



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Artigo:

O OLHAR DO TURISTA E DO RESIDENTE SOBRE A CIDADE DO SOL: EVIDÊNCIAS DA PRÁTICA DO NÃO-LUGAR NO LUGAR (NATAL - RN)

Autor:

Michel Jairo Vieira da Silva¹

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor (es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: revistacet@hotmail.com

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

CULTUR – Revista de Cultura e Turismo

CULTUR, ano 03 – n. 03 – Junho/2009

www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

¹ Possui graduação em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2004). Atualmente estuda Radialismo também pela mesma instituição. Pós-graduando em Planejamento e Consultoria Turística pela FCC, e é instrutor do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC/RN. Tem experiência na área de Turismo, com ênfase em educação e planejamento, atuando principalmente nos seguintes temas: impactos do turismo, não-lugar, cinema-documentário.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo realizar um ensaio sobre a problemática em torno da imagem que a cidade de Natal – RN possui aos olhos dos seus turistas e residentes, buscando compreender as semelhanças e disparidades dessas concepções e seus “porquês”, e assim certificar-se da existência de duas cidades que se movimentam no mesmo espaço, a partir da concepção de *não-lugar turístico*. Situação que põe em questão a preocupação com o planejamento turístico e sua função colaboradora para o desenvolvimento local. Dentro do estudo, os primeiros (visitantes) são representados pelos locais de hospedagem, passeios e traslados comumente praticados durante a estada no destino turístico Natal – RN. E os segundos (residentes) apreciados através curtas-metragens produzidos e enredados na cidade que foram exibidos em um festival de cinema local (Festival de Vídeo Potiguar).

PALAVRAS-CHAVE: Não-lugar turístico; Planejamento; Cinema.

ABSTRACT

This work intent to realize a speech about de conception – image of Natal – RN to their tourist and residents, trying to understand the similarity and disparity on this conceptions, and “whys”, to certify that two cities exist on same space, using the idea of “touristy no-places”. Situation that make to question about the touristy planning and it function to local development. On this work, the visitants are studied accommodation, tour during the trip to Natal-RN. And residents are represented by local recently movies (fictional and documental) plotted and exhibited on a local cinema festival (Festival de Vídeo Potiguar).

KEY-WORDS: Touristy No-places; Planning; Movie.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é atividade tipicamente sintomática da globalização, da condição pós-moderna das últimas décadas, onde, segundo AUGÉ (1994, p. 74) estamos condenados ou “prometidos à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero”. E tais características, sinônimos da fugacidade das relações humanas, podem ser experimentadas também numa viagem de turismo, em que inúmeros são os destinos-espacos criados, e a serem recriados para atender aos mais diversos tipos de turismo e turista.

Uma propriedade comum a esses *lugares* está na sua incapacidade de ser denominado como tal. Já que um local que “não se pode definir como identitário, nem como relacional, nem como histórico” (IDEM, IBDEM) não seria um *lugar*, e sim: *não-lugar*. Ou seja, a negação de sua condição de retrato de vivências sociais em processo, de um de um conjunto de aspectos que representam o resultado, as tradições, heranças da continuada relação existente entre o homem e o ambiente em que vive. (SANTOS, 1988)

Essa concepção de não-lugar aplicado ao fenômeno turístico caracteriza-se pela forma como ocorre a *turistificação* (apropriação do turismo) deste espaço. E a paisagem, recorte desse espaço a ser vendido, é o componente fundamental para a criação de lugares a serem atraentes para os possíveis visitantes. Com apelo por sucesso, e na criação desta “mercadoria de uso temporário”, são cada vez mais frequentes as iniciativas de criação de paisagens superficilizadas, com tradições inventadas, simbolismo duvidoso, e destituídas de identidade com o lugar onde são construídas.

As paisagens artificiais criadas pelo turismo destoam seus entornos, tanto no que se refere às características naturais e construídas desses entornos. A natureza e cultura recriadas por essas paisagens são frutos de intervenções planejadas (...) não são produtos da historia natural e social, são produtos do turismo (CRUZ, 2001, p. 112).

Esses *não-lugares* são geralmente resultado de capital estrangeiro, unidos a iniciativas governamentais que acabam por elaborar um circuito turístico pouco, quando não, relacionado ao desígnio local. Recria-se, de certa maneira, o que os registros fotográficos de “progresso” do Brasil no início do séc. XX mostravam: um país de

elites, deslumbrantes paisagens, prodígios arquitetônicos, belas jovens abastadas, em contraponto ao esquecimento da maioria local pouco “relevante” instalada até hoje em seus cortiços. (ESSUS, 1997)

A história pode estar se repetindo, e com isso a representação do povo, e até eles mesmos, podem estar sendo condenados a limitar-se à periferia também do reconhecimento e fadados, em diversos casos, à segregação promovida pelos efeitos negativos do êxodo turístico, de certo invasor e excludente. Para atender a uma exigência dos empreendimentos turísticos, muitas cidades brasileiras se “firmam séries repetitivas que podem dar a impressão de que está tudo ficando com a mesma cara” (YAZIGI, 2002, p. 17), ou com imagens, códigos, representações esdrúxulas de si e de seu povo, que em muitos casos não participam do processo desenvolvimentista e participativo pregado pelo turismo.

Os idealizadores do destino “só agora atraente”, com a identidade local fragmentada, ou inserção de novas culturas, moldam o dia-a-dia do turista, promovendo um *tour* maquiado, distanciando-o do nativo (KRIPPENDORF, 1984), realizado numa espécie de bolha, um simulacro.

Simular: fazer de conta, fingir, aparentar. Verbo do qual se deriva o conceito de simulacro, fundamental à análise de certas características de nossa modernidade tardia (...) o simulacro, pois, é colocado no lugar da própria coisa, repousando sua aparente vantagem, no fato de possuir mais atrativo do que ela. (DUARTE JR., 2001, p. 112)

O uso do simulacro no turismo, segundo os seus executores, está no discurso de “entendimento” de que este é necessário por causa da brevidade das viagens e da complexidade das relações sócio-culturais existentes no destino, e de que os signos da identidade alheia são mais vendáveis.

Todavia, à medida que a cultura global sobrepõe à local, os símbolos da construção sócio-espacial da comunidade, preocupantemente, podem se perder na especulação dos equipamentos e novos costumes (BACAL e MIRANDA, 1999). Como já mencionado, o objetivo é tornar mais convidativo aos olhos do turista.

Entretanto, em muitos casos, o máximo que se consegue é reproduzir algo sem atribuir-lhe o sentido que o mesmo merece, restando ao turista o imaginário de uma cidade pirata, genérica, falsificada.

Pela própria concepção de turismo (escolhas pessoais, sem obrigatoriedades), não se pode obrigar o visitante a uma socialização com o destino visitado, mas deixá-lo livre para optar entre o que é verdadeiro e o que é falso. Autores como BANDUCCI e BARRETO (2001) acrescentam que essa liberdade é fundamental, apesar de comungarem da idéia de que exista uma classe de turista que se acomoda conscientemente na prática da identidade encenada. Em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, a liberdade pela escolha entre o simulacro e o real, geralmente não acontece, sendo mais prático, tanto para empresários como para governantes investir no primeiro (simulado), do que ordenar em todos os aspectos o espaço, encobrendo seu legado, suas tramas, seu povo.

Não se quer aqui descolorir os evidentes pontos positivos da atividade turística em inúmeras localidades. Todavia, muitos estudos descrevem a privatização de áreas públicas, sendo a população residente timidamente valorizada e pouco beneficiada pelos louros oriundos da atividade, que acaba permitindo a coexistência de duas cidades dessemelhantes em um mesmo espaço. Como em seu romance alerta CALVINO (1972, p. 30): “evitem dizer que algumas vezes cidades diferentes sucedem-se no mesmo solo e com mesmo nome, nascem e morrem sem se conhecer, incomunicáveis entre si.”

A Grande Natal litorânea (Natal, Parnamirim e Extremoz) é a região que hoje compreende o circuito turístico mais visitado do Rio Grande do Norte. E apesar de estar em uma posição de destaque no *ranking* dos destinos mais visitados do Brasil, o turismo na cidade é bastante recente. A alavancada desse fenômeno ocorreu nas últimas décadas, tendo como marco inicial a construção da Via Costeira. Essa apropriação do turismo pela cidade – ou seria da cidade pelo turismo? - promoveu grandes mudanças no cotidiano, na imagem e por observação, pode-se pensar na identidade de Natal.

A imagem de Natal, tanto para quem visita como para quem vive na cidade, certamente é bem diferente da que se tinha há apenas dez anos atrás. E parte dessa transformação deve-se ao turismo, hoje área com papel importante na economia local, e que apresenta forte influência na produção e especulação imobiliária e crescimento populacional do espaço (FONSECA, 2005). Deve-se atentar de que um exemplo dessas

mudanças está em varias esferas da sociedade. Existem mais “sulistas” e estrangeiros entre os potiguares.

Os *fantasy-names* dos estabelecimentos, seus *menus*, os ritmos musicais das *night clubs*, e os dromedários do *Sahara* de Jenipabu, não foram *made in Brazil*, e podem, mesmo acreditando que a formação da identidade é continua e mutante, estar causando um “colapso” (BARBOSA, 2001) e fragmentação dos códigos socioculturais de Natal.

Para fomentar o estudo acerca do grau de distanciamento entre a realidade local e a oferecida pelo destino turístico Natal, faz relevante comparar o que o turista identifica como a cidade, com o principal sujeito local, o autóctone, tendo em vista que a relação identitária deste último, obviamente, é mais completa sobre o lugar. Pensa-se que ela serviria de atestado do grau de veracidade da imagem de Natal para os turistas que a visitam.

Nessa tentativa de confrontar essas interpretações sobre a capital Potiguar, comunga-se inicialmente da idéia de BRESCIANI (1997) que vê a cidade como resultada da arte humana, representando a capacidade criadora do homem, sua ação e reação, moldando uma imagem particular do meio ambiente, sendo assim a cidade seria a produção de símbolos ricos em interpretação da vida, e espaço da marca e texto que permite múltiplas interpretações da vida em sociedade, e possuidora de uma identidade que faz com que os seus transeuntes reconheçam-na, e através disso se reconheçam nela.

Ao abarcar esse objeto de estudo – a cidade – o projeto pretende apoiar-se na reflexão de CASTELLS (1995, p. 22) acerca do que permeia o entendimento sobre identidade (neste caso – da cidade), definindo-o como “fonte de significado – experiência de um povo”, povo esse que, ao atribuir e fundar representações desses significados constroem sua identidade alicerçada em aspectos de resistência e formação histórica, adaptação geográfica, formas de produção, além do imaginário coletivo que continuamente, através dos seus atores (habitantes) “reorganizam seus significados em função de tendências e sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço”.(IDEM, IBDEM).

Para o artigo em questão essa identidade urbana é compreendida através da percepção coletiva sobre um mesmo lugar, de dois grupos (turista e residente), por onde circula preconceitos, valores, e experiências *in loco*, muitas vezes distintas. E onde misturam “sentimentos de superioridade e inferioridade, em que as diferenças (países em desenvolvimento) são muito grandes” (KRIPPENDORF, 1984, p. 83), numa problemática de diferença de classes sociais, divergências culturais e outros aspectos, entre visitante e habitante. Assim faz-se necessário investigar até que ponto as realidades pelos grupos concebidas comungam ou distinguem-se. O que se quer para este ensaio sobre a visão dos turistas e residentes sobre um mesmo lugar - visão por onde circula preconceitos, valores, e experiências *in loco*, muitas vezes distintas, é a vislumbrar um possível dessemelhança proposital, alicerçada numa problemática de diferença de classes sociais, divergências culturais e outros aspectos, entre visitante e habitante.

2. TURISTA – UM OLHAR AMANSADO PELOS ÓCULOS ESCUROS

O turista e seu olhar desconhecem freqüentemente os processos históricos e o contexto cultural, social e político de onde visita (URRY, 1996). Assim, é possível questionar que identidade, através desse olhar, a cidade, neste caso Natal, pode assumir. Sendo a identidade local observada pelo turista contrastada, por vezes, com a primada pelos residentes. E nesse despreparo para o reconhecimento da verdade do lugar, a percepção do visitante sobre Natal está “domesticada” pelo fenômeno turístico, e gerando uma experiência daltônica sob a localidade, nesse ângulo, possivelmente não-autêntica. CARLOS (1996, p. 28) sugere como definição a esta manipulação do que se deve mostrar, ou omitir numa experiência turística, o resultado da “produção do *não-lugar* turístico”, voltado para a utilização do simulado, do ilusório, presenteando os seus visitantes com uma vivência espetacular, porém irreal.

Natal enquanto não-lugar, definição estabelecida no início do ensaio, agora toma uma “verdade” pela ótica do turista, e isso torna-se evidente por diversas obras estruturais e movimentações ocorridas nos últimos anos. Um dos aspectos mais relevantes é o bairro e praia de Ponta Negra (principal cartão postal da cidade), que podem ser denominados como uma “ilha turística”, que vê a margem de sua estrutura

com calçadão iluminado, shoppings, belos hotéis e restaurantes, rodovias pavimentadas e bem sinalizadas, acrescidos de segurança e limpeza, uma cidade diferente e desconhecida dos turistas, que permanecem em Ponta Negra por quase todo o período que estão instalados em Natal.

Ainda sobre a praia de Ponta Negra, a mobilidade que a orienta convida o turista a permanecer na mesma, principalmente o turista internacional, que não recebe orientação adequada para se “aventurar” a conhecer o outro lado da cidade, onde estão realmente os nativos, com suas ruas, e seus costumes. O povo da cidade é representado na vivência do turista apenas por profissionais do lazer, pertencentes ao *trade* turístico.

E em meio a essa “desorientação”, os estabelecimentos (muitos deles pertencentes a estrangeiros) acabam também por dar a área de Ponta Negra uma área também estrangeira, com hotéis, pousadas, restaurantes, bares e lojas de artesanato com características internacionalizadas, seja através de cardápios e nomes fantasias em inglês ou italiano, seja pela própria oferta de produtos e serviços como: hospedagem em castelo medieval, comidas italianas, francesas, mexicanas, e festas a base de ritmos como: música caribenha, eletrônica, rock internacional, entre outros.

Um outro aspecto que revela segregação está na localização da estonteante Via Costeira (recrutada de um lado pela reserva florestal Parque das Dunas e por outro pelos arrecifes banhados pelo mar), que coloca em posição de isolamento os turistas que se hospedam nos mais luxuosos hotéis da cidade - meios de hospedagem que se encontram a margem dessa estrada.

Projetada a mais de 30 anos, a Via Costeira nunca serviu diretamente como via de trânsito da população local. Sendo uma construção eminentemente turística, a estrada é apenas uma forma de acesso aos hotéis, e a praia – praia essa visitada apenas por turistas, tendo em vista a dificuldade de acesso livre à beira mar – quando não pelos hotéis. A presença de residentes na área é dificultada também pela ausência de estabelecimentos de lazer (bares e restaurantes) pela via, além do insipiente serviço de transporte público que circula pela área - microônibus que transitam esporadicamente pela estrada além de poucos pontos de ônibus. Ou seja, freqüentar uma das mais belas paisagens (mata atlântica preservada e oceano atlântico) da capital do RN é privilégio de uma minoria (visitante), situação que novamente evidencia uma outra cidade – uma Natal do turismo.

Para superficialmente concluir esse passeio pelos caminhos que fazem o visitante criar seu imaginário sobre a cidade em análise, cita-se o próprio traslado (Aeroporto – Ponta Negra) e passeios (seus itinerários) oferecidos pelos hotéis e agências de receptivo, e promovidos pelo poder público, através de obras grandiosas. Para isso têm-se como exemplo a Ponte Newton Navarro, construção colossal recentemente inaugurada, e que prometeu trazer melhoria no trânsito local, mas no momento vem apenas servido de acesso dos turistas ao litoral norte do estado. Turista esse que antes era obrigado a pegar uma balsa ou transitar por regiões (zona norte) pobres da cidade, que continua com os mesmos problemas estruturais.

Os locais por onde o turista circula em todo o momento é manipulado para, de certo, maquiagem as realidades estruturais e humanas da cidade - favelização de algumas áreas, pedintes nos sinais de trânsito, má qualidade das estradas, etc. Os passeios não priorizam qualquer contato com a sociedade local de maneira espontânea. Os turistas são convidados a visitar apenas o litoral do estado, deixando de conhecer os principais atores e cenários (cidade) do destino turístico que escolheram para suas férias.

Ao voltar para suas casas, esses visitantes terão fotos e memórias de um *pseudo-lugar* (CRUZ, 2007), uma pseudo-Natal bastante organizada, segura, limpa, com a sensação de terem passado por uma cidade com uma população “feliz”, mas pouco representativa.

3. O RESIDENTE – UM OLHAR ENCANDEADO PELA AGRESSÃO DO SOL

“Ele acreditava, e eu concordo com ele, que o olho da câmera é
mais perspicaz e mais apurado que o olho humano”
(Dziga Vertov, Apud Amir Labaki, 2004)

No que se refere à percepção do autóctone, pensa-se na sua apreciação como representação da verdade do lugar – uma cidade do Natal convincente, visto que é a literal voz do seu povo. E para isso se utilizará dos discursos enredados nas películas potiguaras, elas que possibilitam uma “viagem” (EINSESTEIN apud CARRIERE, 1994) – um olhar para dentro de si, com aprofundamento e minúcia das diversas realidades, observando bem de perto o que talvez outras expressões, ou até mesmo

abordagem direta do morador, não possam mostrar. Além de ser demonstração de pertencimento a cidade, de quem a produziu, o recurso fílmico, assim como o literário, em suas “subjetivas construções imaginárias (...) corresponde à representação da realidade e busca oferecer uma leitura ‘plausível’ e convincente dos fatos” (PESAVENTO, 1997, p. 27).

Diversos filmes recentes produzidos na cidade não são apenas obra de *projeção* da cultura cinematográfica de Natal. Mas, forma rica de exibição da identidade local, sendo uma construção midiática do povo e do espaço. Instrumento que, segundo YAZIGI (2001) e ratificado por COSGROVE (1998, pg. 98), pode “fornecer uma firme base a respeito dos significados que o lugar possui, expressa e evoca”. Essa condição reveladora do cinema dará credibilidade à imagem da cidade de Natal no olhar do residente. E endossar essa idéia implica assumir a decifração do real pelos enredos fílmicos.

Dentre os filmes, objetos desse estudo, que fundamentam a idéia de uma Natal bastante diferente da vislumbrada pelos que vão à cidade associado à indústria turística, pode-se elencar:

- *Cidade Mídia* (Documentário de Anastácia Vaz, Carlos Nathan, Catarina Doolan, Priscila Adélia, Túlio Dantas e Vitor de Azevedo);
- *Espetaculares Kengas* (Documentário de Diogo Moreno, Elisa Paiva e Lenice Goulart);
- *Marrom* (Ficção de Emanuel Grilo);
- *Nós Vale* (Ficção de Asclé Campos);
- *Rua Chile* (Documentário de Carlos Tourinho);
- *Um beco no meu caminho – Um poema processo* (Documentário de Carlos Tourinho);
- *Vendedores de Esperança* (Documentário de Hércio Torreão e Edileusa Martins).

Analisando o enredo desses filmes exibidos entre os anos de 2006 e 2007, o que se quer é verificar se a cidade que a população local almeja não esteja sendo vivenciada apenas pelos turistas que a visitam. Não sendo Natal um cenário ímpar das práticas de lazer do visitante, mas como retrato das conquistas sociais, ambientais e culturais de

quem no destino turístico vive e desses benefícios se apropria (RUSCHMANN, 1997). Mas adianta-se a conclusão de que definitivamente a visão desses dois grupos (turista e residente) é um tanto oposta.

O curta-metragem de 8 minutos *Cidade Mídia*, ao levantar questões acerca da relação da sociedade com a própria mídia, discute também a problemática em torno de um situação bastante comum a grandes centros urbanos brasileiros, as pichações de fachadas de prédios públicos e privados da cidade de Natal. Esse movimento de pichadores na cidade vem cada vez mais sujando a imagem de prédios, ruas e praças da cidade. Suas pichações têm, na maioria das vezes, intenções de torcidas organizadas dos principais times de futebol do estado, torcidas essas que estão tornado-se grupos organizados, que promovem não apenas pichações, mas atividades de pancadarias e pontuais homicídios.

Adentrado numa festividade popular, organizado por uma minoria bastante discriminada da sociedade local, o filme *Espetaculares Kengas*, mostra as situações que giram em torno do Baile das Kengas, festa GLS e gratuita que ocorre nas ruas do centro da cidade durante o carnaval. Ao mostrar o dia-a-dia, pensamentos e irreverência dos principais performistas e travestis de Natal, a película apresenta uma manifestação cultural que consegue trazer uma multidão para as ruas históricas da cidade e revelar um momento ímpar de alegria, igualdade e respeito a esse grupo que durante todo o ano se vê vítima de atos discriminatórios.

A ficção de apenas 4 minutos *Marrom*, denominada pelo seu próprio diretor (Emanuel Grilo) como um conto *pornô-trash*, vai contar um episódio ocorrido na vida de um bêbado, que entorpecido pelo seu vício, delira diante de lembranças do dia em que conheceu uma bela mulher chamada Carol. Passando-se num universo boêmio e decadente dos antigos botequins e casas de prostituição da cidade, o curta-metragem mostra a realidade do submundo de Natal, pouco conhecido até mesmo por grande parte da população local.

Classificado no gênero de comédia, a ficção *Nós Vale*, vai exibir durante 30 minutos uma verdadeira odisséia bem-humorada. Uma estudante de colégio público ao perder seu vale-transporte no ponto de ônibus quando estava prestes a voltar para casa, segue à procura por toda a cidade do seu “insubstituível” VALE. Em sua andança pelas principais vias da cidade, a protagonista vai desenhando os espaços (centro e periferia

pobre), o sistema de transporte, hábitos e pessoas típicas (estudantes, evangélicos, domésticas, sacoleiros) de Natal. O roteiro conta também com depoimentos de diversas pessoas falando da importância que o vale-transporte tem na rotina da cidade.

A *Rua Chile*, localizada no antigo bairro da Ribeira e nas proximidades da região portuária de Natal, é o cenário e tema do documentário que leva o mesmo nome e vai exibir a história dessa rua que já foi o grande centro comercial da cidade, como também da recepção e exportação de mercadorias que circulavam pelo estado do RN. Apesar de apresentar arquitetura de potencialidade histórica e turística, resquícios do seu período de glória, a rua está num estado de abandono claro, sendo palco de uma vida noturna insipiente e depósito frigorífico da indústria da pesca local.

Um outro documentário, também produzido por Carlos Tourinho, chamado *Um beco no meu caminho* – Um poema-processo apresenta ao espectador a vida que movimenta o “Beco da Lama”, local a muitos anos conhecido como ponto de encontro dos intelectuais de Natal (poetas, jornalistas, escritores, professores, etc.), além dos também frequentadores menos abastados (bêbados, loucos e pedintes), que completam a mistura da efervescência desse beco que é sempre palco não apenas de diversão e arte, mas também de discussão acerca de temas que envolvem a sociedade.

Para finalizar têm-se talvez o único recurso fílmico que discursa sobre um tema de conhecimento tanto do turista, como do residente. O documentário *Vendedores de Esperança* é um curta que denuncia as condições de vida dos idosos carentes da cidade, que se vêem obrigados a trabalhar informalmente, sob condições desumanas nas areias das praias turísticas de Natal (praia de Ponta Negra, dos Artistas, do Meio e Redinha).

Os mesmos, com faixa etária superior aos 65 anos, com dificuldades de locomoção e segurança e expostos ao sol por todo o dia, se dedicam à venda de gêneros alimentícios e produtos artesanais. Essa realidade, por motivos óbvios, chega até o conhecimento do turista que nesse momento consegue conhecer e compreender um pouco da verdade que de certo ultrapassou o muro de isolamento que separa os dos residentes.

4. TURISTA - RESIDENTE: OLHO NO OLHO

Segundo MAFFESOLI (1999), a cidade seria um universo de relações, repleto de emoções e sensibilidade, havendo espaços com significação subjetiva e diversa para os grupos que nela se interagem. Apoiado nisso, tal ensaio procurou investigar essa compreensão de cidade através de dois grupos distintos – o visitante e o residente, na cidade de Natal-RN. E através da observação dessa vivência - desse universo de relações - seja pelo circuito turístico vivido por quem visita a cidade, seja pelo discurso fílmico que enreda tramas da cidade, o que se evidenciou foram, de fato, cidades díspares que co-existem no mesmo lugar.

Natal vendida para o turismo é um produto que não representa a cidade reconhecida pelos que nela vivem. A manipulação do olhar do turista para o que o *trade* turístico considera relevante, e na mesma corrente maquiagem as irregularidades que a cidade possui afasta o turista da realidade local. Realidade que o próprio fenômeno turístico deveria ser responsável em modificar – melhorar, e não camuflar, vistos os benefícios que a atividade pode trazer a comunidade que o corretamente o recebe.

Certamente um turista que vai ao destino Natal, voltará para sua cidade de origem sem conhecer o centro da cidade e suas nuances, os problemas sócias que afligem os moradores, a cultura e hábitos locais que puderam ser apreciados nesses vídeos que são uma representação clara de uma verdadeira viagem à cidade de Natal – Rio Grande do Norte.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Não Lugares:** Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução: Maria Lúcia Pereira. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 1994 (Coleção Travessia do século).

BANDUCCI JR., Álvaro. BARRETO, Margarida. **Turismo e Identidade Local:** uma visão antropológica. Campinas: Papyrus, 2001 (Coleção Turismo).

BACAL, Sarah; MIRANDA, Sônia M. A. **Impacto do turismo nos núcleos receptores:** necessidade de normatização. IN: RODRIGUES, Adyr B. (Org.) **Turismo: desenvolvimento Local.** São Paulo: Hucitec, 2ª ed. 1999.

BARBOSA, Icarim Melgaço. **O Despertar do Turismo:** um olhar crítico sobre os não lugares. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2001 (Coleção Turismo).

BRESCIANI, Maria Stella. **Cidade, Cidadania e Imaginário.** IN: SOUZA, Célia F. de, PESAVENTO, Sandra J. (Org.) **Imagens Urbanas:** os diversos olhares na formação do imaginário urbano. Porto Alegre: Ed. Universitária/ UFRGS, 1997

CALVINO, Ítalo. **As Cidades Invisíveis.** Tradução: Diogo Mainardi/ São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CARLOS, Ana F. A.; CRUZ, Rita de C. A. Yázigi, Eduardo. **Turismo:** espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

CARRIÉRRE, Jean-Claude. **A Linguagem Secreta do Cinema.** Rio de Janeiro: Fronteira Nova, 1994.

CASTELLS, Miguel. **O Poder da Identidade:** volume II. Tradução: Klauss Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

COSGROOVE, Denis. **A Geografia está em toda parte:** Cultura e simbolismo nas paisagens humanas. IN: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (org.) Paisagem, Tempo e Cultura. Rio de Janeiro, EdUERJ, 1998.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2001 (Coleção Turismo Contexto).

DUARTE JR., João F.. **O Sentido dos Sentidos:** a educação (do) sensível. Curitiba: Criar Edições, 2001.

ESSUS, Ana M. M. de S. Andrade. **O Espelho do Poder:** fotografia, sociabilidade urbana e representação simbólica do poder político no Rio de Janeiro da *belle époque*. IN: SOUZA, Célia F. de, PESAVENTO, Sandra J. (Org.) **Imagens Urbanas:** os diversos olhares na formação do imaginário urbano. Porto Alegre: Ed. Universitária/ UFRGS, 1997.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. **Espaços, Políticas de Turismo e Competitividade.** Natal: EDUFRN, 2005.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo:** para uma compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 1984.

- LABAKI, Amir. Adeus a Jean Rouch. Revista *É tudo verdade*. São Paulo, 2004.
Trabalho apresentado no 13º Festival Internacional de Documentários, São Paulo, 2008.
- MAFFESOLI, M. **No Fundo das Aparências**. Tradução: Bertha Halpern Gurovitz.
Petrópolis: Vozes, 1999.
- PESAVENTO, Sandra J. **A Cidade Maldita**. IN: SOUZA, Célia F. de, PESAVENTO,
Sandra J. (Org.) **Imagens Urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário
urbano**. Porto Alegre: Ed. Universitária/ UFRGS, 1997.
- RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio
ambiente**. Campinas: Papirus, 1997 (Coleção Turismo).
- URRY, John. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. 3ª
ed. São Paulo: Studio Nobel, Sesc, 2001.
- YÁZIGI, Eduardo. **A Alma do Lugar: turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo:
Contexto, 2001 (Coleção Turismo Contexto).
- YAZIGI, Eduardo (Org.) **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002 (Coleção
Turismo Contexto).

Recebido em 30/10/2008.

Aprovado em 13/04/2009.