsiderado o potencial mobilizador e até questionador de determinadas práticas associativas de lazer, com destaque para aquelas organizadas por grupos comunitários, pelos chamados movimentos da contra-cultura e outras manifestações de resistência local, buscamos ressaltar que um olhar dirigido ao lazer sob a ótica da totalidade, não pode descambar para a auto-referencialidade, ignorando, assim, a força universalizadora do capital.

A partir desta primeira leitura, mesmo que construída em caráter panorâmico, já ficou identificada a tendência de mercantilização do lazer. No entanto, a fim de superar esta análise ainda superficial, embora nela os traços definidores imediatamente reconhecíveis das transformações que apanham o lazer tenham se estruturado como um todo conexo, agregamos mais radicalidade à nossa investigação, passando a desvelar os fundamentos ocultos que estão na base deste movimento. Foram aí explicitados os antecedentes e principais desdobramentos da crise estrutural do capitalismo que, ao provocar o esgotamento do modelo *fordista* de acumulação e regulação, processo que vem tona no início da década de 1970, forçou uma reestruturação econômica e social em escala mundial. E na dinâmica desta transição, tendo em vista sua complexidade e abrangência, detivemo-nos sobre as determinações mais afetas ao lazer, apreendendo os nexos econômicos, políticos e culturais que implicam no seu metamorfoseamento.

Na esfera econômica, apesar de toda inovação tecnológica aplicada à reestruturação produtiva, as mudanças mais recentes resultaram na intensificação da exploração do trabalho, sendo que a duração e as relações entre tempo de trabalho e tempo livre, num movimento contraditório de flexibilização, sofrem enormes reveses. Cai a

antiga rigidez do *fordismo* que garantia a clara delimitação dos tempos sociais. *Tempo livre de final de dia, de final de semana, de final de ano e do final da vida*, tudo se desmancha no ar. O encurtamento, a descontinuidade, a incerteza e a pulverização do tempo livre dados pela flexibilização da jornada de trabalho provocam uma imensa reviravolta nas práticas culturais, com a aceleração dos ritmos e processos diários de vida. Possuindo cada vez menos tempo livre, as pessoas acabam se vendo obrigadas a se preocupar com o aqui e agora, rendendo-se à busca do prazer imediato.

Neste contexto de muito trabalho e pouco tempo livre, em plena fase também de intensificação da taxa decrescente do valor de uso das mercadorias, mais uma estratégia necessária à reposição das taxas de lucro ameaçadas pela crise do capital, como mercadoria flexível e de descartabilidade rápida, altamente corruptora de gostos e desejos, prometendo excitação instantânea e majorada – isto é, êxtase total –, o lazer se encaixa como chave na fechadura. Havendo limites para o giro de bens duráveis, os capitalistas passam a investir no fornecimento de serviços efêmeros em termos de consumo. Deste modo, penetrando com voracidade o *mundo do lazer*, o capital acabou fazendo do prazer um poderoso instrumento para sua auto-valorização, pois na mesma velocidade em que valores, comportamentos e modos de vida caem em desuso, toda parafernália de equipamentos que envolvem as práticas de lazer, e as próprias práticas de lazer, permanentemente inovadas ante as rotações “endiabradas” do capital, de tempo em tempo, igualmente vão ao lixo.

No terreno da política, o que se assiste é a desintegração dos direitos sociais. Talvez seja justamente neste âmbito que fique mais evidente o que se pode constatar como refuncionalização do lazer. Isto, pois frente ao recuo da participação estatal na implementação de políticas

de lazer, algo que se vincula ao fim do Estado de Bem Estar Social e ao avanço do neoliberalismo, quando o *princípio do mérito* revela-se como pedra de toque de um novo modelo distributivo, essencialmente polarizador, o lazer passa a condição de *não-direito*. Ocorre que diante do excedente de força de trabalho disponível no mercado, o Estado não mais tem de se ocupar com seu financiamento. Se antes o lazer era garantido com uma espécie de salário indireto, liberando o salário propriamente dito para o consumo de bens duráveis, tal fenômeno vai paulatinamente sendo privatizado. Seus antigos atributos funcionais de *descanso, diversão e desenvolvimento*, sejam com viés *romântico, moralista, utilitarista* ou *compensatório*, perdem espaço e sucumbem à dominância do lazer como mercadoria, restringindo-se apenas ao lazer do tipo assistencial difundido pelas políticas focalistas como espécie de “ferramenta da paz” nas áreas de maior instabilidade sistêmica.

No âmbito da cultura, mais especificamente no que se refere à cultura de consumo, foi examinada a relativização do luxo e da necessidade, dada pelo crescente apelo ao consumo indiscriminado e redefinição dos estilos de vida. Identificou-se um processo de legitimação do luxo, relativo ao consumo de bens e serviços supérfluos, até então condenados pelos princípios do *proibicionismo* e do *puritanismo*, quando um certo código de condutas apelava ao bem estar físico e moral da coletividade, ditando tudo aquilo que era lícito, permitido e necessário, elegendo o núcleo da família como célula básica de consumo e forjando a chamada *cultura da casa*, imprescindível ao padrão de acumulação baseado no consumo de massa de bens duráveis. Esta nova postura em relação ao luxo faz das práticas de lazer um fator de expansão do sistema. Assim, em consonância com os novos hábitos de consumo instituídos pela *cultura das saídas*, embalando a produção especializada para segmentos específicos, estimulando o descarte, ampliando a diversidade de

mercadorias e potenciando seus respectivos poderes de fetiche, a produção do lazer, em suas variadas versões mercantis, revela-se essencial ao modo como o capitalismo atualmente se comporta.

Uma vez explicadas as determinações econômicas, políticas e culturais que corroboraram mais de perto para as transformações do mundo das diversões e experiências lúdicas, dedicamo-nos a investigar as relações internas e elementos estruturantes mais fundamentais que conferem identidade ao novo paradigma constituído, o qual identificamos pela expressão categorial *mercolazer*, forma contemporânea e tendencial do lazer como mercadoria. Para melhor nos situar frente ao desenvolvimento deste paradigma, abordamos questões como a cronologia que marca sua difusão e afirmação, seu centro de origem, sua propensão para a concentração, sua distribuição desigual, seus antecedentes históricos, suas formas de manifestação mais preponderantes, suas funções junto à produção e reprodução do capital, seus poderes de fetiche etc. A apreensão do conjunto destes que são os traços definidores do *mercolazer* permite a compreensão do que, essencial e predominantemente, é o próprio lazer na realidade concreta atual.

Vale aí dizer que a generalização do *mercolazer* coincide com o processo de mundialização da cultura, ocorrendo quando as manifestações e diversas expressões da cultura lúdica e de divertimentos já mercantilizadas passam a operar sobre uma mesma base comum, o mercado globalizado. É, portanto, na dinâmica da globalização, com a ampliação em escala planetária do círculo de produção e consumo do *mercolazer*, que se situa o momento de afirmação das relações mercantis como padrão dominante das práticas de lazer. Sobretudo a partir da década de 1990, quando se dissolvem as fronteiras que antes limitavam a livre circulação do *capital divertido*, com a abertura do mercado brasileiro frente as investidas da *grande indústria do lazer*, e diante do recuo da

participação estatal na garantia do lazer como serviço público, criam-se as condições para uma enorme reviravolta no terreno das ofertas e funcionalização da mercadoria lazer.

Por esta época, os *shopping centers* e parques temáticos, com destaque para os primeiros, entram com tudo no mercado nacional, forjando novos hábitos entre os brasileiros. É bem verdade que isso acontece até mesmo pelas características destes equipamentos, com condições de acesso facilitadas, segurança, conforto, variedade de serviços etc. Sua flexibilidade e hibridização, incorporando ao seu rol de ofertas tudo que lhe aparece como ameaça competitiva, permitem a perfeita adequação às exigências do mercado, estando altamente ajustados às inovações, aos modismos, ao pouco tempo dos consumidores e à efemeridade do prazer imediato que tanto procuram. Tornam-se, de tal modo, ícones de desenvolvimento econômico, monopolizando as opções de lazer nos grandes centros urbanos e forçando a padronização dos equipamentos tradicionais. Clubes, museus, hotéis, festas, parques etc., tudo vira *shopping*. E o que não vira, só para citar alguns exemplos, circo, teatro, práticas esportivas, exposições, paisagens etc., de alguma maneira, adentra ou se amolda a este que é hoje o equipamento guia para o desenvolvimento da *indústria do lazer*.

A concentração de várias modalidades ou serviços num só equipamento justifica-se pelo acirramento da concorrência, e constitui reflexo da própria tendência à formação do capital monopolista também no circuito das práticas de lazer. Os altos investimentos necessários em inovação, a dificuldade de acesso ao crédito, as incorporações, as fusões etc., são alguns dos fatores que estão na base deste processo, dando forma à *grande indústria do lazer*. Expansionista e centralizadora, ela está sempre a procura de novos mercados, instalando-se em novas e diferentes regiões, convertendo todo tipo de prática. E mesmo onde existe esforço por

um setor da população para ir em busca da natureza, do esporte, da arte através de atividade pessoal e amadorista, essas atividades são rapidamente metamorfoseadas. Onde penetra, tudo o que toca, o *capital divertido* transforma em *mercolazer*.

Todavia, para melhor explicar a funcionalidade mercantil do lazer, o que não envolve apenas sua manifestação como mercadoria em si, ampliamos a discussão em torno *mercolazer*, constatando que sua subsunção ao capital dá-se por diferentes formas. A primeira delas tem a ver com o *poder imagético* exercido pelo *mercolazer* que, autonomizado em relação à experiência do lazer, como *coisa significativa*, colado ao corpo de outras mercadorias, forjando sua composição estética *involucral*, atua como *valor de uso prometido*, servindo como *função de venda* e estímulo ao consumo. A segunda, que já diz respeito ao lazer como vivência, relaciona-se ao processo de compra, quando ele ganha a forma de um *palco de vivência* que agrega atratividade a determinados *pontos de venda* ou confere ao ato da compra – isto é, a *compra divertida* – o estatuto de uma atividade de lazer. E a terceira, coincidindo diretamente com a forma propriamente dita do lazer, ou o *mercolazer* atua como *consumo divertido*, servindo de esteio para a venda de utensílios de lazer, ou ele próprio, como objeto de compra e venda, ocupa o centro da relação de troca, assumindo assim a identidade de uma mercadoria *stricto sensu*.

De qualquer modo, o *mercolazer* reflete senão outra coisa que um modelo econômico em que a produção vê-se exclusivamente dirigida para a vendabilidade, tudo em nome da lucratividade máxima e da reprodução ampliada do capital. Pode-se afirmar, diante disso, que a mercadorização do lazer implica no esvaziamento de seu sentido humano. Assim, se for possível construir alguma assertiva sobre o que é lazer, além de sustentarmos a tese de que, pelo menos como tendência dominante, ele hoje se constitui como uma mercadoria, inferimos que o que antes nele era

qualitativo-concreto – ou seja, sua antiga utilidade social ligada ao *descanso*, ao *divertimento* e ao *desenvolvimento*, seja dentro de uma funcionalidade *moral*, *romântica*, *utilitária* ou *compensatória* – pouco ou nada vale no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo.

Sob a exterioridade abstrata e quantitativa do custo-sensação, com criatividade, luxo e espetáculo impressionantes, o *mercolazer* exacerba possibilidades inimagináveis de impacto, deslumbramento e alucinação, elevando à potência máxima a produção lucrativa e coisificante de tudo aquilo que expressa o risco, a aventura, o sensual, o pornográfico, o cômico, o exótico, o sobrenatural, o esdrúxulo etc. A pretexto de divertir, distrair, recrear, relaxar, descansar, *desestressar*, mascarando o que há de histórico e humano no lazer, o *mercolazer* opera mesmo é na razão arrebatadora do *êxtase*. Constitui uma experiência altamente fragmentada e reiterativa, no interior de certa margem, mais formal, mais repetitiva e mais previsível, de conteúdo cada vez mais pobre no que diz respeito ao seu valor social e ao tipo de sociabilidade produzida. Enfim, é a prática de lazer artificializada e atificializante, coisa pela qual o par valor-prazer tomou forma na *sociedade involucral*.

É evidente que o processo de mercantilização do lazer não é um todo homogêneo. No complexo quadro da realidade contemporânea, como foi observado, atuam tanto as contra-hegemonias como os restos ainda vivos de formações sociais pretéritas que emergem sobre o presente. Pensando, portanto, no lazer como um fenômeno contraditório e em movimento, dedicamo-nos não só à investigação sobre sua manifestação mais presente e dominante que o identifica à forma mercadoria. Realizamos ainda um estudo sobre aquilo que o lazer pode *vir a ser*, enquanto possibilidade histórica, o que foi precedido de um estudo sobre as experiências que o lazer pouco a pouco deixa de contemplar, enquanto realidade histórica. Por um lado, nossa atenção se voltou para a

necessidade de construção de um *outro lazer*, procurando identificar no jogo das forças sociais em disputa aquilo que pode se viabilizar como alternativa ao *mercolazer*. E de outro, fomos levados a construir uma análise sobre o ócio, identificando-o como uma *forma residual* de apropriação do tempo livre tendente ao desaparecimento, mas que se encontra ainda ativa nos dias de hoje.

Verificamos que apesar de toda hostilidade que lhe vem sendo dirigida pelo capitalismo, o ócio ainda resiste como uma tradição que exerce enorme influência sobre os sentidos atribuídos ao lazer. Evidenciam-se aí pelo menos duas vertentes. A primeira, de base idealista, denuncia o afastamento do lazer da noção clássica de ócio, vendo nos modos de vida do passado a chave para a autodeterminação do indivíduo no presente. A segunda, alinhada à racionalidade instrumental, também retorna à antiguidade clássica, mas buscando na atividade criativa do homem livre daquela época argumentos de legitimação para a tese do aproveitamento utilitário do ócio como solução para os problemas econômicos da sociedade atual. Além de fornecer elementos de crítica a cada uma destas perspectivas, reunimos alguns apontamentos sobre a constituição do ócio ao longo da história, chamando atenção para o fato de que se equivocam as posições que buscam revivê-lo, engrossando coro ao enaltecimento de suas possibilidades emancipatórias. Ainda que tenhamos no horizonte a construção de algo qualitativamente diferente do lazer tal qual o conhecemos, devemos recusar a hipótese de “marcha ré” da história em busca do *ócio perdido*.

Por fim, foram mapeados os limites e as possibilidades que se colocam e que se abrem para a construção de um *outro lazer*, tendo-o como um projeto que só pode ser pensado junto ao projeto histórico de uma outra sociedade. A perspectiva de um *outro lazer* aponta para um horizonte de futuro que somente pode ser projetado no tempo de longa

duração, porém, como uma possibilidade em movimento, imediatamente dialetizadas às contradições e tensões do presente. Assim, ao admitirmos que o projeto de um *outro lazer* só se revela exequível em longo prazo, não desprezamos o aqui e agora, estabelecendo, desde já, estratégias para a conquista da *lazerania*, visando a apropriação do lazer como um tempo e espaço para a prática da liberdade e para o exercício da cidadania, um projeto de formação humana que perpassa as mais diferentes práticas e os mais diversos ambientes de organização da cultura, fazendo-se instrumento político e pedagógico de transformação social.

Para a conquista da *lazerania*, no entanto, faz-se necessário o impulso das políticas sociais, tomando-as como um poderoso canal e força mobilizadora de transformação. Alçada à luta mais ampla por uma orientação socialmente referenciada para as políticas públicas, a disputa hegemônica em torno das políticas de lazer mostra-se como a estratégia mais adequada para pôr em curso a construção de alternativas ao *mercolazer*. Esta disputa demanda uma articulação que pautar as políticas de lazer pela organização de diferentes formas de sociabilidade, forjando práticas, valores e comportamentos verdadeiramente solidários, buscando, a partir da especificidade deste tipo de intervenção, contribuir para o desenvolvimento e qualificação da existência humana. Seguindo tal premissa, foram apresentadas algumas proposições e diretrizes para uma política de lazer, tendo sido apontados ainda elementos teórico-metodológicos que, no desenrolar cotidiano de tal política, possam organizar, junto às classes populares, um outro tipo de sociabilidade e cultura lúdica. Isto, pois sem o auxílio de uma *pedagogia crítica do lazer*, algo ainda por se construir, não há, portanto, possibilidades de que uma *política de lazerania* possa frutificar.

Assim, a intencionalidade que se fez presente ao longo de toda esta investigação em desvelar os processos e novas formas da sociabilidade

contemporânea, por meio de uma vasta análise, problematização, explicação e crítica desenvolvida sobre as determinações e a totalidade relacional que envolve a constituição e consolidação do *mercolazer* como padrão dominante das práticas de lazer, desdobrou-se numa ação que esteve diretamente orientada para pensar e instalar também novas formas de relação e luta hegemônica, procurando potencializar resistências e munir com mais elementos e instrumentos teórico-conceituais a defesa dos direitos sociais – especialmente, do direito ao lazer – frente aos efeitos destrutivos, discriminatórios e excludentes de políticas distributivas que colocam em evidência a limitada capacidade civilizatória do capitalismo, ato contínuo, concebendo a *lazerania* como uma conquista em permanente construção.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor Wiesengrund. Tempo Livre. In: *Palavras e sinais: modelos críticos 2*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. p. 113-156.
- AMARAL, Silva Cristina Franco. *Políticas públicas de lazer: existe possibilidade de uma gestão participativa?* Campinas: fotocopiado, 2004.
- AMIN, Samir; HOUTART, François. (Orgs.). *Mundialização das resistências: o estado das lutas*. São Paulo: Cortez, 2003.
- ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 1999.
- _____. Trabalho e superfluidade. In: LOMBARDI, J. C.; SAVIANI, D.; SANFELICE, J. L. (Orgs.). *Capitalismo, trabalho e educação*. Campinas: Autores Associados; HISTEDBR, 2002. p. 35-44.
- APPLE, Michael. *Educando à direita: mercados, padrões, Deus e desigualdade*. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2003.
- ARBEX, José; TOGNOLI, Cláudio Júlio. *Mundo pós-moderno*. São Paulo: Scipione, 1996.

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE PARQUES DE DIVERSÕES DO BRASIL. *Setor de parques de diversões no Brasil tem crescimento de 25% em público e faturamento, no ano passado*. São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.adibra.org.br>. Acesso em: 12 ago. 2002.

BENSAID, Daniel. *Marx, o intempestivo: grandezas e misérias de uma aventura crítica (séculos XIX e XX)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

BENTES, Ivana. Guerrilha de sofá. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 31 mar. 2002. Mais, p. 6-7.

BERNET, Jaume Trilla. *Animación sociocultural: teorías, programas y ámbitos*. Barcelona: Ariel, 1997.

BOTTOMORE, Tom. Economicismo. In: _____ (Edit.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988. p. 121.

BRAMANTE, Antonio Carlos. Lazer: concepções e significados. *Licere*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 9-17, set. 1998.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Da educação fundamental ao fundamental na educação. In: *Pensar a prática: escritos de viagem e estudos sobre a educação*. São Paulo: Loyola, 1984. p. 13-62.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988*. São Paulo: Saraiva, 1988.

_____. Ministério da Cultura. *Economia da cultura*. Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.minc.gov.br>. Acesso em: 8 ago. 2002.

BRAVERMAN, Harry. *Trabalho e capital monopolista: a degradação do trabalho no século XX*. 3. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1987.

BRUHNS, Heloisa Turini. Lazer, trabalho e tempo: uma discussão a partir de Thompson e De Grazia. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DO ESPORTE, LAZER E EDUCAÇÃO FÍSICA, 4., Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: EEF/UFMG, 1996. p. 362-368.

_____. Lazer, cultura e tecnologia: discussões envolvendo aspectos da globalização. *Licere*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 77-94, 1998.

_____. Lazer e motricidade: dialogando com o conhecimento. In: _____ (Org.). *Temas sobre lazer*. Campinas: Autores Associados, 2000. p. 5-31.

_____. Reflexões sobre a relação entre lazer e consumo. In: SEMINÁRIO “O LAZER EM DEBATE”, 2., 2001, Belo Horizonte. *Coletânea...* Belo Horizonte: UFMG/DEF/CELAR, 2001. p. 17-25.

_____. De Grazia e o lazer como isenção de obrigações. In: _____ (Org.). *Lazer e ciências sociais: diálogos pertinentes*. São Paulo: Chronos, 2002. p. 21-39.

CALADO, Alder Júlio Ferreira. Reproblematicando o(s) conceito(s) de educação popular. In: COSTA, M. V. (Org.). *Educação popular hoje*. Variações sobre o tema. São Paulo: Loyola, 1998.

CAMARGO, Luís Octávio de Lima. Recreação pública. *Cadernos de Lazer*, São Paulo, v. 4, p. 29-36, mai. 1979.

_____. *O que é lazer*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.

CARLOS, Newton. E se todo mundo fosse como os americanos? *Fórum Outro Mundo em Debate*, São Paulo, n. 2, p. 12-13, 2001.

CARVALHO, Edmilson. A cultura como valor de troca. *Ex-Catacumbis*, Salvador, n. 4, p. 20-25, dez. 2000.

CASTELLANI FILHO, Lino. Lazer e qualidade de vida. In: MARCELLINO, N. C. (Org.). *Políticas públicas setoriais de lazer: o papel das prefeituras*. Campinas: Autores Associados, 1996. p. 7-21.

_____. *Política educacional e educação física*. Campinas: Autores Associados, 1998.

CAVALCANTI, Kátia Brandão. *Esporte para todos: um discurso ideológico*. São Paulo: IBRASA, 1984.

CENTRAL ÚNICA DOS TRABALHADORES. *Os gastos sociais no governo FHC*. São Paulo: fotocopiado, 2001.

CHAUÍ, Marilena. Introdução. In: LAFARGUE, P. *O direito à preguiça*. São Paulo: Hucitec; Unesp, 1999. p. 9-56.

_____. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

COMPARATO, Fábio Konder. *Sentido histórico da Declaração Universal*. São Paulo, s.d. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br>. Acesso em: 22 set. 2002.

COUTINHO, Carlos Nelson. *Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas*. 2 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

CUNHA, Newton. *A felicidade imaginada: a negação do trabalho e do lazer*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

DE GRAZIA, Sebastian. *Tiempo, trabajo y ocio*. Madrid: Tecnos, 1966.

DEJOURS, Christophe. *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. 5. ed. São Paulo: Cortez; Oboré, 1992.

DE MASI, Domenico. Porto Alegre, a utopia feita cidade. In: GENRO, T. (Org.). *Porto da cidadania*. Porto Alegre: Artes e Ofício, 1997. p. 247-252.

- _____. *Desenvolvimento sem trabalho*. 2. ed. São Paulo: Esfera, 1999.
- _____. *O ócio criativo*. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- _____. A economia do ócio. In: _____ (Org.). *A economia do ócio: Bertrand Russel & Paul Lafargue*. Rio de Janeiro: Sextante, 2001. p. 11-45.
- DEMO, Pedro. *Metodologia científica em ciências sociais*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SÓCIO-ECONÔMICOS. *Anuário dos trabalhadores 2000-2001*. São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.dieese.org.br>. Acesso em: 1 abr. 2002.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- _____. *Valores e conteúdos culturais do lazer*. São Paulo: SESC, 1980.
- _____. *A revolução cultural do tempo livre*. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 1994.
- _____. *Sociologia empírica do lazer*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva; SESC, 1999.
- FERREIRA, Acácio. *O lazer operário: um estudo de organização social das cidades*. Salvador: Livraria Progresso, 1959.
- FIGUEIREDO, Betânia Gonçalves. *A criação do SESI e SESC: do enquadramento da preguiça à produtividade do ócio*. 1991. Dissertação (Mestrado em História Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1991.
- FOLHA DE SÃO PAULO. *Pousada do Rio Quente quer sangue novo*. São Paulo, 26 jan. 1998. Turismo, p. 6.

_____. *Os hábitos de consumo do internauta brasileiro*. São Paulo, 26 jan. 1998. Turismo, p. 6.

_____. *Metalúrgicos da Ford não votam proposta*. São Paulo, 3 de mar. 1998. Dinheiro, p. B3.

_____. *VW cria fundo de tempo livre*. São Paulo, 3 de mar. 1998. Dinheiro, p. B3.

_____. *Disney vai armar o circo e cantar o Brasil*. São Paulo, 5 de out. 1998. Turismo, p. 7-8.

_____. *Jardins de lazer foram o início*. São Paulo, 22 nov. 1998. Turismo, p. 7-8.

_____. *Atividade voluntária é 8ª no ranking das maiores economias do mundo*. São Paulo, 18 set. 1999. Especial, p. E3.

_____. *Para 79% dos empresários, atuação social melhora imagem*. São Paulo, 18 set. 1999. Especial, p. E7.

_____. *Usuário caseiro é a elite da internet*. São Paulo, 22 dez. 1999. Informática, p. 5.

_____. *EUA são eleitos modelos para o Brasil*. São Paulo, 23 mar. 2000. Mais, p. 12.

_____. *Por dentro da Disney: Cirque du Soleil dá cara nova a palhaços*. São Paulo, 1 mai. 2000. Turismo, p. 8.

_____. *Número de turistas deve dobrar até 2020*. São Paulo, 11 jul. 2000. Mundo, p. A12.

_____. *Disney quer bloquear AOL-Time Warner*. São Paulo, 21 jul. 2000. Dinheiro, p. B10.

_____. *Mapa revela exclusão do lazer na periferia.* São Paulo, 6 mai. 2001. Cotidiano, p. C1.

_____. *Pior dos parques de SP fica com a periferia.* São Paulo, 23 jul. 2001. Cotidiano, p. C5.

_____. *Português investe R\$ 700 mi em shopping.* São Paulo, 19 ago. 2001. Dinheiro, p. D2.

_____. *Jornada de 35 horas amplia lazer na França.* São Paulo, 9 set. 2001. Mundo, p. A18.

_____. *Ministro assina convênio em meio à missa.* São Paulo, 13 out. 2001. Nacional, p. A5.

_____. *Sauípe quer ser destino internacional.* São Paulo, 15 out. 2001. Turismo, p. F12.

_____. *Pacote da Volkswagen.* São Paulo, 20 nov. 2001. Dinheiro, p. B5.

_____. *Funcionários da Scania entram em alerta.* São Paulo, 25 nov. 2001. Dinheiro, p. B4.

_____. *Disney World: onde estão as crianças?* São Paulo, 28 nov. 2001. Especial, p. E7.

_____. *Empresas incentivam as folgas durante o expediente.* São Paulo, 16 dez. 2001. Empregos, p. 3.

_____. *Dólar mais caro muda o perfil do turismo no país.* São Paulo, 6 mai. 2002. Dinheiro, p. B1.

_____. *Turismo contribui para a distribuição de renda.* São Paulo, 6 mai. 2002. Dinheiro, p. B1.

_____. *Shopping é o local mais visitado.* São Paulo, 27 mai. 2002. Turismo, p. F10.

_____. *Turismo religioso explode em Nova Trento*. São Paulo, 27 mai. 2002. Turismo, p. F14.

_____. *Concentração de rede de hotéis é forte*. São Paulo, 27 mai. 2002. Turismo, p. F7.

_____. *Museus estão virando shoppings, diz Siza*. São Paulo, 3 jun. 2002. Ilustrada, p. E3.

_____. *Crianças trocam rua por esporte*. São Paulo, 9 jul. 2002. Especial, p. F4.

_____. *Mobilização torna Monte Azul favela feliz*. São Paulo, 9 jul. 2002. Especial, p. F6.

_____. *GM aceita negociar e reduzir demissões*. São Paulo, 20 jul. 2002. Dinheiro, p. B10.

_____. *A mais antiga das profissões, o mais novo dos negócios*. São Paulo, 29 jul. 2002, Cotidiano, p. C2.

_____. *Atrás da Sé, lojas evangélicas dominam rua*. São Paulo, 9 dez. 2002. Cotidiano, p. C8.

_____. *BNDES prioriza sudeste e grandes empresas*. São Paulo, 25 dez. 2002. Dinheiro, p. B1.

_____. *Na hora da diversão*. São Paulo, 25 jan. 2004. Cotidiano, p. C7.

FONSECA, Ana Rosa da Rosa. ISO 9001/2000 no desenvolvimento e melhoria de projetos de lazer: uma experiência do SESI-BA. In: SEMINÁRIO “O LAZER EM DEBATE”, 3., Belo Horizonte. *Coletânea...* Belo Horizonte: UFMG/DEF/CELAR, 2002. p. 234-235.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Petrópolis, Vozes, 1977.

FRIGOTTO, Gaudêncio. Os delírios da razão: crise do capital e metamorfose conceitual no campo educacional. In: GENTILI, P. (Org.). *Pedagogia da exclusão: crítica ao neoliberalismo em educação*. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 77-108.

_____. *Educação e a crise do capitalismo real*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1999.

FREIRE, Paulo. *Conscientização: teoria e prática da libertação*. 3. ed. São Paulo: Moraes, 1980.

_____. *Educação como prática da liberdade*. 14. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. *Pedagogia do oprimido*. 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *Pesquisa de orçamentos familiares*. São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.fgv.br>. Acesso em: 1 fev. 2003.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. *Pesquisa. Juventude: cultura e cidadania*. São Paulo, 1999. Disponível em: <http://www.fpabramo.org.br>. Acesso em: 8 ago. 2002.

GABLER, Neal. *Vida, o filme*. Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

GADOTTI, Moacir. *A educação contra a educação*. O esquecimento da educação e a educação permanente. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

GAELZER, Lenea. *Lazer: benção ou maldição?* Porto Alegre: Sulina; URGs, 1979.

GENRO, Tarso (Org.). *Porto da cidadania*. Porto Alegre: Artes e Ofício, 1997.

GENTILI, Pablo. Adeus à escola pública: a desordem neoliberal, a violência do mercado e o destino da educação das maiorias. In: _____ (Org.). *Pedagogia da exclusão. Crítica ao neoliberalismo em educação*. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 228-252.

GODBEY, Geoffrey. Anti-leisure and public recreation policy. In: Parker, S. (Org.). *Sport and leisure in contemporary society*. Londres: Polytechnic of Central London, 1975.

GOLDMANN, Lucien. *Dialética e cultura*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

GOMES, Christianne Luce; MELO, Victor Andrade de. Lazer no Brasil: trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa. *Movimento*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 23-44, jun. 2003.

GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel, a política e o Estado moderno*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: UNESP, 1997.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

HOBSBAWM, Eric. *A era do capital: 1848-1875*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

_____. Introdução. In: MARX, K. *Formações econômicas pré-capitalistas*. 6. ed. Paz e Terra: São Paulo; Rio de Janeiro, 1991. p. 13-64.

_____. *A era dos impérios: 1875-1914*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. *Era dos extremos. O breve século XX: 1914-1991*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. *A era das revoluções: 1789-1848*. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

_____. *A sociedade global*. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

INÁCIO, Humberto Luís de Deus. Os interesses contemporâneos no lazer-empresa. In: MARCELLINO, N. C. (Org.). *Lazer & empresa: múltiplos olhares*. Campinas: Papyrus, 1999. p. 149-162.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo demográfico 2000 – resultados do universo*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 1 out. 2002.

_____. *Pesquisa nacional por amostra de domicílios: síntese de indicadores 2001*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 12 set. 2002.

_____. *Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003*. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 12 dez. 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. *Roteiros da fé católica no Brasil: turismo religioso*. v. 1. Brasília, 2001.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Análise de dados da PNAD*. Brasília, 2002. Disponível em <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em 16 set. 2002.

ISTOÉDINHEIRO. As multinacionais do ensino. São Paulo, 18 fev. 2003. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro>. Acesso em 5 dez. 2003.

KASZNAR, István; GRAÇA FILHO, Ary. *O esporte como indústria: solução para criação de riqueza e emprego*. Rio de Janeiro: CBV, 2002.

LAFARGUE, Paul. *O direito à preguiça*. São Paulo: Hucitec; Unesp, 1999.

LARANJEIRA, Ronaldo. O controle social e político do álcool. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 29 out. 2001. Opinião, p. A3.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEHER, Roberto. Tempo, autonomia, sociedade civil e esfera pública: uma introdução ao debate a propósito dos “novos” movimentos sociais na educação. In: GENTILI, P.; FRIGOTTO, G. (Orgs.). *A cidadania negada: políticas de exclusão na educação e no trabalho*. 2. ed. São Paulo: Cortez; CLACSO: Buenos Aires, 2001. p. 145-176.

LIPP, Marilda Novaes. Depressão, Dora e estresse rondam o novo século. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 mai. 2002. Especial, p. E7.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade*. 2. ed. São Paulo: Hucitec; UNESP, 1998.

MARCASSA, Luciana. *A invenção do lazer: educação, cultura e tempo livre na cidade de São Paulo (1888-1935)*. 2002. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2002.

_____. Ócio. In: GOMES, C. L. (Org.). *Dicionário crítico do lazer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p.165-172.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. *Lazer e humanização*. Campinas: Papirus, 1983.

_____. *Lazer e educação*. Campinas: Papirus, 1987.

_____. *Capacitação de animadores sócio-culturais*. Campinas: Unicamp; Brasília: Ministério da Educação e do Desporto, 1994.

_____. *Estudos do lazer: uma introdução*. Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. Pressupostos de ação comunitária – estruturas e canais de participação. In: _____ (Org.). *Políticas públicas setoriais de lazer: o papel das prefeituras*. Campinas: Autores Associados, 1996. p. 39-42.

_____. *Pedagogia da animação*. Campinas: Papirus, 1997.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. et al. Lazer e trabalho no cotidiano da sociedade pós-industrial, a partir da obra de Domenico De Masi, publicada no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE RECREAÇÃO E LAZER, 15., Santo André. *Coletânea...* Santo André: SESC-SP; Prefeitura de Santo André, 2003. CD-rom.

MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

_____. Para a crítica do hedonismo. In: _____. *Cultura e sociedade*. v. 1. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. p. 161-199.

MARINHO, Inezil Penna. *Educação física, recreação e jogos*. Rio de Janeiro: Tipografia Batista e Souza, 1957.

MARX, Karl. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 1, v. 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

_____. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 1, v. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

_____. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 2, v. 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

_____. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 3, v. 6. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.

_____. *O capital*. Livro 1, capítulo VI (inédito). São Paulo: Ciências Humanas, 1978.

_____. *Manuscritos econômico-filosóficos*. São Paulo: Martin Claret, 2001.

_____. *Miséria da filosofia*. Resposta à filosofia da miséria do senhor Proudhon (1847). São Paulo: Centauro, 2001.

_____. *Contribuição à crítica da economia política*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. O dezoito brumário de Luís Bonaparte. In: MARX, K; ENGELS, F. *Obras escolhidas*. v. 1. São Paulo: Alfa-Omega, s.d. p. 199-285.

MASCARENHAS, Ângela Cristina Belém. *O trabalho e a identidade política da classe trabalhadora*. Goiânia: Alternativa, 2002.

MASCARENHAS, Fernando. Tempo de trabalho e tempo livre: algumas reflexões a partir do marxismo contemporâneo. *Licere*, Belo Horizonte, v. 3, n. 1, p. 72-89, set. 2000.

_____. Lazer e trabalho: liberdade ainda que tardia. In: SEMINÁRIO “O LAZER EM DEBATE”, 2., Belo Horizonte. *Coletânea...* Belo Horizonte: UFMG/DEF/CELAR, 2001. p. 81-93.

_____. O lazer e o príncipe eletrônico. *Licere*, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 46-60, set. 2001.

_____. *Lazer como prática da liberdade: uma proposta educativa para a juventude*. Goiânia: Ed. UFG, 2003.

MELLO, Alex Fiuza de. *Capitalismo e mundialização em Marx*. São Paulo: Perspectiva; Belém: SECTAN, 2000.

MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAIS, Fernando Antonio. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). *História da vida privada: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 559-658.

MELO, Marcelo Paula de. Políticas públicas e o lazer: aprofundando as discussões. In: SEMINÁRIO "O LAZER EM DEBATE", 4., Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: UFMG/DEF/CELAR, 2003. p. 177-186.

MELO, Victor Andrade de; ALVES JUNIOR, Edmundo de Drummond. *Introdução ao lazer*. Barueri: Manole, 2003.

MÉSZÁROS, István. *Para além do capital*. Rumo a uma teoria da transição. Campinas: Unicamp; São Paulo: Boitempo, 2002.

_____. Economia, política e tempo disponível: para além do capital. *Margem esquerda: ensaios marxistas*, São Paulo, n. 1, p. 93-124, mai. 2003.

MOLINA, Rosane Maria Kreuzburg. A participação cidadã nos marcos das políticas de lazer: implicações e protagonismos. O caso do Projeto Centro de Comunidade, na cidade de Porto Alegre. *Movimento*, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 11-37, mai./ago. 2004.

MONTES, Maria Lucia. As figuras do sagrado: entre o público e o privado. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). *História da vida privada: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 63-171.

MUNNÉ, Frederic. *Psicosociología del tiempo libre: un enfoque crítico*. México: Trillas, 1980.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. As três idéias de sociedade civil, o Estado e a politização. In: COUTINHO, C. N.; TEIXEIRA, A. P. (Orgs.). *Ler Gramsci, entender a realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 215-233.

O POPULAR. *Consumidor mantém preferência por importado*. Goiânia, 9 mar. 2003. Economia, p. 17.

_____. *Clubes no vermelho*. Goiânia, 1 jun. 2003. Cidades, p. 3-4.

_____. *Metade do mundo vive na pobreza*. Goiânia, 7 jun 2003. Economia, p.15.

_____. *Aventuras radicais*. Goiânia, 21 jul. 2003. Magazine, p. 7.

_____. *Expedições no cerrado*. Goiânia, 21 jul. 2003. Magazine, p. 1.

_____. *Intenção era construir shopping*. Goiânia, 30 ago. 2003. Esporte, p. 21.

_____. *Cidades se especializam em nova categoria de turismo*. Goiânia, 5 out. 2003. Economia, p. 18.

_____. *Grandes empresas radicalizam em estratégias de marketing*. Goiânia, 5 out. 2003. Economia, p. 18.

_____. *Lucros radicais com esportes de aventura*. Goiânia, 5 out. 2003. Economia, p. 18.

_____. *Flamboyant anuncia novos investimentos*. Goiânia, 8 nov. 2003. Economia, p. 14.

_____. *Brasil é 7º em consumo, mas quase 70% são excluídos*. Goiânia, 10 jan. 2004. Economia, p. 16.

- _____. *Sem medo de enfrentar a dor*. Goiânia, 6 jul. 2004. *Cidades*, p. 5.
- _____. *Brasileiro gasta R\$ 6 bi em tênis*. Goiânia, 8 ago. 2004. *Economia*, p. 14.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PADILHA, Valquíria. *Shopping Center: a catedral das mercadorias e do lazer reificado*. 2003. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.
- PARKER, Stanley. *A sociologia do lazer*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- PEREIRA, Luis Carlos Bresser; GRAU, Nurria Cunnil (Orgs.). *O público não estatal na reforma do Estado*. São Paulo: FGV, 1998.
- PINTO, Leila Mirtes Santos de Magalhães. et ali. *Recreação, lazer e educação física / ciências do esporte: conhecimento e intervenção*. In: GOELLNER, S. V. (Org.). *Educação física / ciências do esporte: intervenção e conhecimento*. Florianópolis: CBCE, 1999. p. 101-127.
- POCHMANN, Marcio. *O trabalho sob fogo cruzado: exclusão, desemprego e precarização no final do século*. São Paulo: Contexto, 1999.
- _____. *O emprego na globalização: a nova divisão internacional do trabalho e os caminhos que o Brasil escolheu*. São Paulo: Boitempo, 2001.
- _____. *e-trabalho*. São Paulo: Publisher Brasil, 2002.
- PORTELLI, Hugues. *Gramsci e o bloco histórico*. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- REQUIXA, Renato. *Lazer e ação comunitária*. São Paulo: SESC, 1973.
- _____. *O lazer no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1977.

_____. *Sugestão de diretrizes para uma política nacional de lazer*. São Paulo: SESC, 1980.

RESENDE, Anita Cristina Azevedo. Subjetividade em tempos de reificação: um tema para a psicologia social. *Estudos*, Goiânia, v. 28, n. 4, p. 511-538, ago. 2001.

RIBEIRO, Marlene; FERRARO, Alceu; VERONEZ, Luiz Fernando. Trabalho, educação e lazer: horizontes de cidadania possível. In: FERRARO, A.; RIBEIRO, M. (Orgs.). *Trabalho educação lazer: construindo políticas públicas*. Pelotas: Ed. UCPel, 2001. p. 15-49.

RIEDE, Antonio Sérgio; BRAMANTE, Antonio Carlos. Realinhamento dos fatores críticos de sucesso na gestão de clubes social-recreativos baseado no conhecimento dos sistemas internos e externos: o caso das AABB's. *Licere*, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 29-45, set. 2003.

RIESMAN, David. *A multidão solitária*. Um estudo da mudança do caráter americano. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.

ROCK, Edy. Periferia é periferia (em qualquer lugar). *Sobrevivendo no inferno*. Racionais MC's. São Paulo: Racionais MC's, 1998. 1 CD (75 min.): digital-estéreo, 4674/98.

SALOMÃO, Marcelo. *Parques de diversões no Brasil: entretenimento, consumo e negócios*. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. *O prazer justificado: história e lazer* (São Paulo, 1969/1979). São Paulo: Marco Zero; Brasília: MCT-CNPq, 1994.

_____. *Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SANTOS, Dalva; MOREIRA, Fátima; SOUSA, Roseli. (Orgs.). *Esporte, arte e lazer em Belém - sob o olhar dos que fazem*. Belém: SEMEC; Graphitte Editores, 2002.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Introdução. Sobre semelhanças e diferenças. In: _____ (Org.). *História da vida privada: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 7-10.

SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turine. *Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.

SILVA, Jamerson Antonio de Almeida da; SILVA, Katharine Ninive Pinto. *Círculos populares de esporte e lazer: fundamentos da educação para o tempo livre*. Recife: Bagaço, 2004.

SIMANCAS, Rafael. Fútebol: negocios bajo sospecha. *Temas para el debate*, Madrid, n. 53, p. 44-49, abr. 1999.

SNYDERS, Georges. *A alegria na escola*. São Paulo: Manole, 1988.

SOUSA, Iracema Soares de. *Tempo livre com lazer do trabalhador e a promessa de felicidade*. 2002. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SOUZA, Ângela Tude de. *Sobre o americanismo e fordismo de Antonio Gramsci*. Campinas: IFCH/Unicamp, 1992.

SUSSEKIND, Arnaldo; MARINHO, Inezil Penna; GÓES, Oswaldo. *Manual de recreação (orientação dos lazeres do trabalhador)*. Rio de Janeiro: Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio; Serviço de Recreação e Assistência Cultural, 1952.

TEIXEIRA, Francisco José Soares. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, F. J. S.; MANFREDO, A. O. (Orgs.). *Neoliberalismo e reestruturação produtiva: as novas*

determinações do mundo do trabalho. 2. ed. São Paulo: Cortez; Fortaleza: Ed. UECE, 1998. p. 15-74.

THIAGO, Paulo. Cultura fora da agenda econômica. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 jul. 2002. Opinião, p. A3.

THOMPSON, Edward Palmer. Tempo, disciplina de trabalho e capitalismo industrial. In: *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 267-304.

TORRES, Carlos Alberto. Estado, privatização e política educacional: elementos para uma crítica do neoliberalismo. In: GENTILI, P. (Org.). *Pedagogia da exclusão: crítica ao neoliberalismo em educação*. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 109-136.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Considerações sobre lazer e educação em sociedades pós-indutrias. *Reflexões*, Campinas, n. 35, p. 74-87, ago. 1986.

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. *As idéias estéticas de Marx*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

VEBLEN, Thorstein. A teoria da classe ociosa. In: _____. *A Alemanha imperial e a revolução industrial; A teoria da classe ociosa*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

VEJA. *O que está havendo com o seu emprego*. São Paulo, 7 fev. 1996, p. 20-25.

_____. *Explosão divertida*. São Paulo, 3 abr. 1996, p. 66-99.

_____. *Dormindo em pé*. São Paulo, 17 nov. 1999, p. 33-35.

_____. *O drama silencioso dos sem-carteira*. São Paulo, 18 out. 2000. p. 130-131.

- _____. *A explosão da periferia*. São Paulo, 24 jan. 2001. p. 86-93.
- _____. *Guia para usar 20 minutos de férias*. São Paulo, 9 mai. 2001. p. 131.
- _____. *Férias de milionário*. São Paulo, 6 jun. 2001. p. 70-72.
- _____. *Disney World: onde estão as crianças?* São Paulo, 28 nov. 2001. p. 56-57.
- _____. *Faith Popcorn: a guru do marketing*. São Paulo, 13 fev. 2002. p. 60-61.
- _____. *Tão violenta como a rua*. São Paulo, 27 mar. 2002. p. 82-84.
- _____. *Chega de Miami*. São Paulo, 1 mai. 2002, p. 42.
- _____. *Menos trabalho e mais diversão*. São Paulo, 1 mai. 2002, p. 46-48.
- VELOSO, Vitor Moreira. *(Re)pensando o Circo Lahetô no contexto das políticas de lazer e educação*. 2004. Monografia (Especialização em Lazer e Educação) – Faculdade de Educação Física, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2004.
- VERONEZ, Luiz Fernando Camargo; LIÃO JÚNIOR, Roberto. *Para além da “modernização conservadora” e a modernização neoliberal: uma proposta de gestão democrática, participativa e descentralizada para o SESI*. Campinas: fotocopiado, 2000.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- WERNECK, Christianne Luce Gomes. *Lazer, trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas*. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

_____. Recreação e lazer: apontamentos históricos no contexto da educação física. In: WERNECK, C. L. G.; ISAYAMA, H. F. *Lazer, recreação e educação física*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. p. 15-56.

_____. *Significados de lazer e recreação no Brasil: reflexões a partir da análise de experiências institucionais (1926-1964)*. 2003. Tese de Doutorado (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.