

Dubai:¹ o paraíso hiper-real e paradoxal da indústria do entretenimento

Dubai: el paraíso hiper-real y el paradójico de la industria del entretenimiento

Dubai: a hyper-real paradise and paradoxal of the entertainment industry

Denize Correa Araujo²

Resumo O objetivo geral deste artigo é argumentar que Dubai é um megaexemplo da indústria do entretenimento, podendo ser considerada como paraíso hiper-real. A leitura da cidade, à luz dos conceitos de hiper-realidade e simulacro de Jean Baudrillard e da teoria do espetáculo de Guy Debord, sugere a cultura do superlativo, que começa com o turismo no aeroporto e segue uma rota direcionada aos supereventos e megaproductos de entretenimento para a sociedade de consumo de luxo. Las Vegas era considerada a “cidade-entretenimento”, com cassinos que simulam diversos pontos turísticos, como Monte Carlo, Veneza, Paris e assim por diante. Agora, o mundo simulado está situado em Dubai, denominada a Nova Las Vegas. O objetivo específico do trabalho é questionar o cenário paradoxal de entretenimento e consumo no contexto de normas religiosas islâmicas rígidas, que divergem dos hábitos dos estrangeiros, dos atrativos dos malls e das praias paradisíacas de Dubai. **Palavras-chave:** Indústria do entretenimento. Hiper-realidade/simulacro. Sociedade de consumo de luxo.

Resumen El objetivo general de este ensayo es sostener que Dubai es un mega-ejemplo de la Industria del Entretenimiento, en el sentido de poder considerar un paraíso hiperreal. La lectura de la ciudad, a la luz de conceptos de la hiper-realidad y simulacro de Jean Baudrillard y de la teoría del espectáculo de Guy Debord, sugiere la cultura como superlativo, que comienza

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Mídia e Entretenimento, do XIX Encontro da Compós, na PUC-RIO, Rio de Janeiro, em junho de 2010.

² Universidade Tuiuti do Paraná - denizearaujo@hotmail.com

con el turismo en el aeropuerto e sigue un camino orientado hacia los super-eventos y mega-productos de entretenimiento para la sociedad de consumo de lujo. Las Vegas era considerada la “ciudad-entretenimiento”, con casinos que simulan diversos puntos turísticos como Montecarlo, Venecia, París y así sucesivamente. Ahora, el mundo simulado está sito en Dubai, denominada la Nueva Las Vegas. El objetivo específico del trabajo es cuestionar el escenario paradójico de entretenimiento y consumo en el contexto de rígidas normas religiosas islámicas que divergen de los hábitos de los extranjeros, de los atractivos de los shopping y de las playas paradisíacas de Dubai.

Palabras-clave: *Industria del entretenimiento. Hiper-realidad/simulacro. Sociedad de consumo de lujo.*

Abstract *The general objective of this essay is to propose Dubai as a mega-example of the Entertainment Industry, considered as a hyper-real paradise. The reading of the city, applying Jean Baudrillard’s concepts of hyper-reality and simulacra and Guy Debord’s theory of spectacle, suggests a superlative culture that starts with tourism at the airport and follows a route heading to the super events and mega products of entertainment for a luxury consumerist society. Las Vegas was considered the “entertainment city”, with its casinos that simulate touristic spots, such as Montecarlo, Venice, Paris, and so on. Nowadays, the simulated world is in Dubai, the New Las Vegas. The specific objective of this study is to question the paradoxical environment of entertainment and consumerism within the context of rigid religious Islamic norms that diverge from foreign visitors’ habits, from mall attractions and from the paradisiac beaches of Dubai.*

Keywords: *Entertainment industry. Hyper-reality/simulacra. Luxury consumerist society.*

Data de submissão: 09/2010

Data de aceite: 11/2010

Introdução

Jean Baudrillard nos deixou em 6 de março de 2007, mas suas ideias sobrevivem. Apesar de se referirem a outros contextos, seus conceitos de simulacro e hiper-realidade poderiam ser bases teóricas para definir Dubai com seus mega-ativos. Se o autor francês, considerado por muitos um teórico negativista em relação à contemporaneidade, ficou chocado com Los Angeles e com a Disneyland, o que diria se soubesse da futura Dubailand e tivesse visitado Dubai, onde o deserto e a cultura nativa parecem sucumbir aos enormes edifícios, e onde os camelos foram substituídos por limusines?

Dubai (em árabe: دبي) é um dos sete emirados (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al-Quwain, Ras Al. Kaimah e Fujeirah), sendo a cidade mais populosa dos Emirados Árabes Unidos (EAU), com aproximadamente 2,3 milhões de habitantes (dos quais 80% são estrangeiros), localizada ao longo da costa sul do Golfo Pérsico, na Península Arábica. Com o petróleo e o turismo impulsionando as megaobras arquitetônicas da cidade, os projetos de Dubai se sucedem, sempre na tentativa de ultrapassar o que já foi construído e pensar no futuro da cidade como atrativo turístico e central de negócios.

O objetivo geral deste trabalho é argumentar que Dubai é um megaexemplo da indústria do entretenimento, podendo ser considerada como paraíso hiper-real. A leitura da cidade, à luz dos conceitos de hiper-realidade e simulacro de Jean Baudrillard e da teoria do espetáculo de Guy Debord, sugere a cultura do superlativo, que começa com o turismo no aeroporto e segue uma rota direcionada aos super-reventos e megaproductos de entretenimento para a sociedade de consumo de luxo. Até o nascimento de Dubai, Las Vegas era considerada a cidade-entretenimento, com cassinos que reproduzem diversos pontos turísticos, como Monte Carlo, Veneza, Paris, a Esfinge, a Estátua da Liberdade, e assim por diante. Agora, o mundo simulado está situado em Dubai, um dos sete emirados árabes. Construída com lucros do petróleo, a cidade já conta com o prédio mais alto do mundo, os

maiores shoppings, as filiais das lojas mais importantes do mundo, como Bloomingdale's e Galerias Lafayette, e terá até 2012 as novas edições do Museu do Louvre e o de Guggenheim, a Disneyland e o Universal Studios, além de outros projetos para informática, bolsa de valores e complexos esportivos. Com as ilhas artificiais The Palm-Deira e The Palm-Jumeirah, em formato de palmeira, e The World, uma série de ilhas reproduzindo o mapa-múndi, com os cinco continentes, Dubai pretende reunir pontos turísticos, grifes, alta moda, carros de marcas, como Rolls Royce, Lamborghini, Ferrari, e hotéis que hospedem magnatas.

Contudo, enquanto Las Vegas é um dos poucos lugares dos Estados Unidos nos quais as normas de conduta são mais brandas, e a prostituição, álcool e drogas circulam nos cassinos, em Dubai, paradoxalmente, o lúdico e o sensual convivem com as proibições do islamismo, como se o Ocidente e o Oriente, o primeiro com suas tentações e o segundo com suas restrições, tentassem interagir no meio de contradições quase diametralmente opostas.

O objetivo específico deste trabalho é questionar o cenário de entretenimento e consumo no contexto de normas islâmicas rígidas, que divergem dos hábitos dos estrangeiros, dos atrativos dos malls e das praias paradisíacas de Dubai.

Dividido em três subtópicos – A Dubai Hiper-real, A Dubai “Real” e A Dubai Paradoxal –, este artigo objetiva, em primeiro lugar, argumentar que Dubai está se tornando epicentro de entretenimento, caso típico do conceito de indústria do entretenimento.³ Apesar da comprovada análise dos Estados Unidos como o país que mais colabora para a indústria do entretenimento, com a indústria cinematográfica de inserção internacional, os astros musicais, especialmente Madonna, Michael Jackson e Britney Spears, e os sitcoms premia-

³ O conceito de indústria do entretenimento neste artigo diz respeito ao turismo de luxo e aos produtos arquitetônicos e de consumo a ele associados. Como destino exótico, Dubai cumpre seu papel em oferecer aos turistas um oásis de atrativos, e está se tornando o maior parque temático do mundo, além de ser também o paraíso das compras.

dos, como *Friends*, *Lost* and *Desperate Housewives*, este trabalho propõe Dubai como local-exemplo da sociedade de consumo de luxo. O entretenimento tem início nos voos da Emirates, nos quais os passageiros, com tela digital individual, dispõem de 600 canais de programação *on demand*, além de telefone via satélite e serviço de envio e recepção de e-mails e mensagens de texto. A próxima etapa é o Terminal 3, do aeroporto de Dubai, exclusivo da Emirates, projetado para receber um fluxo de até 43 milhões de passageiros por ano, com dois lounges para acomodar passageiros com as mais diversas necessidades especiais, áreas exclusivas para crianças desacompanhadas e funcionários especialmente treinados para fazer leitura e desenhos para os pequenos, além de refrescos, TV, videogames e outras brincadeiras. Para os clientes Emirates, o terminal oferece dez restaurantes, de cafés a fast-food, além de opções de cozinha internacional. O Duty Free e as mais diversas lojas estão instalados numa área de quase 5 mil metros quadrados, oferecendo produtos internacionais de grife.

A Dubai hiper-real

Na entrada na cidade se vislumbra a opulência da arquitetura e a magnitude do investimento para torná-la um centro turístico, negócios e lazer. Os superlativos imperam: o prédio mais alto do mundo, o único hotel sete estrelas do mundo, o maior shopping do mundo. A Bloomingdale's, símbolo de Nova York, citada em filmes de Woody Allen como cartão-postal do consumo, agora está também no Dubai Mall, no mesmo andar, quase na frente das Galerias Lafayette, como se Paris e Nova York se complementassem em seu novo local. O Dubai Mall, o maior shopping do mundo, custou 20 bilhões de dólares e possui 1.200 lojas, um hotel, 22 salas de cinemas multiplex, um estádio, e a Dubai Ice Rink, primeira pista de patinação de tamanho olímpico no interior de um centro comercial. Além disso, a cada quinze minutos, há apresentação de águas

dançantes, também considerado o maior espetáculo com águas do mundo. O mall conta com inúmeras grifes, incluindo os mais conceituados joalheiros de Paris, as melhores marcas da alta costura, e as mais sofisticadas lojas de equipamentos eletrônicos. Como diz Baudrillard (1991, p. 8), em *Simulacros e simulação*:

Já não existe o espelho do ser e das aparências, do real e do seu conceito. Já não existe coextensividade imaginária; é a miniaturização genética que é a dimensão da simulação. O real é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e de memórias, de modelos de comando – e pode ser reproduzido um número indefinido de vezes a partir daí. Já não se tem de ser racional, pois já não se compara com nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional. Na verdade, já não é o real, pois já não está envolto em nenhum imaginário. É um hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera (BAUDRILLARD, 1991, p.8).

Para Baudrillard (1991, p. 21), o hiper-real é a realidade sem origem nela mesma, a precessão de signos vazios. Sua análise sobre a Disneylândia corrobora sua crítica a Los Angeles, como “cidade de uma extensão fabulosa, mas sem espaço, sem dimensões” (*idem*):

A Disneylândia é colocada como imaginário a fim de fazer crer que o resto é real, quando toda Los Angeles e a América que a rodeia já não são reais, mas do domínio do hiper-real e da simulação. Já não se trata de uma representação falsa da realidade (a ideologia), trata-se de esconder que o real já não é o real e, portanto, de salvaguardar o princípio de realidade (BAUDRILLARD, 1991, p. 21).

O contexto de Dubai, no entanto, contém mais um elemento não encontrado em Los Angeles, onde o “american way of life” é típico de uma cidade americana. Em Dubai, tudo é novo, tudo é criado, quase nada lembra a história das tribos nativas, a não ser a pretensa narrativa no

Museu da Cidade.⁴ Como Jameson propõe, na sociedade pós-moderna há progressivo rompimento da articulação passado, presente e futuro, a perda gradual do sentido da história, e a “fragmentação do tempo numa série de presentes perpétuos”, que o autor classifica como a lógica do capitalismo de consumo (JAMESON, 1993, pp. 34-44).

Por outro lado, a criação de Dubai parece estabelecer um novo paradigma urbano: o desejo de superar o que já existe, ultrapassar as dimensões dos contextos, alimentar o sonho de um paraíso na terra. O Hotel Atlantis,⁵ localizado na The Palm Jumeirah, é um exemplo da concretização desse desejo. Anunciado desde a chegada dos turistas no imenso aeroporto de Dubai, o hotel parece uma miragem, se visto da piscina do Burj Al Arab. Com iluminação feérica, o Atlantis parece ter ressurgido das águas, como se o antigo continente submerso estivesse voltando ao mundo. O Burj Al Arab, outro hotel sete estrelas, considerado o mais luxuoso do mundo, com diária de 2.500 dólares, possui quatro andares embaixo da água, e é mais um exemplo. Ao invés de oferecer passeios de barcos, como em muitas ilhas, possui um submarino que leva os turistas a visitas nas palmeiras e na construção do mundo – The World, um conjunto de ilhas artificiais que reproduzirá o mapa-múndi, com todos os continentes e seus respectivos países.

A publicidade tem atraído inúmeros turistas, curiosos para subir ao 124º andar do Burj Khalifa,⁶ inaugurado em 4 de janeiro de 2010, e já

⁴ O Museu de Dubai expõe a vida primitiva dos habitantes da região que, até a década de 1950, não passava de um pequeno entreposto comercial, que sobrevivia da pesca e da coleta de pérolas. Em 1966, os britânicos encontraram petróleo em Dubai. Em 1979, o sheik Rashid bin Saeed Al Maktoum transformou o porto em zona franca. Com isso, Dubai se libertou da dependência do petróleo e iniciou a cidade futurista que cada vez mais cresce e inova. Diz a lenda que o sheik Zayed bin Sultan Al Nahyan, presidente dos Emirados Árabes, antes de morrer, fez com que lhe promettessem que Dubai não cederia à construção de cassinos, o que por si só é argumento que a faz divergir de Las Vegas. O Museu, contudo, está muito aquém da cidade nova. Talvez seja proposital essa distância, para enfatizar o progresso imenso da cidade, em tempo recorde.

⁵ O Hotel Atlantis, inaugurado em setembro de 2008, oferece 1373 imensos apartamentos e 166 suítes, além da Atlantis SPA e da Dolphin Bay, nos quais se pode interagir com golfinhos, explorar as emoções aquáticas no Aquaventure, com 700 metros de praia, no Zigurat, e no Splasers, que, ao longo dos 2,3 quilômetros de corredeiras percorrem uma exuberante paisagem tropical ou explorando as misteriosas ruínas de Atlântida. Um espaço misterioso é o The Lost Chambers, onde o visitante vive a sua própria aventura, percorrendo labirínticos túneis subaquáticos, que competem com a Atlantis The Palm, que conta com um aquíário de 11 milhões de litros de água, onde nadam mais de 65 mil peixes, incluindo um tubarão-baleia.

⁶ O líder de Dubai, sheik Mohammed bin Rashid al Maktoum, mudou o nome do prédio, que se chamava Burj Dubai (Torre Dubai, em árabe), para Burj Khalifa, em homenagem ao líder do emirado de Abu Dhabi, o sheik Khalifa bin Zayed al Nahayan, e em agradecimento pelo empréstimo feito por ele para saldar as dívidas de Dubai.

visitado por milhares de pessoas. Seus 828 metros de altura e seu formato de Y invertido são vistos a 95 quilômetros de distância. Com 1.000 apartamentos e escritórios, e o luxuoso Hotel Armani, o Burj Khalifa é a mais recente obra de arquitetura de Dubai.⁷ Sua lista de espera é imensa, e muitos preferem pagar a quantia de 120 dólares por pessoa para ter acesso imediato ao observatório “At the Top”.

A sucessão de edifícios arquiteturalmente originais é complementada por outros prédios-simulacro, como as torres da Chrysler, cópias-fake do edifício da Chrysler em Nova York. Pierre Lévy acredita que

A economia contemporânea é uma economia da desterritorialização ou da virtualização. O principal setor mundial em volume de negócios, lembremos, é o do turismo: viagens, hotéis, restaurantes. A humanidade jamais dedicou tantos recursos a não estar presente, a comer, dormir, viver fora de sua casa, a se afastar de seu domicílio. Se acrescentarmos ao volume de negócios do turismo propriamente dito o das indústrias que fabricam veículos, carburantes para os veículos e infraestruturas, chegaremos a cerca da metade da atividade econômica mundial a serviço do transporte. O comércio e a distribuição, por sua vez, fazem viajar signos e coisas. Os meios de comunicação eletrônicos e digitais não substituíram o transporte físico, muito pelo contrário: comunicação e transporte fazem parte da mesma onda de virtualização geral (LÉVY, 1996, p.51).

No caso de Dubai, a indústria do entretenimento e do turismo está presente em todos os aspectos da cidade: nos shopping malls, hotéis e ruas da cidade. Foram criadas estratégias de facilitação aos turistas: traslados cortesia, shuttles dos hotéis para os shoppings, aceitação de qualquer tipo de cartão de crédito, táxis confiáveis, pontos de ônibus com ar-condicionado, e um metrô que leva aos maiores shoppings e é usado praticamente só por turistas, considerando que os moradores possuem carros.

⁷ <http://economia.uol.br/8/2/2010>

Os voos da Emirates iniciam o processo de sedução, com imagens atraentes da cidade, como um ritual de preparação ao visual sedutor do skyline de Dubai. Tudo conduz ao consumo e, em certo sentido, à fetichização do mesmo. Baudrillard sugere:

o que para nós tem significado sociológico e que fixa a nossa época sob o signo do consumo é precisamente a reorganização generalizada deste nível primário em sistema de signos que se revela como um dos modos específicos, talvez “o” modo específico de passagem da natureza à cultura da nossa época (BAUDRILLARD, 1995, p. 80).

Baudrillard, contudo, analisa o consumo como recusa do prazer, o que difere da oferta de consumo de Dubai, que enfatiza a felicidade, o bem-estar e o prazer. Se Dubai não tem neve natural, agora tem artificial, na estação de esqui-Ski-Dubai⁸ do Mall of the Emirates, onde todos desfrutam de trenós seguros, em ambiente com neve e frio de quatro graus negativos, simulação apreciada do lado de fora através dos vidros imensos que permitem a participação de todos, mesmo dos que não querem entrar no ambiente. No Dubai Mall há um aquário gigantesco, também interativo, onde pessoas, com trajes de mergulhadores, convivem com peixes de muitas espécies, em ambiente seguro. O Underwater Zoo, maior aquário do mundo, segundo o Guinness Book, com mais de 33 mil animais marinhos em exposição, oferece cursos para treinadores, que trabalham com as crianças e adultos em interação com os animais marinhos.

Em seu livro *Tela total*, Baudrillard cita:

não podemos nem imaginar o quanto o virtual já transformou, como que por antecipação, todas as representações que temos do mundo. Não podemos imaginá-lo, pois o virtual caracteriza-se por não somente eliminar a realidade, mas também a imaginação do real, do político, do social – não

⁸ O Ski Dubai, pioneiro no ramo de resorts de esqui no Oriente Médio, é dotado de cinco pistas, canhões de neve artificial e variado conjunto de serviços e ambientes, que se opõem ao escaldante calor exterior, com temperatura média de 4°C negativos (ESQUIADORES, 2007, p. F6).

somente a realidade do tempo, mas a imaginação do passado e do futuro (BAUDRILLARD, 1999, pp. 71-72).

Dubai está criando um novo imaginário e um novo espaço, em que prédios e empreendimentos desterritorializados serão reterritorializados como pertencentes a esse novo ambiente onde estão sendo inseridos.

O conceito de Guy Debord, em sua obra *A sociedade do espetáculo*, também pode ser referencial importante para analisar Dubai. Para Debord (1997, p.25), “o espetáculo é o *capital* em tal grau de acumulação que se torna imagem”. Os empreendimentos nos Emirados Árabes consomem capital financeiro gigantesco. A nova filial do Museu Guggenheim, em Abu Dhabi (que está financiando a crise econômica de Dubai), por exemplo, será uma obra de Frank Gehry,⁹ que está trabalhando sem restrições orçamentárias, com o objetivo de superar Bilbao, a pedido dos magnatas do petróleo (ARANTES, 2008, p. 191). Será mais um atrativo turístico, como parques temáticos, hotéis de luxo, ilhas da fantasia e malls grandiosos. Debord complementa: “o espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias... o espetáculo é o dinheiro que apenas se olha, porque nele a totalidade do uso se troca contra a totalidade da representação abstrata” (DEBORD, 1997, p. 34).

Segundo Mike Davis (2007, p.64), os Emirados Árabes estão se transformando em uma “verdadeira apoteose dos valores neoliberais do capitalismo contemporâneo: uma sociedade que poderia ter sido desenhada por economistas da Universidade de Chicago”. Além disso, o autor acredita que está sendo criado “um oásis de livre iniciativa, sem imposto de renda, sindicatos e partidos de oposição (não há eleições)”, sendo comandados por um sheik que unifica o poder político e o econômico, além de endossar as megametras dos projetos arquitetônicos e urbanísticos (DAVIS, 2007, p. 64).

⁹ Frank Gehry tem seu nome na lista de inovadores do espaço arquitetônico. O Guggenheim de Bilbao, apesar de ser considerado inexecutável em sua proposta, foi feito após modelos escaneados e mapeados, e, com o auxílio do software, detalhados em modelos virtuais em 3D, com suas peças construtivas. Desse modo, foi possível erguer uma estrutura formada por curvas complexas e retorcidas. Caso o Guggenheim de Abu Dhabi fique mesmo ainda mais arrojado, será mais um hiperespaço nos Emirados.

Atingindo o ápice do consumo de luxo, do final de janeiro ao final de fevereiro, ocorre em Dubai o Shopping Festival, famoso por seus enormes descontos e atividades lúdicas nos malls e ruas do centro da cidade, que já foi chamada de “do buy” (compre!), trocadilho que expressa o consumo. Parece que tudo se transformou em commodity, até o prazer, lazer e entretenimento. Sem dúvida, a espetacularização do consumo. O convite às compras é quase uma imposição, dada a quantidade de atrativos nos souks, malls e até nos mercados de rua. Assim como o chamado às preces ao longo do dia são sons hipnotizadores, as imagens e publicidades na cidade inteira levam os turistas e os moradores a dedicarem parte de seu dia às compras, sejam necessárias ou induzidas. Dubai quer ser completamente autossuficiente, complementando-se dia a dia, em negócios, em cultura, em arquitetura, para se transformar numa hipermetrópolis onde tudo é possível.

A Dubai “real”

O outro lado da moeda, no entanto, não é espetacularizado e sim minimizado: os canteiros de obra são campos de trabalho semiescravo, com imigrantes sem direitos e sem qualquer segurança trabalhista ou sindical. Nas duas últimas greves, em 2008 e 2009, o trabalho do Burj Al Arab ficou paralisado, assim como o do aeroporto. Agora não há mais greves porque foram proibidas. Quando os trabalhadores são contratados, têm seu passaporte confiscado, e muitas vezes não conseguem sobreviver com salário de 100 euros e nem mudar de emprego ou voltar ao seu país, onde ganham ainda menos. Davis explicita que “o *boom* na construção (que emprega um quarto da força de trabalho) é transportado nas costas de um exército de paquistaneses e indianos mal pagos, trabalhando em viradas de 24 horas, seis dias e meio por semana, num calor de derreter o asfalto” (2007, p. 65). Além disso, Davis complementa que os trabalhadores não devem ser vistos pelos turistas, e para se tornarem “invisíveis” habitam a 30km da cidade:

alojamentos sombrios nas periferias, nos quais seis, oito ou até doze trabalhadores são amontoados num único quarto, em geral sem ar-condicionado ou banheiros funcionando, são necessários para garantir aos turistas a imagem oficial da cidade suntuosa, sem pobreza ou favelas (DAVIS, 2007, p. 65).

Como um Admirável Mundo Novo, Dubai oferece aos turistas um lugar seguro, onde não há perigo aparente, buscando proporcionar prazer e entretenimento sem os problemas de outras cidades, nas quais miséria, assédio, assaltos e trânsito tumultuado fazem parte do cotidiano das ruas. Ao contrário da obra de Aldous Huxley, porém, em que as pessoas são condicionadas a viver em harmonia, sem a ética religiosa, o conceito de família e os valores morais de nossas sociedades, em Dubai a obediência ao islamismo é reforçada pela presença de ordens escritas que são efetivas mesmo dentro de shoppings. Os códigos de vestuário e comportamento são distribuídos nos malls e em lugares públicos, como indicados abaixo: ombros e joelhos devem estar cobertos, demonstrações de afeição com mãos dadas e beijos não são permitidas, não pode haver consumo de álcool nem atividades consideradas perigosas, como skates ou patins. Segue o que os visitantes dos malls recebem na entrada:



Em 17 de dezembro de 2009, a BBC Brasil publicou artigo sobre a polícia de Dubai, que anunciou ter prendido 6.385 pessoas nas praias da cidade nos dez primeiros meses do ano de 2009.. O patrulhamento nas praias iniciou-se em 2004. São considerados crimes o consumo de álcool, casos de roubo, homossexualismo, “indecência” e consumo de drogas. Beijos entre casais são considerados “atos de indecência”, como quaisquer outras demonstrações de afeto

Segundo informações do jornal Gulf News, as infrações variam desde atos de atentado ao pudor até o consumo de álcool e nadar com roupas, algo considerado uma ameaça à segurança.

Segundo os registros da polícia, 4.596 prisões foram de pessoas nadando vestidas e 427 foram de pessoas nadando apenas de roupas íntimas.

Segundo o Centro de Polícia dos Portos, que patrulha as praias, 978 homens também foram presos por ficar olhando de forma provocadora para as mulheres e outros 348 foram detidos por tentar fotografá-las sem que elas soubessem.

(http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2009/12/091217_dubai_praias_prisoes_rw.shtml)

Considerando que mais de 3 milhões de estrangeiros vivem no Emirado, perfazendo 80% da população, e que Dubai está tentando atrair turistas do mundo todo, surge um questionamento: que tipo de leitura pode ser feita ao se analisar a sedução e tentação das praias paradisíacas, plenas de turistas de biquínis, e a presença dos habitantes naturais de Dubai, com as mulheres de burkas, abayas ou chadores, e os homens de dishdashas, longos trajes brancos?¹⁰ Dubai é parte de um país islâmico conservador, onde beber álcool é proibido, praticar sexo fora do casamento é crime e homossexualismo é caso para prisão.

¹⁰ Há diferenças entre burka, abaya e chador, dishdashas. A abaya é o traje completo, mas sem o véu que cobre tudo menos os olhos, que se chama hijab; a burka ou burca é o traje completo com a face coberta, tendo nos olhos um espaço ou uma tela por onde se pode ver; o chador ou xador é o véu que muitas mulheres usam, mesmo sem usar o traje completo. Os homens usam a dishdasha, um traje longo, branco. Para complementar, usam um pano de cabeça chamado “shumagg”, cuja cor e maneira de usar definem quem são e de que região vêm.

Como entender o embate entre a presença cada vez mais frequente do Ocidente, por meio das grifes audaciosas, designs sensuais e hábitos considerados “indecentes”? Não se pode negar que as burkas são também muito sensuais, escondendo a beleza com os véus e criando ar de mistério. Também não se pode negar que há burkas e abayas de luxo, bordadas com pedrarias e fios de ouro, indicativas das castas ou esferas sociais. Contudo, como se entender a moda atual, sofisticada e “indecente” nas vitrines das lojas de grife? Seriam só para os turistas, apesar da presença constante de mulheres árabes nos malls? Como se dá a passagem da menina que ganha presentes ocidentais globalizados e se veste como todas as crianças do mundo, para uma puberdade com sérias restrições comportamentais e de vestuário? Apesar de estarem vestidas à maneira ocidental por baixo da abaya ou da burka, as mulheres muçulmanas devem seguir as restrições religiosas que se chocam com os hábitos dos inúmeros estrangeiros no país, bem mais numerosos do que os próprios nativos da cidade.

Mais importante do que esse questionamento é a aplicação da lei islâmica para os supostos “crimes”. A “shariah”¹¹ difere muito das leis europeias e americanas, nas formas de castigo, quase sempre corporais, e nos julgamentos, feitos por juízes que decidem as penalidades. Ações que em outros países são consideradas normais, como adultério, sexo antes do casamento, uso de álcool e drogas, código de vestuário, nos Emirados são consideradas crime. A adaptação dos estrangeiros às normas nem sempre é fácil.

¹¹ Shariah é o nome dado ao caminho para seguir a Lei Islâmica, criado para proteger os cinco princípios indispensáveis do islamismo, ou seja, profissão de fé, proteção da vida biológica, proteção da vida intelectual, família e propriedade. Há duas formas de preservação desse princípios: a partir da conscientização religiosa ou com aplicação de castigos. Há castigos para crimes “hudud”, considerados graves, crimes “kisas”, de retaliação, e crimes mais leves, “tazir”. Os crimes mais sérios são assassinato, roubo, adultério, afastamento do islamismo e difamação. Os mais leves são calúnia, roubo menor e consumo de álcool. Shariah controla e regula todos os comportamentos públicos e privados, como higiene, dieta, conduta sexual e educação dos filhos. Prescreve também normas para orações, para o jejum e para a caridade. Deve ser usada como guia para ações individuais e para iteração de grupos, além de guiar resoluções de disputas ou guerras internas ou externas entre nações. Há três diferenças entre o Código Penal Europeu ou Americano e o Islâmico: a religião, o governo e as leis são um só elemento, regido pelo shariah; os juízes islâmicos podem aplicar o castigo que acharem mais conveniente, especialmente para crimes de menor gravidade; o tipo de castigo no islamismo é mais corporal ou pena capital, com amputação de mãos ou pés, dependendo da gravidade do crime. Dubai é a cidade mais tolerante (entre as sete dos Emirados Árabes) em relação aos castigos e aos crimes. Há mais de 1,2 bilhão de muçulmanos no mundo, mais de 20% da população mundial, com 35 nações que têm mais de 50% de muçulmanos e 21 que têm considerável número de muçulmanos. O islamismo está se expandindo rapidamente. Há diversas categorias de muçulmanos, desde os mais radicais, xiitas, até os mais moderados.

Apesar disso, há enorme quantidade de pessoas que se convertem ao islamismo. Um total de 2,763 pessoas (das quais 1,869 são mulheres) de 72 países escolheram o islamismo em 2008, aumentando em 71% o total de conversões de 2007, de acordo com o índice fornecido pela Secretaria de Negócios Islâmicos e o Departamento de Atividades Filantrópicas.¹² Esse fato explica parcialmente a presença das muitas mesquitas espalhadas na cidade. Outra explicação é a imposição do islamismo. Como as normas religiosas obrigam cinco orações por dia, há lugares especiais, minimesquitas, em todos os shoppings e hotéis, considerando que se as mulheres oram em casa, os homens de negócios devem fazer as preces no local de trabalho, mas em espaço apropriado.

Apesar de parecer que as mulheres recebem tratamento especial, considerando que há táxis só para mulheres e local da praia reservado para elas, deve-se analisar que há várias restrições: a mulher muçulmana só pode se casar com muçulmano, ao passo que o homem pode se casar com não muçulmanas; os homens podem ter até quatro mulheres, desde que consigam sustentar e dar o mesmo tratamento a todas, enquanto as mulheres devem ser fiéis e usar a abaya em público, retirando-as somente para seu único marido; na praia, as mulheres ficam distantes do mar, com as vestimentas, observando as estrangeiras; há salas de aula somente para mulheres, que podem estudar apenas nessas condições; há faculdade especial para elas, como resultado de reivindicações.

Sem dúvida, entendemos que os países colonizados, como a Índia, por exemplo, tiveram que lutar contra a influência britânica nos hábitos e vestimentas. Passaram por um período em que usavam somente roupas feitas no país. Gandhi foi o grande incentivador da luta pela identidade indiana. Finalmente, em 1947, conseguiram a independência. O caso de Dubai é outro. Não estão sendo colonizados, mas a presença do Ocidente, nas universidades, malls e hotéis, é inegavelmente um dos fatores ocasionadores de mudanças. As lojas com trajes árabes são minoria, 23 lojas, perdidas entre as 1.200 do Dubai Mall, o maior do mundo, com

¹² www.arabianbusiness.com/54016-thousands-turn-to-islam-in-dubai-figures

grifes como Armani, Banana Republic, Benetton, Burberry, Caramelo, Cerruti, Cortefiel, D & G, Diesel, Dior, Esprit, Fendi, Gant, Gap, Givenchy, Gucci, Guess, IKKS, Gaultier, Kenzo, Lanvin, Lacoste, Moschino, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Trussardi, Versace, Von Dutch, entre muitas outras marcas italianas, francesas, inglesas, americanas, holandesas e alemãs.

Outro elemento importante a ser observado é a presença da língua inglesa por tudo. Isso pode ser explicado pelo apelo turístico, que seria impossível caso o árabe não fosse traduzido. Além disso, o inglês é considerado língua franca, sendo ensinado desde as escolas maternas até as universidades, nas quais as aulas são ministradas em inglês. Por outro lado, o uso extensivo da língua inglesa é também considerado indício de certa perda de identidade linguística, característica de países colonizados, sendo uma das imposições dos colonizadores a adoção de sua língua. No caso de Dubai, pode-se pensar que a meta a ser atingida, isto é, imenso centro de entretenimento agregado a um centro de negócios, só será viabilizada com o uso do inglês.

A Dubai paradoxal

O paradoxo mais visível é a localização geográfica, entre Afeganistão, Irã e Iraque, em região dominada pela guerra e terrorismo, o que faz de Dubai um oásis de glamour e lazer, sendo denominada Las Vegas do Oriente Médio. Por outro lado, as normas rígidas do “shariah” não parecem dialogar amigavelmente com o espetáculo oferecido aos turistas. Além disso, a reflexão sobre a minoria de nativos em sua própria cidade faz com que pensemos até que ponto o islamismo conviverá com o contexto de 80% de estrangeiros, muitos ocidentais, com normas totalmente diferentes.

Se por um lado a semelhança com os Estados Unidos em sua espetacularização do turismo faz de Dubai uma competidora no que se refere ao entretenimento, com parques temáticos, hotéis de luxo e malls atra-

entes, por outro lado há divergência, especialmente de Las Vegas, onde jogo, prostituição e bebidas regem a arquitetura de simulação, trazendo estilos do mundo todo para uma só parte de Las Vegas: a Strip. Em Dubai, a rigidez das normas de conduta e vestuário parece desafiar a sedução das vitrines dos malls, das grifes sofisticadas, da luxúria das decorações e das instigantes atrações que continuamente incitam os turistas e habitantes a interagir com as novidades.

Outro paradoxo está em ser ao mesmo tempo exemplo da contemporaneidade ocidental e modelo do conservadorismo do Golfo. Por trás do brilho das fachadas e dos véus, há uma segunda Dubai, plena de mistérios. Em seu importante papel na economia internacional, atraindo investidores do mundo todo, Dubai mantém-se forte por ser, entre as cidades do Golfo, a mais tolerante com os habitantes e estrangeiros. Com seu modo de receber turistas, facilidade de visto e abertura à vida tecnológica e confortável de muitos países de Primeiro Mundo, Dubai pode mudar a noção do que significa ser uma cidade árabe. Ou incentivar os estrangeiros a adotarem seu estilo de vida. Híbrida, a cidade tem tantos atrativos que fica difícil apreender o que está escondido dos turistas, além dos trabalhadores em seus alojamentos insalubres.

Analisando por outro ângulo, e sem querer incentivar um maniqueísmo na análise, que deve ser imparcial, percebe-se também que as normas, embora bastante rígidas, deveriam ser seguidas pelos turistas que desejam visitar a hiper-realidade de Dubai. Não se pode querer que o lugar se adapte aos visitantes ou habitantes, mas que os mesmos se adaptem às normas. Contudo, no caso de Dubai, seria mais equilibrado chegar a um consenso.

Mesmo com todos os problemas religiosos e de descaso aos trabalhadores, que parecem estar sendo resolvidos, como mostram as estatísticas de conversões e entrevistas de trabalhadores que afirmam ter uma vida melhor que em seu país, alguns críticos sugerem que Dubai conseguiu escolher o que há de melhor em cidades como Hong Kong, Paris e Los Angeles, o que facilitará a mudança de imaginário criado pelos ataques às Torres Gêmeas de 11 de setembro de 2001.

Nesse cenário contraditório e paradoxal, a diferença mais evidente é a aplicação do “shariah”, que difere radicalmente do sistema democrático dos Estados Unidos e Europa. A religião, o governo e as leis são praticamente um só elemento. Sendo assim, a desobediência ao Corão pode levar a sérias penalidades. Os cinco pilares do islamismo, profissão de fé, oração, caridade, jejum e peregrinação, envolvem bem mais do que simples cinco ações. Apesar de mais tolerante, a polícia de Dubai condena à prisão quem pratica adultério, quem faz sexo antes do casamento e quem consome álcool, atividades julgadas bem mais levemente nos países ocidentais. A liberdade de expressão fica comprometida quando a internet é vigiada pelo governo e as notícias passam pelo crivo estatal. Se por um lado Dubai é a terra da oportunidade, a cidade mais desenvolvida do Oriente Médio, e o porto livre que atrai tantos investidores, por outro ainda continua conservadora. A tensão entre as duas Dubais pode se acentuar com o crescimento acelerado da população estrangeira, fazendo com que a identidade islâmica fique ameaçada pelo ambiente de negócios e de turismo que permeia a arquitetura espetacular e o entretenimento sedutor.

Conclusão

Voltando ao início deste artigo e às reflexões de Baudrillard sobre Los Angeles e a Disneyland, aprofundemos o paralelismo entre as duas cidades e as duas Disneys. O autor comenta, em seu livro *América*, que Los Angeles é a cidade-exemplo do espaço pós-moderno, “livre de toda a profundidade, um hiperespaço exterior, sem origem e sem pontos de referência”, onde há cada vez mais freeways e cada vez mais carros velozes, para ir rapidamente de um nada a outro nada. Comparada com Dubai, porém, Los Angeles e a própria Disneyland ficam muito aquém do megaspetáculo do Emirado Árabe. O projeto Dubailand (TM) será o destino de turismo, lazer e entretenimento mais ambicioso do mundo, que dará vida aos personagens da DreamWorks Animation, incluindo

Shrek, o futuro Kung Fu Panda e vários outros. A Tatweer e a DreamWorks Animation também trabalharão juntas para desenvolver novos conceitos, inclusive restaurantes, hotéis e lojas de varejo, oferecendo experiências exclusivas a partir da utilização de mídias inovadoras e de histórias criativas. A expectativa é atingir uma média de 15 milhões de turistas por ano. A Dubailand incluirá a Universal Studios, Dubai Sports City, Motor City, Falcon City, Dubai Heritage Vision, Dubai Industrial City, Dubai Energy, Dubai Mercantile Exchange e o Bawadi, com 51 hotéis de luxo e uma comunidade de golfe - Tiger Woods. Na Cidade da Internet, inaugurada em 2000, instalaram-se filiais da Microsoft, Dell, Siemens, HP, Oracle e IBM, os gigantes mundiais da tecnologia digital. Outro polo empresarial, chamado DuBiotech, foi projetado para atrair laboratórios farmacêuticos.¹³

Além disso, a conclusão das filiais dos Museus de Guggenheim e do Louvre e a presença da Sorbonne enfatizarão a indústria da cultura, enquanto a finalização das ilhas artificiais The World dará a garantia de ter mesmo o mundo todo recriado, o simulacro perfeito, em sua fase final, quando a imagem não é mais o reflexo de uma realidade, nem a está mascarando ou deformando, mas está sim simulando-a, sem relação com qualquer realidade. A imagem hiper-real de Baudrillard (1991, p.13).

O argumento final proposto neste artigo, contudo, é de mais difícil resolução: a relação paradoxal entre o Ocidente e o Oriente, para ser bem-sucedida, deve contar com a hibridização pacífica dos hábitos, normas e leis que regem as práticas religiosas do islamismo, tornando Dubai uma cidade *sui generis*, onde a indústria do entretenimento e do consumo de luxo seja mais imperativa do que a identidade religiosa e a manutenção dos princípios que a regem no momento atual.

Mas o que é Dubai, afinal? Talvez um pouco como Las Vegas, em seus simulacros, mas não é só isso; um pouco como um imenso parque temático, mas também não é só isso; um pouco híbrida, como as cidades colonizadas - Hong Kong, por exemplo, mistura de Ocidente e Oriente,

¹³ http://veja.abril.com.br/050406/p_100.html

com ônibus vermelhos de dois andares, como em Londres, com seus jardins orientais, mas não é só isso. Por ser nova e estar sendo criada no meio de um deserto onde não havia nada, talvez Dubai seja um ultraespaço, que se propõe a aceitar o que surgir – ilhas artificiais, hotéis de alto luxo, centrais de negócios e de mercado de valores, complexos de entretenimento ou esporte. O futuro definirá melhor essa ultramodernidade da cidade, que parece ser um canteiro de obras em progresso, compulsivamente tentando oferecer mais e melhor, por querer atrair o mundo dos turistas em todas as esferas, culinária, alta moda, negócios, cultura, estudo, compras, bolsa de valores, tecnologia. Parece mesmo estar inventando um espaço que chamaríamos de ultrarreal, ou seja, “ultra” no sentido de querer ultrapassar o que já existe, uma hiper-criação do mundo.

Referências

- ANDERSON, P. *As origens da pós-modernidade*. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- ARANTES, P. F. O grau zero da arquitetura na era financeira. In: *Novos Estudos – Cebrap*, n. 80, São Paulo: Ed. Cebrap, 2008, p. 175-195.
- BAUDRILLARD, J. *América*. Trad. A. Cabral. RJ: Rocco, 1986.
- _____. *O crime perfeito*. Trad. Silvina Rodrigues Lopes. Lisboa: Relógio D’Água, 1996.
- _____. *Para uma crítica da economia política do signo*. Trad. Aníal Alves. Lisboa: Martins Fontes, 1995.
- _____. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d’Água, 1991.
- _____. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1999.
- CONNOR, S. *Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo*. Trad. Adail Ubirajara Sobral; Marai Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1989.
- DAVIS, M. Sand, fear and money in Dubai. In: *Evil Paradises*. Nova York: The New Press, 2007.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

- ECO, U. Viagem pela hiper-realidade. In: *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 9-60.
- ESQUIADORES deslizam na neve em pista cravada no deserto. *Folha de S. Paulo*, Turismo, p. F6, 11 out. 2007.
- FOLCH, I. V. Negócio das arábias. *Folha de S. Paulo*, 5 ago. 2007, Mais!, p. 10.
- JAMESON, F. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. Trad. Maria Elisa Cevasco. São Paulo: Ática, 1996.
- _____. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: Kaplan, E. A. (Org.) *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- KAPLAN, E. A. (Org.) *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- LÉVY, P. *O que é o virtual?*. São Paulo: Ed 34, 1996.
- LYPOVETSKI, G. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MILLER, D. *Teoria das compras*. São Paulo: Nobel, 2000.
- POLANYI, K. *A grande transformação*. Rio de Janeiro: Campus, 1980.
- ROCHA, E. *Magia e capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. *A sociedade do sonho*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- TRIGO, L. G. G. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: SENAC, 2003.

Sites pesquisados:

- ECONOMIA UOL: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2010/02/08/a-torre-mais-alta-do-mundo-fechada-em-dubai-por-excesso-de-visitas.jhtm>>. Acesso em: 02/2010
- BBC: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2009/12/091217_dubai_praias_prisoes_rw.shtml>. Acesso em: 12/2009
- ARABIAN BUSINESS: <<http://www.arabianbusiness.com/thousands-turn-islam-in-dubai-offical-figures-80707.html>>. Acesso em: 01/2009
- VEJA: <http://veja.abril.com.br/050406/p_100.html>. Acesso em: 04/2006

