

NORMALIZANDO LOS NEGOCIOS: Transformando las favelas de Brasil en ambientes de hiper-realidad digital

Rodanthi TZANELLI
University of Leeds (UK)
R.Tzanelli@leeds.ac.uk

BUSINESS AS USUAL: Transforming brasilean slumscapes in hyper-neoliberal digital enviroments

Resumen: Las favelas o ciudades excluidas se han establecido como un aspecto importante de la geografía urbana ya sea por su patrimonio cultural como por la estética. Por décadas, el marketing se ha encargado de transformarlas en espacios de atracción para miles de turistas. No obstante, en los últimos años la tecnología digital y el turismo en espacios de emergencia han creado un nuevo paradigma de representación que cambia la forma de comprender la ética en la sociedad. Este trabajo considera en perspectiva el caso de dos mega-eventos, la Copa del Mundo en Brasil 2014 y los Juegos Olímpicos en 2016. ¿Cuáles son los desafíos de los grupos más pobres y vulnerables que habitan en las favelas cuando deben negociar con el mercado?, ¿es la tecnología digital diferente de la experiencia real?, ¿ayuda este nuevo contexto de consumo a los más pobres o los hunde más en su condición?

Abstract: The shanty towns or favelas of Rio de Janeiro are an established by now aspect of the city's urban heritage and an inextricable aspect of its built environment aesthetics. Their marketing as global tourist destinations has been an established business for decades. However, in more recent years, slum tourism industries have acquired a digital (Internet) façade that both amplifies their customer reach and generates new ethical dilemmas regarding the representation, or even simulation of favela realities online. The paper considers the economic, cultural and political aspects of these issues as a unity against the profitable background of two global mega-events, the FIFA World Cup 2014 and the Rio 2016 Olympic Games. What are the challenges favela industries face when trying to speak on behalf of (and market) poor communities? Do digital environments differ from real-terrestrial ones in the ethical issues they generate? And do local responses to these representational and simulatory mechanisms truly help local development?

Palabras clave: Rio de Janeiro; Copa del Mundo; Eventos; Capitalismo; Tecnología digital
Rio de Janeiro; World Cup; Mega Events; Capitalism; Digital technology

Demasiada¹ tinta se ha puesto en el análisis de las condiciones socio-económicas de las barriadas, villas de emergencia las cuales nacen como enclaves desarrollando formas de vida específicas. Muchas zonas urbanas y ciudades como Delhi, Ciudad del Cabo, Kingston, Buenos Aires y Rio de Janeiro (Frenzel Koens & Steinbrink 2012) que previamente constituidas responden a lo que Agamben ha llamado estado de excepción (Agamben, 1998). Estos espacios de exclusión representan una de las grandes contradicciones del progreso capitalista. El hecho de visitar estos destinos de miseria despierta curiosidad en aquellos ciudadanos del primer mundo que aburridos por el lujo que ofrecen los hoteles se permiten adentrarse, mirar, escuchar y crear una performance acorde a este “otro” ignorado, y excluido por los gobiernos locales, obviamente aunque más no sea por pocos días. Aun cuando estos verdaderos viajes que resaltan el ego (Dann, 1977) facilitan expresiones individualistas y cosificadoras (Giddens, 1991), se dan en ciertas ocasiones encuentros genuinos que aluden a lo humanitario de la condición social. Estos gestos incluyen proyectos de caridad independientes que recolectan experiencias, y testimonios de personas cuyas biografías quedan insertas en condiciones de extrema pobreza. Estos discursos son empleados para llegar a personas que vive cómodamente en las grandes ciudades industriales. ¿Es el arte una solución o parte del problema?

De cierta forma, el ojo del arte produce una relación ficticia promoviendo emocionalidad incluso en personas que nunca han presenciado la situación que se recrea. Esta nueva clase de caridad posmoderna ha despertado innumerables críticas pues fabrica la pobreza para poder ser ofrecida como un producto a otros. Estas nuevas formas de moral corren el riesgo no solo de comoditizar al otro, sino de reforzar un verdadero círculo vicioso en donde se le confieren al nativo el derecho a la auto-regulación. Detrás de esta táctica demagógica subyace la idea de expandir la racionalidad occidental por la imposición de la vulnerabilidad del otro. De esa forma, la pobreza, la indigencia y la necesidad quedan insertas dentro de la explotación que les confieren valor y por ende las replican (Argyrou 2005: 78; Korstanje 2011: 166; Tzanelli 2013: Cap. 6).

Partiendo de la base que las religiones han promovido una ética humanitaria a través de lo que los círculos marxistas llamaron ideología parte también de las estructuras autoritarias, hoy la ética como la conocieron nuestros ancestros ya no existe. La posmodernidad parece haber instalado una “cosmología” que estructura visiones totalmente disimiles entre sí, dentro de un todo coherente pero que es ajeno a cualquier práctica cultural. La ética posmoderna no resulta del sedimento de la historia, o de la cultura, mucho menos de la interacción humana, sino que es fabricada en un laboratorio virtual, digital cuya única necesidad es la imposición del consumo masivo. A la vez que el gusto del turista se expande llevando al mundo a límites no conocidos, esta creación de cosmologías dejan muchas dudas y preguntas respecto al rol de la ética en los próximos decenios. Yo prefiero, en este contexto de incertidumbre, centrar la crítica en las asimetrías que se observan en Brasil, y en la organización del mundial 2014. Las quejas, no escuchadas por el gobierno socialista de Brasil, por un desigual proceso de redistribución y planificación alimentan a verdaderas economías del conocimiento, las cuales son regulados por los negocios, y el mundo digital. Nuevas formas de explotación que nos invitan a organizar viajes a países pobres en donde el 80% de lo recaudado se dona para alimentar esa pobreza y/o en plena crisis institucional. En perspectiva, los tours generan una riqueza determinada ya que induce a los turistas a gastar su dinero en tiendas o negocios que en caso de una barriada intenta civilizar y disciplinar el desorden; espacios impuros que son purificados por la lógica legal racional de los negocios. Pero retornemos de nuevo a la discusión cuando Rio es elegida sede en 2010 para el Mundial y los Juegos Olímpicos. El gobierno comenzó una profunda sanitización de aquellos espacios tildados como indeseables. El turismo, en este proceso, ha servido como una industria donde se muestra al otro aquello que dentro se reprime. El turismo en las

1(Obra traducción al cuidado de Maximiliano Korstanje, vease más en: <http://sociologicalimagination.org/archives/15057#sthash.CO9GJ1uP.dpuf>).

favelas es usado como un mecanismo disciplinario que normaliza la pobreza. Ello sugiere algunas preguntas éticas tales como, ¿qué clase de turismo es éste?, ¿y hasta qué punto la tecnología hace que pueda ser regulado por el gobierno de Brasil? El turista llega y extrae la imagen que las tecnologías occidentales van a moldear, pero la pobreza como condición de problema persiste con el estado. ¿Son realmente las favelas espacios para la innovación y la auto-representación?, ¿es esta forma de turismo un mecanismo para cubrir la pobreza?

De la misma manera, que las ciudades europeas del siglo XVIII y del XX tuvieron que lidiar con los grandes traumas del Holocausto, en la actualidad las favelas funcionan como reservorios de una memoria global (Bauman, 1989). Como en *Lieux of Memoire* (Nora 1989), los discursos cosmológicos capitalizan las historias de sufrimiento, migración y opresión dentro de un control centralizado y autoritario. Eso es precisamente, lo que se explota en expresiones de nuevo turismo que algunos vinculan al turismo oscuro, o al thanaturismo. Por último, diversas reacciones locales frente al consumo turístico (Urry & Larsen 2011) sostienen modelos de sustentabilidad y desarrollo pero que nunca pueden romper los estereotipos de base, construcciones que están sujetas al sentimiento racista de dominación neo-colonial. Ahora ¿qué puede hacerse frente a esta realidad?

Muchos especialistas definen peyorativamente al turismo virtual como uno de los males del siglo XXI. Cabe aclarar que esta postura no sirve de nada ya que no confiere un diagnóstico agudo del problema. En estos tiempos de hiper-realidad, la sociología debe considerar que la tecnología representa un terreno fértil para comprender los cambios que se están produciendo. No menos cierto es que la realidad de las favelas se encuentra construida por profesionales que nada saben de la situación y nunca han estado en una. ¿Que hace que estas economías de signo (Lash & Urry 1994) estén almacenadas para ser consumidas por otros que se mueven por la atraktividad que genera el evento mundial más grande del mundo?

Bibliografía

- AGAMBEN, G.
1998 *Homo Sacer*. Stanford: Stanford University Press.
- ARGYRON, V.
2005 *The Logic of Environmentalism*. Oxford: Berghahn.
- BAUMAN, Z.
1989 *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity.
- FRENZEL, F KOENS K & STEINBRICK M
2012 *Slum Tourism*. London: Routledge.
- CROSSLEY, N.
2003 'From reproduction to transformation: social movement fields and the radical habitus', *Theory, Culture & Society*, 20(6): 43-68.
- DANN, G.M.S.
1977 'Anomie, ego-enhancement and tourism', *Annals of Tourism Research*, 4: 184-94.
- GIDDENS, A.
1991 *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity.
- KORSTANJE, M.E.
2011 'Reconnecting with poverty: New challenges of disaster management', *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, 2(2): 165-177.
- LASH, S. & J. URRY
1994 *Economies of Signs and Space*, London: Sage.
- NORA, P.
1989 'Between memory and history: *Les lieux de mémoire*', *Representations*, 26(2): 7-25.
- TZANELLI, R.
2013 *Heritage in the Digital Era*. London: Routledge.
- URRY, J. & LARSEN, J.
2011 *The Tourist Gaze 3.0*, 3rd edn. London: Sage.