

## **Ecoturismo na cultura de consumo: possibilidade de educação ambiental ou espetáculo?**

**Helio Hintze**

USP - Universidade São Paulo

ESALQ - Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”

SENAC São Paulo – Campus Águas de São Pedro

UNIARARAS – Fundação Hermínio Hometto

Helio Hintze

[heliohintze@yahoo.com.br](mailto:heliohintze@yahoo.com.br)

[helio.chintze@sp.senac.br](mailto:helio.chintze@sp.senac.br)

[Helio@uniararas.br](mailto:Helio@uniararas.br)

**Resumo:** O objetivo deste estudo é averiguar a existência de uma preocupação com a educação ambiental nas atividades e pacotes ecoturísticos comercializados pelo mercado. Os objetivos específicos são (1) realizar levantamento bibliográfico referente ao ecoturismo para discuti-lo como mercadoria e como espetáculo; (2) Identificar a preocupação com a educação ambiental nas atividades ecoturísticas desenvolvidas pelas operadoras de mercado; (3) Apresentar crítica conceitual acerca das relações entre os assuntos abordados. Como trabalho de campo foram entrevistadas 03 operadoras do mercado ecoturístico e 03 pesquisadores de áreas relacionadas aos temas propostos. Por fim, na crítica conceitual das relações entre os assuntos abordados pela dissertação, o ecoturismo foi apresentado como mercadoria, espetáculo e a reafirmação ao turismo convencional – enfoque este que contrapõe as abordagens da tendência hegemônica de estudos do turismo no Brasil.

### **INTRODUÇÃO**

Este artigo é um estudo sobre o ecoturismo<sup>1</sup> – sua origem, contexto e significado – e suas relações na cultura de consumo. O mercado ecoturístico alcançou a casa dos trinta por cento (30%) ao ano, segundo estatísticas oficiais de seu desenvolvimento mundial (WEARING; NEIL, 2001). São os maiores índices do turismo. Isso contudo, não parece ser acompanhado por uma crescente preocupação com a educação ambiental. Perguntamos: quais os limites de uma educação ambiental exercitada em práticas mercadológicas do ecoturismo na cultura de consumo?

O objetivo deste estudo é averiguar a existência de uma preocupação com a

---

<sup>1</sup> Artigo escrito com base na dissertação defendida no Programa de Mestrado em Ecologia Aplicada da Universidade de São Paulo – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” sob orientação do Professor Doutor Antonio Ribeiro de Almeida Junior em 12/09/2008.

educação ambiental (e quais os princípios que a regem) nas atividades de pacotes ecoturísticos comercializados. Para isso, são realizados os seguintes passos: (1) Levantar bibliografia referente ao ecoturismo para discuti-lo como mercadoria e como espetáculo; (2) Identificar a preocupação com a educação ambiental nas atividades ecoturísticas desenvolvidas pelas operadoras de mercado; (3) Apresentar crítica conceitual acerca das relações entre os assuntos abordados.

Entre maio e dezembro de 2007 foi realizada pesquisa qualitativa com entrevista a 03 pesquisadores ligados à educação e educação ambiental (movimento ambientalista) e 03 operadoras que comercializem pacotes intitulados ecoturísticos. Para as operadoras, fizemos as seguintes questões: (1) Para que levar pessoas (crianças, jovens, adultos, idosos) para visitar a natureza? (2) Sua empresa vê diferenças entre ecoturismo e turismo ‘convencional’? (3) Como sua empresa vê a relação entre ecoturismo e educação ambiental? (4) Quanto ao planejamento das atividades de educação ambiental nas atividades ecoturísticas comercializadas por sua empresa, há alguma fundamentação teórica para o trabalho de campo? (5) Como são trabalhadas as questões da educação ambiental pelos condutores de grupos junto aos turistas? Para os pesquisadores, o tema da entrevista foi o mesmo da primeira pergunta às operadoras: Para que levar pessoas (crianças, jovens, adultos, idosos) para visitar a natureza? – Pergunta aberta, realizada de maneira a permitir que o pesquisador possa explorar o tema da maneira que deseje.

Apresentamos então crítica conceitual das relações entre os assuntos abordados, questionando o conceito alternativo do ecoturismo em relação ao turismo convencional.

Este trabalho contribui com o debate do ecoturismo, pois há carência de material sobre o tema nas óticas da cultura de consumo, sociedade do espetáculo, e modernidade líquida<sup>2</sup>; e procura colaborar com atores envolvidos no pensamento e ação do ecoturismo para aproximá-los, pois acreditamos que “todo conhecimento científico visa constituir-se em senso comum” (SANTOS, 2003, p. 88-92).

## **A CONTEMPORANEIDADE E SEUS CONDICIONANTES.**

O ecoturismo é um fenômeno da pós-modernidade. Para compreendê-lo é necessário conhecer algumas informações a cerca de nosso tempo histórico.

---

2 Ouriques (2005) identifica quatro linhas de interpretação e análise do turismo (liberal, planejamento estatal, pós-moderna e a crítica) e afirma que há uma hegemonia no tratamento do assunto com a “massificação de um discurso dominante, ideologicamente pró-turístico, absorvido sem nenhuma análise em pesquisas acadêmicas” (OURIQUES, 2005, p. 69-70), que apresenta carências fundamentais por não considerar modelos analíticos que considerem a complexidade do tema.

A contemporaneidade é chamada de modernidade tardia (HALL, 2000), líquida (BAUMAN, 2001) ou de condição pós-moderna (HARVEY, 2003). A partir do terceiro quarto do século XX os intelectuais agregam o prefixo pós- ao termo modernidade, na tentativa de se explicar o que acontecia num mundo que vivia uma revolução social<sup>3</sup>. Analisamos a velocidade, fragmentações e superficialidade pós-modernas. Características que diferenciam contemporaneidade de outros períodos históricos.

O mundo está mais rápido. A chamada compressão espaço-tempo (BAUMAN, 2001; HARVEY, 2003) é de fundamental importância para compreendermos este momento histórico. Denominaremos tal fenômeno por velocidade. Esta chega a seu quase-limite: vivemos no instantâneo e isso “conduz a cultura e a ética humanas a um território não-mapeado e inexplorado, onde a maioria dos hábitos aprendidos para lidar com os afazeres da vida perdeu sua utilidade e sentido” (BAUMAN, 2001, p. 149).

O século XX é o palco, no período após a 2ª Guerra Mundial, para o rápido desenvolvimento dos transportes, dos sistemas de comunicação e, mais recentemente, da informática (HOBBSAWM, 1995; CASCINO, 2000a), fatores que contribuíram para a aceleração da vida. Tempo da aceleração da produção, imperativo que se produza mais e mais, numa velocidade cada vez maior. Tempo do crescimento econômico, do sempre mais: mais escolas, informações, trabalho, mercadorias, viagens, turismo. Percebemos também a aceleração do consumo e da renovação das necessidades nos consumidores. Compreender o fenômeno dos ditames da moda nos parece elucidativo. Os mercados de massa da moda forneceram uma forma 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 atividade de recreação” (HARVEY, 2003, p. 258). O que vira moda perde sua condição de crítica. Será o ecoturismo uma moda?

A pós-modernidade é um processo sem-fim de rupturas e fragmentações internas que são encontradas em várias dimensões, iniciadas na modernidade (HARVEY, 2003). Tal período é, desde seu início, um processo de liquefação dos sólidos pré-modernos como as lealdades tradicionais, os direitos e obrigações dos costumes, do passado, da tradição, abrindo caminho para libertar a “empresa de negócios dos grilhões dos deveres para com a família e o lar e da densa trama de obrigações éticas [para] deixar restar somente o ‘nexo dinheiro’” (BAUMAN, 2001, p. 7-22). Período que se deu a fragmentação do conhecimento e da investigação científica no desenvolvimento das

---

3 HOBBSAWM, E. A era dos extremos: o breve século XX 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras. 1998, capítulo 10 (A revolução social – 1945-90) e o capítulo 11 (Revolução Cultural).

ciências, com a especialização do saber (e agora a sua hiper-especialização). O método científico assentou-se na redução da complexidade do mundo que a mente humana é incapaz de compreender completamente. Conhecer passou a significar dividir e classificar para depois poder determinar relações sistemáticas entre o que se separou; conhecer significa quantificar, pois aquilo que não é quantificável é cientificamente irrelevante (SANTOS, 2003). O princípio que se impõe é o da racionalização baseada “no cálculo, na possibilidade do cálculo” (LUKÁCS, 1989, p. 102). Isso permitiu o desenvolvimento de um sistema mecânico praticamente independente do ser humano, tornando-o apêndice, apenas contemplando a máquina, pois a produção devidamente calculada deve seguir seu próprio ritmo e atividade do trabalhador “perde o seu caráter de atividade para se tornar numa atitude contemplativa” (LUKÁCS, 1989, p. 103). Nessa realidade fragmentada pela racionalização da mercadoria pode surgir o ‘trabalhador livre’ para vender sua força de trabalho. Tal condição é a “expropriação violenta do tempo” (DEBORD, 2004, p. 108) do trabalhador. Processo tal que extrapola as linhas de produção das fábricas, das escolas passando a “ser o destino geral de toda a sociedade” (LUKÁCS, 1989, p. 105), pois o trabalho assalariado agora é parte do cotidiano do cidadão e esta realidade é posta de tal maneira que “também aqui a personalidade se torna espectador impotente de tudo o que acontece à sua existência, parcela isolada e integrada num sistema estranho” (LUKÁCS, 1989, p. 104). Um período marcado por velocidade e fragmentação é superficial. Tudo tem significado vago, nada se afirma com certeza, com tendências ao relativismo; um tempo que não aprofunda reflexões, ficando assim “difícil formular uma idéia contínua e, por conseguinte, uma ação contínua que possa ser plantada, que germine e que dê frutos” (CASCINO; HINTZE, no prelo). As demandas são rápidas e variadas. Trocamos raízes e profundidade por “rizoma/superfície” (HARVEY, 2003, p. 48) e o mercado impôs-se e determina os resultados, ou seja, produtos.

### **A cultura de consumo**

O ecoturismo é um produto de consumo. É necessário compreender a questão da cultura de consumo, para apreendê-lo de maneira mais complexa. A cultura de consumo é aquela na qual “o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea” (FEATHERSTONE, 1995, p. 121). Tem como perspectiva fundamental, a expansão da produção das mercadorias e da acumulação de bens e locais de consumo (idem, p. 31). É mais que o simples gosto

pelo consumo como algo banal, que os consumidores dedicam boa parte do tempo, mas a “percepção e o tratamento de praticamente todas as partes do ambiente social e das ações que o evocam e estruturam tende a ser orientados pela ‘síndrome consumista’ de predisposições cognitivas e avaliativas” (BAUMAN, 2007, p. 109). Há a remodelagem da Política com ‘P’ maiúsculo por tal síndrome. A cultura de consumo desenvolve-se no período no qual o foco do capitalismo desvia-se da produção para o consumo, levando assim o mercado para o centro da sociedade contemporânea e a mercadoria, para o centro de tal mercado (NOBRE, 2005). Situar e compreender o ecoturismo neste contexto é fundamental. A cultura de consumo transforma tudo em mercadoria, dando continuidade à dinâmica do capitalismo em gerar lucro. Tudo se torna consumível: tempo e experiência, natureza e consciência. A produção de mercadorias é constante; tudo se transforma em produto, venda, negócio, pacote. Para Bauman (2007) o mercado é uma versão atualizada do sonho do Rei Midas, afinal aquilo que ele toca, não importa o que seja, transforma-se em mercadoria de consumo – incluindo as coisas que “tentam escapar a esse domínio e até os meios e as formas utilizados em suas tentativas de escape” (BAUMAN, 2007, p. 118), e o produtor capitalista em sua ação tem cada vez mais o “‘papel de alcoviteiro’ entre os consumidores e seu sentido de necessidade, excitando neles apetites mórbidos, à espreita de cada uma de suas fraquezas – tudo isso para que possa exigir o numerário pelo seu serviço de amor” (HARVEY, 2003, p. 99).

Na busca de respostas para as questões aqui abordadas devemos passar pela “solução do enigma da estrutura da mercadoria” (LUKÁCS, 1989, p. 97), pois tal assume posição essencial em nossa sociedade, e não é apenas um problema particular, mas é um problema estruturador da própria sociedade “em todas as suas manifestações vitais” (LUKÁCS, 1989, p. 97). O “dinheiro e a troca no mercado põem um véu, ‘mascaram’ as relações sociais entre as coisas” (HARVEY, 2003, p. 98) fazendo-as parecer relações entre pessoas. Tal ilusão torna opacas relações entre os consumidores e aqueles que produziram as mercadorias consumidas. No mercado, os consumidores não reconhecem nenhum afeto por quaisquer sofrimentos ou dramas pessoais dos indivíduos que produziram tais mercadorias. É com o dinheiro pago que se dá a única relação.

Quanto ao turismo, Mario Beni, estudioso do tema no Brasil, comenta que em relação a bens subjetivos ou imateriais que não são apropriáveis ou de difícil valoração, tais como “o ar puro, o mar, as belezas naturais, é indubitável que estão hoje adquirindo, como nunca altos valores econômicos devido aos conglomerados urbanos sempre crescentes e às dificuldades de fruição, por todos, de um estilo de vida natural” (BENI,

2000, p. 38). E completa “sua apropriabilidade traduz-se na sua capacidade de utilização coletiva” (BENI, 2000, p. 38), ou seja, em seu consumo. Beni (2000) nos leva a refletir sobre a apropriação “irrestrita de praticamente todos os temas da sociedade pelo mercado” (SERRANO, 2000, p. 10) e sua relação ao sonho do Rei Midas.

### **A sociedade do espetáculo**

No vocabulário do cotidiano espetáculo é algo excepcionalmente interessante. Sua etimologia vem do latim “*spectaculum*: vista, aspecto, chamar a atenção pública, jogos públicos; derivado de *spectare*: olhar, observar atentamente, contemplar”<sup>4</sup>. Palavras que indicam uma atitude contemplativa, de passividade. O Espetáculo é frequente e propositalmente confundido com simples crítica aos meios de comunicação de massa (JAPPE, 1999), sendo que não é apenas isso. Tais meios são sua “manifestação superficial mais esmagadora, [e se isso] dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade” (DEBORD, 2004, p. 20-21). O Espetáculo é uma teoria crítica da sociedade contemporânea, apresentando-a como a que mais se desenvolveu o fetichismo da mercadoria, sendo que este conceito se constitui como a “chave para compreender o mundo de hoje” (JAPPE, 1999, p. 15).

No primeiro estágio de desenvolvimento do Espetáculo houve uma degradação do sentido do ‘ser’ para o do ‘ter’. Na fase atual a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, “leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo ‘ter’ efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última” (DEBORD, 2004, p. 18). No processo de empobrecimento da vida, por conta da fragmentação e separação, a sociedade perde todo seu aspecto unitário. O Espetáculo consiste na “recomposição, no plano da imagem, dos aspectos separados” (JAPPE, 1999, p. 20), afinal ele é a “perda da unidade do mundo” (DEBORD, 2004, p. 23). O capitalismo promove a decomposição da vida cotidiana, na qual a racionalidade da mercadoria (e das imagens), perpassa as relações humanas, pois “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagens” (DEBORD, 2004, p. 14). O consumidor é espectador passivo e “a contemplação passiva de imagens, que ademais foram escolhidas por outros, substitui o vivido e a determinação dos acontecimentos pelo próprio indivíduo” (JAPPE, 1999, p. 19). Como

---

<sup>4</sup> Conferir o dicionário da Língua Portuguesa - HOUAISS, 2001, p. 1229,

na religião, o espetáculo obedece ao mecanismo que projeta ‘no céu’ a finalidade última da vida ‘na terra’. Assim, “cada momento da vida, cada idéia e cada gesto só encontram seu sentido fora de si mesmo” (idem, p. 22). É uma idéia, que descontrolada (autonomizada), domina seu criador. Os deuses criados pela humanidade a dominaram e o espetáculo nada mais é que “a reconstrução material da ilusão religiosa” (DEBORD, 2004, p. 19), produzindo em favor do objeto contemplado, a alienação do espectador, assim “quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo” (idem, p. 24). A economia não atende mais aos desejos humanos, visa apenas sua própria reprodução num processo sem fim, por isso alienante (JAPPE, 1999), pois “a economia transforma o mundo, mas o transforma apenas em mundo da mercadoria” (DEBORD, 2004, p. 30), submetendo a si toda vida. O espetáculo é o “dinheiro que apenas se olha, porque nele a totalidade do uso se troca contra a totalidade da representação abstrata” (DEBORD, 2004, p. 34). O lucro subordina a vida humana e despreza o trabalho realizado para que se atinja este fim. Visa apenas a produzir, no fim de seu ciclo, uma quantidade de valor, sob a forma de dinheiro maior do que possuía no início (JAPPE, 1999, p. 32).

Estas relações não estão presentes apenas na questão do trabalho, elas estão na vida em sua totalidade. Se durante a fase inicial do capitalismo, o proletário deveria apenas cumprir o papel de operário, quando um determinado nível de produção é atingido, ele é convocado a participar do sistema econômico de outras maneiras e

subitamente lavado do absoluto desprezo com que é tratado, em todas as formas de organização e controle da produção, ele continua a existir fora dessa produção, aparentemente tratado como adulto, com uma amabilidade forçada, sob o disfarce de consumidor [...] a mercadoria se encarrega dos “lazer e da humanidade” do trabalhador (DEBORD, 2004, p. 31).

A economia invade completamente a vida social, por meio do consumo, dos lazeres etc., pois “não só o trabalho, mas também as outras atividades humanas, o que se chama de tempo livre, são organizados de modo a justificar e a perpetuar o modo de produção vigente” (JAPPE, 1999, p. 25). O lazer dirigido segue o mesmo ritmo do trabalho alienado. A atitude meramente contemplativa, antes característica do trabalho agora se estende por todo o conjunto de atividades sociais, pois o espetáculo é a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre desta

escolha” (DEBORD, 2004, p. 14-15), colocando o lazer assim em condição de atividade alienada, pois obedece igualmente à lógica da continuidade do capital. Isso implica na invasão de toda a vida social. Assim, “tudo o que falta à vida se encontra nesse conjunto de representações independentes que é o espetáculo” (JAPPE, 1999, p.20). Os indivíduos estão socialmente isolados e só encontram “sua unidade no espetáculo” (JAPPE, 1999, p. 20). Porém, “o espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado” (DEBORD, 2004, p. 23) reforçando assim sua própria condição. Quanto mais o indivíduo sente-se separado, mais precisa do Espetáculo, como forma de pseudo-integração, quanto mais precisa do Espetáculo, mais se separa. Atualmente a massa de oprimidos já não é composta apenas pelos trabalhadores de indústria, mas de todos os assalariados, pequenos produtores etc (FREITAG, 2004). É, enfim, a “proletarização do mundo” (DEBORD, 2004, p. 22).

A substituição do tempo ‘qualitativo’ por um ‘quantitativo’ na racionalidade da produção torna-o tempo-mercadoria, uma acumulação infinita de intervalos equivalentes. Desvalorizado representa a “inversão completa do tempo como ‘campo de desenvolvimento humano’ [...] um tempo pseudocíclico [...enfim] tempo espetacular” (DEBORD, 2004, p. 103-105). O tempo pseudo-cíclico não está baseado em traços naturais do tempo, ele cria “novas combinações homólogas: o dia e a noite, o trabalho e o descanso semanais, e a volta dos períodos de férias” (DEBORD, 2004, p. 104).

O tempo de lazer se torna uma imagem social para o consumo. É uma mercadoria espetacular – dominada por momentos de lazer e de férias que são alvo de grande desejo – que deve ser oferecida como um “momento da vida real, cujo retorno cíclico deve ser aguardado” (DEBORD, 2004, p. 106). No entanto, em tais momentos concedidos à vida ainda é o espetáculo que se “mostra e se reproduz, atingindo um grau mais intenso. O que foi representado como a vida real revela-se apenas como a vida mais realmente espetacular” (DEBORD, 2004, p. 106). O consumo tem como missão preencher o tempo livre das pessoas e passa a ser a resposta à felicidade. A mídia diz que “a felicidade não precisa ser adiada para o futuro, por já estar concretizada no presente” (FREITAG, 2004, p. 72-73).

O Espetáculo não é apenas dinheiro ou bens materiais, mas “toda a extensão da sociedade é seu retrato” (DEBORD, 2004, p. 34), pois tudo se tornou mercadoria. É o “vínculo abstrato que a troca institui entre os homens” (JAPPE, 1999, p. 36). Momento em que a mercadoria toma uma dimensão tão concentrada que se torna imagem, como no irônico aforismo que Debord faz em alusão a um dos pensamentos de Marx: “toda a



vida das sociedades em que reinam as condições modernas de produção apresenta-se como uma imensa acumulação de espetáculos” (DEBORD, 2004, p.13).

A questão da imagem é fundamental no entendimento da sociedade do espetáculo, pois “quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico” (DEBORD, 2004, p. 18). O espetáculo utiliza-se da visão como sentido privilegiado do ser humano, mas é um mundo que já não se pode ver diretamente (DEBORD, 2004, p. 18). Assim, o turismo – por parentesco o ecoturismo – nos parece circulação humana em busca de um consumo que se resume num lazer de idas e vindas para ver o que se tornou banal no “seio das mesmas redundâncias de imagens e comportamentos” (GUATTARI, 2001, p. 8). O planejamento econômico da frequência dos diferentes lugares garante sua equivalência, pois “a mesma modernização que retirou da viagem o tempo, lhe retirou também a realidade do espaço” (DEBORD, 2004, p. 112).

## **ECOTURISMO NA CULTURA DE CONSUMO**

O turismo é um fenômeno moderno. A estruturação da modernidade – conversão do tempo orgânico em tempo de produção; surgimento do tempo pseudocíclico e compensação desta perda qualitativa da relação com o tempo pela prática da evasão; as condições de vida urbana; o ritmo das cidades; as relações de trabalho e os direitos trabalhistas – favoreceu o início das viagens turísticas com o objetivo busca de prazer e emoção, com intuito de desenvolvimento pessoal e da apreciação estética (THOMAS, 1989; SERRANO, 2000; SALGUEIRO, 2002). O turismo como é conhecido atualmente encontra um importante ponto estruturador nas viagens de jovens da aristocracia ao final do século XVII. Ao final do século XVIII que o Grand Tour<sup>5</sup> dos ingleses passa a se estruturar e se disseminar entre a classe média urbana. Tal desenvolvimento estimulou a institucionalização e a oferta de serviços como os de “hospedagem, e o surgimento dos guias – seja como pessoas, seja na forma de livros – que contribuem para a disseminação de rotinas, códigos e signos das viagens” (SERRANO, 2000, p. 38).

A OMT (Organização Mundial do Turismo) define turismo como “atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permaneçam por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros

---

<sup>5</sup> Embora o Grand Tour tenha contribuído neste sentido, ele é essencialmente diferente do turismo, pois os grand tourists eram ricos aristocratas e suas viagens não tinham relação com o fruto de trabalho, nem eram realizadas naquilo que conhecemos atualmente por tempo livre (LABATE, 2000).

motivos” (OMT, 2003, p. 20). As motivações turísticas (ANDRADE, 1997, p. 85-97) são diversas: desejo de evasão causado pela “artificialização da vida” (OURIQUES, 2005, p. 40), espírito de aventura, aquisição de status, motivação cultural e comercial.

Os atrativos turísticos referem-se a “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (BENI, 2000, p. 330). Os bens turísticos podem ser naturais, histórico-culturais, como manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas ou acontecimentos programados, enfim “todos os elementos subjetivos e objetivos ao nosso dispor, dotados de apropriabilidade, passíveis de receber um valor econômico, ou seja, um preço” (BENI, 2000, p. 38)<sup>6</sup>. O produto turismo é fruto da combinação do uso de bens tangíveis; da utilização dos atrativos turísticos; estruturas existentes como estradas, portos e aeroportos; a localidade, o território, a paisagem, os habitantes do local, seus costumes, cultura, tradições; enfim comercializa o lugar sob a forma metafórica do pacote. O tempo de vida dos serviços é bem menor que o dos produtos, isso faz com que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços efêmeros em termos de consumo. (HARVEY, 2003, p. 258)

Percebemos a apropriação do capital sobre os lugares, objetos ou acontecimentos e sua conversão em produtos turísticos. Qualquer que seja o interesse das pessoas, o capital converte em atrações turísticas. O mercado empacota “lugares e seus atrativos e serviços, além da subjetividade, utilizando-a juntamente com o ambiente, como matéria-prima para a produção de mais uma mercadoria” (SERRANO, 2001, p. 206).

Na bibliografia consultada (da visão economicista da tendência hegemônica de análise do turismo no Brasil), o turismo pode causar impactos positivos e negativos sobre o ambiente natural ou socialmente produzido. A prática do turismo impacta seu próprio substrato (PIRES, 2005). Tal leitura defende a geração de emprego, renda e estímulo ao desenvolvimento econômico em vários níveis (local, regional, estadual, nacional) pelo turismo (BENI, 2000; ANSARAH, 2001), no entanto, a substituição de ocupações tradicionais por subempregos, nos quais as pessoas da localidade passam a exercer funções em outras atividades como caseiros, ou empregados da construção civil, de órgãos públicos ou serviços relacionados ao comércio (LUCHIARI, 2001, p. 67). Se a troca de idéias, costumes e estilos de vida entre visitantes e visitados pode ser proveitosa durante uma atividade ecoturística, tal experiência pode converter-se em

---

6 Autor que pertence à corrente liberal de análise do turismo de acordo com Ouriques (2005)

perda de valores tradicionais pela homogeneização das culturas (SERRANO, 2001).

Por conta dos impactos e da exploração do turismo com proporções de indústria de massa, agressiva aos lugares explorados, este passou a receber críticas de alguns autores. Como alternativa surgem novas formas de discursos de desenvolvimento. É necessário pensar na prática do turismo ‘sustentável’ – aquele que “atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro” (OMT, 2003, p. 24). Ele também é visto como possibilidade de condução ao gerenciamento de todos os recursos, “de tal forma que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida” (idem, p. 24). Assim, o conceito de turismo sustentável engloba três dimensões – a ambiental: o meio ambiente, tanto natural quanto construído; a econômica: a vida econômica de comunidades e empresas; a social: os aspectos sociais do turismo, em termos de seus impactos sobre culturas locais e turistas, e o modo como são tratados os que trabalham no turismo (SWARBROOKE, 2000a, p. 73-109).

### **Ecoturismo como segmento do mercado turístico**

O ecoturismo é considerado pelo Ministério do Turismo do Brasil nas Diretrizes para a Política Nacional de Ecoturismo<sup>7</sup> - DPNE, o “segmento da atividade turística” (BRASIL, 1994, p. 19) com maior crescimento. Para o mercado turístico, é um de seus principais produtos em forte expansão (BRASIL, 1994, p. 9-12). Tem como diferenciais, o atendimento a pequenos grupos de até 25 pessoas; utilização de meios de hospedagem com menos de 100 leitos; operação por empresas de pequeno a médio porte, concentrando-se na condução e na acomodação de pequenos grupos para oferecer atendimento mais personalizado com o uso de materiais interpretativos e guias especializados, além da preocupação com a capacitação de guias, operadores e fornecedores dos serviços requeridos pela atividade (PIRES, 2005). O ecoturismo inclui viagens às áreas naturais ou com presença humana baixa, em que “o ecoturista envolvido na experiência externa busca uma motivação explícita de satisfazer sua

---

<sup>7</sup> Diretrizes desenvolvidas pelo Governo Federal com colaboração do Grupo Interministerial composto pelos Ministérios da Indústria, do Comércio e do Turismo (desmembrado), do Meio Ambiente e Amazônia Legal, pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis – IBAMA e Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (atualmente Ministério do Turismo) e contou com a participação de várias ONG’s.

necessidade por educação e consciência ambiental, social e/ou cultural por meio de visita à área e vivência nela” (PIRES, 2005, p. 484).

Na década de 1970, a exploração do turismo de massa estava no auge e representava o paradigma social dominante – culto ao progresso e à prosperidade do crescimento econômico, sobrepondo-se às questões ambientais, desconhecendo limites para o crescimento (PIRES, 2002, p. 34).

As origens históricas do ecoturismo estão no caldo cultural que ao final da década de 1960 e início dos anos de 1970 agitava o mundo com questões ecológicas, pacifistas, feministas, dos negros no movimento *Black Power*, o movimento Hippie, o *Flower Power*, entre outros. Movimentos de minorias que em sentido amplo podem ser considerados ambientalistas, com princípios questionadores da sociedade capitalista – seu desenvolvimento, padrões e limites – da qual uma das características mais marcantes é o consumismo. A palavra turismo recebeu o prefixo eco- que etimologicamente vem do grego “oikos, que significa lar ou habitat. O meio ambiente que nós, os humanos, habitamos é, em sua máxima essência, o nosso lar, a nossa morada, o nosso sustento” (WEARING; NEIL, 2001, p. xvii). A origem do ecoturismo tem raízes numa filosofia de vida baseada na herança filosófica adotada por movimentos ambientalistas. O primeiro a usar o termo ecoturismo foi Hector Ceballos-Lascuráin no ano de 1983 (PIRES, 2002). O ecoturismo era uma alternativa ao turismo de massas.

O ecoturismo foi originariamente concebido como uma forma de turismo de baixo impacto sobre os locais e comunidades nas quais se desenvolve, como ‘alternativa’ ao turismo convencional de massas, que causa os mais diversos impactos ambientais e sociais. Turismo alternativo que deve tentar minimizar o impacto ambiental e sociocultural negativo dos turistas, “promovendo abordagens radicalmente diferentes em relação ao turismo convencional” (WEARING; NEIL, 2001, p. 2).

Segundo as DPNE, o ecoturismo é um segmento da atividade turística que se utiliza de “forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas” (BRASIL, 1994, p. 19).

As atividades que buscam o *status* de ecoturismo, além de serem desenvolvidas em ambientes naturais, devem considerar a difusão de uma “consciência ecológica pelo advento da educação ambiental” (PIRES, 2002, p. 159) em suas práticas de mercado. Sendo assim, o foco do caráter alternativo que o ecoturismo tem em relação ao turismo convencional, é que o primeiro apresenta a introdução do componente educacional

(PIRES, 2002, p. 156) como diferencial ao segundo. No caso do Brasil, o ecoturismo é visto como uma possibilidade para a educação ambiental.

Para que uma atividade turística receba o prefixo eco-, deve considerar três aspectos básicos: os critérios de sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica; “o aspecto educativo [...] que relaciona-se com a disseminação da educação, sobretudo a ambiental, entre todos os envolvidos no andamento da atividade” (PIRES, 2002, p.158) e participação das comunidades locais<sup>8</sup>. O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP) reconhece que é necessário “incluir a interpretação ambiental, a experiência da aprendizagem no ambiente” (PIRES, 2002, p.160) como requisito para um padrão de sustentabilidade. O ecoturismo deve privilegiar as experiências participativas e esclarecedoras que incentivam uma educação de todas as partes, comunidades locais e o governo, as organizações não-governamentais, a indústria e os turistas, antes e durante como depois da experiência da viagem. Deve incentivar nos envolvidos, o reconhecimento de valores intrínsecos dos recursos naturais e culturais. (SWARBROOKE, 2000b, p. 65)

Espera-se do ecoturista um comportamento diferenciado do turista convencional. O primeiro deve possuir uma ética ambiental e boa vontade de não degradar o recurso visitado; deve ter foco na motivação intrínseca e não extrínseca; ter orientação biocêntrica em vez de antropocêntrica e a intenção de beneficiar a vida selvagem e o ambiente natural; além de procurar uma experiência direta com tal ambiente. Espera-se que o ecoturista procure e tenha expectativa de educação e apreciação; além de alta dimensão cognitiva e afetiva (WEARING; NEIL, 2001). Quanto às estruturas de recepção dos lugares visitados, o ecoturista procura adaptar-se ao meio ambiente e o turista convencional adapta-o a seu comportamento cotidiano. O fato que une ambos é que eles buscam novas experiências (idem, p. 198-209), para vivenciar e consumir.

Numa rápida comparação entre o turismo de aventura e o ecoturismo podemos conferir que o primeiro busca ambientes remotos para sua prática, há maior incerteza quanto aos resultados dos programas, é buscada uma minimização dos impactos negativos e há tanto resultados como riscos inesperados; no segundo há a necessidade das práticas de educação ambiental, há um maior interesse por cultura, paisagens e pela interpretação do ambiente, é desejável um número reduzido de clientes e igualmente há a preocupação com a minimização dos impactos (RAMOS, 2005, p. 475). A educação

---

<sup>8</sup> Embora os dois outros aspectos da conceituação sejam importantes, o foco deste estudo é na educação.

ambiental participa do ecoturismo, mas não no turismo de aventura. Há uma tênue linha difícil de ser apreendida, que gera confusão entre os conceitos.

## EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A educação em seu amplo significado tem como missão dedicar-se à identificação da origem de erros, ilusões e cegueiras, e com isso, armar cada um para o combate vital para a lucidez; realizar o exame e o estudo da complexidade humana; e ensinar a ética da compreensão planetária, através de uma reforma em sua mentalidade (MORIN, 2003). Por isso, não deve limitar-se aos bancos escolares de um sistema formal de ensino, antes deve ser explorada de outras maneiras. Nos referimos à educação ambiental.

No Brasil, a Política Nacional de Educação Ambiental<sup>9</sup> aborda a educação ambiental como parte do processo educativo da nação nos âmbitos formal e não-formal. De acordo com tal lei<sup>10</sup>, entende-se por educação ambiental não-formal, ações e práticas “educativas voltadas à sensibilização da coletividade sobre as questões ambientais e à sua organização e participação na defesa da qualidade do meio ambiente.” (BRASIL, 1999, p. 6). No parágrafo único: “O poder público, em níveis federal, estadual e municipal, incentivará: VII - o ecoturismo” (BRASIL, 1999, p. 6). A educação ambiental deve contemplar o ambiente nos “aspectos políticos, sociais, econômicos, científicos, tecnológicos, culturais, ecológicos e éticos” (DIAS, 2003, p.82)<sup>11</sup>

Em 1987, a publicação do texto Nosso Futuro Comum tornou-se referência para o assunto. Neste documento a educação ambiental deveria preocupar-se com a conscientização, com a transmissão de informações, e com o

desenvolvimento de hábitos e habilidades, promoção de valores, estabelecimento de critérios e padrões, e orientações para a resolução de problemas e tomadas de decisões. Portanto, deveria objetivar modificações comportamentais nos campos cognitivos e afetivos (DIAS, 2003, p. 140).

---

<sup>9</sup> Lei 9795 de 27/04/99 foi elaborada pelo Programa Nacional de Educação Ambiental

<sup>10</sup> Capítulo II - Seção III - Artigo 13 - Inciso VII

<sup>11</sup> “ocorreu uma redução de sua proposta original que acabou por dar o tom verde à educação ambiental no caso específico do Brasil, pois surpreendentemente o MEC – Ministério da Educação e Cultura – ignorando a Conferência de Tbilisi, publicou o documento Ecologia – uma proposta para o ensino de 1o e 2o graus. Isso representou um retrocesso grotesco, dada a abordagem reducionista apresentada, na qual a Educação Ambiental ficaria condicionada nos pacotes das ciências biológicas, como queriam os países industrializados, sem que se considerassem os demais aspectos da questão ambiental (sociais, culturais, econômicos, políticos, etc.), comprometendo o potencial analítico e reflexivo dos seus contextos – desde o local até o global – bem como o seu potencial catalítico-indutor de ações” (DIAS, 2003, p. 83-84).

Propor tais modificações é importante passo (relacionado a este estudo) na sensibilização das pessoas para a mudança de atitude, hábitos e valores.

Outro importante documento na história da educação ambiental é o Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global (Tratado). O princípio número 1 do Tratado afirma que “a educação é um direito de todos, somos todos aprendizes e educadores” (FÓRUM, 1992, p. 1). O princípio fala da educação e a relação entre seus sujeitos, que apesar das diferenças que os conotam, não se reduzem à condição de objeto um do outro, pois “quem ensina aprende ao ensinar e quem aprende ensina ao aprender” (FREIRE, 2002, p. 25). É necessário reconhecer que todos os envolvidos no processo educativo estão em condições de aprender e de ensinar. O princípio 2 afirma que a educação ambiental deve ter como base o “pensamento crítico e inovador, em qualquer tempo ou lugar, em seus modos formal, não-formal e informal, promovendo a transformação e a construção da sociedade” (FÓRUM, 1992, p. 1-2). E o princípio 4 diz que a educação ambiental “não é neutra, mas ideológica. É um ato político, baseado em valores para a transformação social”. (FÓRUM, 1992, p. 1-2).

A educação libertadora de Paulo Freire está a serviço da construção deste espírito crítico, inovador e autônomo. Há nestes princípios a influência da pedagogia freireana. Freire não escreveu uma linha sequer sobre a educação ambiental, mas sua pedagogia foi fundamental para o Tratado, pois percebe-se a presença de suas idéias em vários momentos do texto. Sua obra é importante fundamento para tal educação, se esta se pretende crítica. O ato educativo deve inscrever-se num movimento de leitura do mundo e de sua problematização e deve visar à criação de possibilidades da construção de um conhecimento com autonomia. A tarefa da educação é “indagar ao mundo, questioná-lo, pensar sua mudança, sugerir ações e refletir sobre os resultados desta” (CASCINO; HINTZE, no prelo). Freire denuncia a educação bancária, na qual “o ‘saber’ é uma doação dos que se julgam sábios aos que julgam nada saber. Doação que se funda numa das manifestações instrumentais da ideologia da opressão” (FREIRE, 2001, p. 58). Na pedagogia de Paulo freire “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção” (FREIRE, 2002, p. 25), este ensinamento tem relação direta com a educação ambiental não-formal no ecoturismo, pois durante as visitas a ambientes naturais, o condutor de grupos assume o papel de educador, conduzindo os ecoturistas e tendo a oportunidade de promover situações que se convertam em experiências educativas. A produção do conhecimento deve dar-se na cooperação e não em relações professorais de imposição porque “não se

faz educação dentro da cabeça de ninguém; se faz educação no contexto histórico, no contexto cultural. É por isso também que ela não pode ser neutra; não há, nunca houve, nem vai haver neutralidade educacional” (OVALLES; VIEZZER, 1995, p. 14)<sup>12</sup>.

O princípio 5 diz que “a educação ambiental deve envolver uma perspectiva holística, enfocando a relação entre o ser humano, a natureza e o universo, de forma interdisciplinar” (FÓRUM, 1992, p. 1-2), afinal o ambiente deve ser considerado em sua complexidade de relações e não de forma fragmentada. E no princípio 15 a educação ambiental deve integrar conhecimentos, aptidões, valores, atitudes e ações e “deve converter cada oportunidade em experiências educativas de sociedades sustentáveis” (FÓRUM, 1992, p. 1-2). O princípio aponta para a conversão das experiências do ecoturismo em experiências educativas, como faz a lei de educação ambiental ao indicá-lo como estratégia da educação ambiental não-formal.

No princípio 16 a educação ambiental deve ajudar a desenvolver “uma consciência ética sobre todas as formas de vida com as quais compartilhamos este planeta, respeitar seus ciclos vitais e impor limites à exploração dessas formas de vida pelos seres humanos” (FÓRUM, 1992, p. 1-2) aprofundando assim o debate sobre a valoração das coisas e a análise crítica a respeito da condição humana em relação ao mundo. O contato entre os seres humanos e a natureza pode propiciar tal educação.

A diretriz 5 aponta para a necessidade do “desenvolvimento de conhecimentos, metodologias e práticas de educação ambiental em todos os espaços de educação formal, informal e não-formal e para todas as faixas etárias” (FÓRUM, 1992, p. 3). Para isso, como aponta a diretriz 6 é necessário que se possa “promover e apoiar instâncias de capacitação de recursos humanos para o gerenciamento do ambiente, como parte do exercício da cidadania local e planetária” (FÓRUM, 1992, p. 3). E a diretriz 16 traz uma das mais difíceis missões do Tratado que é a de “promover a compreensão das causas dos hábitos consumistas e agir para a transformação dos sistemas que os sustentam, assim como para a transformação de nossas próprias práticas” (FÓRUM, 1992, p. 3).

O ecoturismo no Brasil em sua definição pelo Poder Público deve desenvolver uma “consciência ambientalista” (BRASIL, 1994, p. 19) em seus praticantes. Isso tem respaldo na diretriz 21 do Tratado, para a qual é preciso “assegurar que os grupos de ecologistas popularizem suas atividades e que as comunidades incorporem em seu

---

<sup>12</sup> Esta citação faz parte da palestra proferida por Paulo Freire na Jornada Pela Vida, na Eco-92, constante do livro de OVALLES, O.; VEIZZER, M. **Manual latino americano de educação ambiental**. São Paulo: Gaia. 1995.



cotidiano a questão ecológica” (FÓRUM, 1992, p. 3). Diferentemente do ensino formal, o ecoturismo é uma possibilidade para a prática da educação ambiental não-formal. Nestes grupos estão os empresários que tenham compromisso em atuar dentro de uma “lógica de recuperação e conservação do meio ambiente e da melhoria da qualidade de vida humana” (FÓRUM, 1992, p. 5). Devem envolver-se, todos os profissionais da educação que estejam interessados em “implantar e implementar programas voltados à questão ambiental tanto nas redes formais de ensino como em outros espaços educacionais” (FÓRUM, 1992, p. 5). Pensamos aqui, nos empresários do ecoturismo.

### **O ecoturismo como veículo para educação ambiental não-formal.**

Acreditamos que seja possível reconhecer-se no contato com a natureza, afinal este é o espaço da gênese do ser humano. A visita ao ambiente natural possibilita o reencontro com o humano que há em nós que vivemos em alienação para as coisas da natureza. É no enfrentamento das adversidades típicas deste ambiente que se torna possível este encontro e a possibilidade de “desvelar sensações instintivas, sensibilidades oprimidas, encantamentos e pavores próprios de uma condição primitiva agora desaparecida”. (CASCINO, 2000b, p. 203). A possibilidade de sensibilizar pessoas num ambiente natural e não controlado pode possibilitar rupturas com o atual padrão de vida, que é baseado numa mentalidade consumista. Estas oportunidades podem induzir à “construção de novas leituras / discursos sobre nós mesmos, nossos prazeres, nossas crenças sobre o que somos, o que gostamos o que acreditamos” (CASCINO, 1998, p. 9). O ecoturismo é um veículo apropriado para a prática da educação ambiental não-formal, por conta da informalidade de sua prática e pela força que os ambientes naturais têm na desestruturação de referências e condicionamentos sociais inscritos no corpo e nos hábitos de cada um. No ambiente natural o ser humano pode redescobrir sua capacidade de lidar com o inesperado, enfrentando seus medos (SERRANO, 2000, p. 17).

O Tratado aqui analisado é base para a relação entre educação ambiental não-formal e ecoturismo, considerando que “o passado de ambos - a contracultura dos anos 1960 - é um caminho sólido, conceitualmente profundo” (CASCINO, 2000b, p. 204).

A prática de uma educação ambiental não-formal no ecoturismo deve valer-se de momentos de contato entre os seres humanos e ambientes naturais na tentativa de sensibilizar os primeiros à compreensão da complexidade das relações que ali se desenrolam, para uma possível mudança de atitude no cotidiano. Para Neiman, o

contato na natureza é “um elemento sensibilizador num primeiro momento. Para num segundo momento, haver uma reflexão da vida cotidiana das pessoas com a questão ambiental de uma maneira mais ampla [por isso] levar [pessoas à natureza] tem que ter um motivo educacional” (NEIMAN). Na atuação dos profissionais e nos estudos acadêmicos, o ecoturismo deve ter uma missão educacional que pense o ambiente em sua complexidade. De outra maneira é preferível chamá-lo de “turismo – o convencional – que passa despreocupadamente por cima das áreas que visita” (CASCINO; FIGUEIREDO, 2005, p. 550).

O ecoturismo exige que se pense numa maneira proveitosa no sentido da experiência de se realizar visitas à natureza. Visitas interessadas são aquelas nas quais há a possibilidade de se mudar a relação com o espaço e o tempo, consigo mesmo e com os outros; para tanto, não devem ser realizadas de maneira superficial, por meio de comportamentos indiferentes ou agressivos que caracterizam o modo de vida nas cidades. O homem pós-moderno está distanciado da natureza e isso

faz com que ele não seja um observador. Ele é um consumidor. Ele consome com os olhos, consome com dinheiro, consome com o ouvido, mas ele não é um respeitador, um conhecedor da natureza [...] Ele vê a qualidade do belo, do bonito, é isso que 90%, 80% vêem, querem ver o diferente, mas não é um diferente para conhecer, para respeitar<sup>13</sup>.  
(DIEGUES)

O planejamento de estratégias educativas deve iniciar-se na intencionalidade das operadoras ecoturísticas. Em tal planejamento não há a necessidade da incorporação de discursos ambientalistas. Todavia, a estratégia educativa deve ser bem planejada, requer estudo, fundamentação e constante revisão de sua prática. O profissional que se envolve com tais práticas, planejando seu trabalho sob tal fundamentação poderá realizar “um trabalho de maior responsabilidade social, e se tornará um agente transformador da qualidade de vida, e não um mero condutor de grupos de um lado para o outro” (MENDONÇA; NEIMAN, 2003, p. 72). É fundamental que os profissionais envolvidos com as atividades ecoturísticas – dos planejadores dos roteiros até aqueles que a executam – tenham em mente a necessidade da inserção do processo educativo.

A participação da comunidade local é fundamental para a concepção do roteiro. Qual deve ser a “participação da comunidade local na elaboração do roteiro? O que a

---

<sup>13</sup> Optamos por assinalar as falas das entrevistas de maneira diferenciada quanto à formatação textual, colocando-as em fonte 10, com recuo de margem em dois pontos tanto à esquerda como à direita.

comunidade quer mostrar? Onde é que estão seus problemas, como é que eles aparecem? Onde está o debate quente da questão ambiental?” (NEIMAN). Pode haver assim, um benefício para a comunidade local com as práticas do ecoturismo, mas, é necessário que quem viva na localidade seja chamado para “debater, planejar, participar” (NEIMAN). O pesquisador pergunta sobre o debate participativo da operadora na comunidade local, pois “na hora de bolar os roteiros, o pessoal tem algo a dizer, de repente sai coisa muito interessante, se você convidar o povo a participar, bolar o seu próprio roteiro, participar dele” (NEIMAN). É necessário fazer com que “estas populações se apropriem do turismo, isto é, que elas controlem o turismo [...] que elas possam dizer quantas pessoas podem chegar no fim de semana, qual é o limite do número destas pessoas” (DIEGUES).

Quanto à execução dos roteiros ecoturísticos, a figura do condutor de grupos é muito importante. No Brasil<sup>14</sup>, eles são chamados de Guias de Turismo. Outros profissionais que trabalham com guiamento são os Monitores Ambientais<sup>15</sup>. Embora as características pessoais do condutor sejam importantes, acreditamos que não sejam suficientes para produzir um profissional que tenha condições de realizar as atividades de educação ambiental. É necessário estudo e preparação. No caso do ecoturismo, o condutor de grupos é, por vezes, um morador local e é quem conhece o lugar. Este deve ter uma postura de humildade no sentido do respeito à compreensão do não-conhecimento do visitante em relação ao local visitado e essa atitude de respeito deve estar “mergulhada no silêncio fecundo, gerador da dúvida e da vontade de conhecer, forças propulsoras da criação, razão primeira da realização da atividade” (CASCINO; FIGUEIREDO, 2005, p. 552). Para favorecer uma experiência em ambiente natural, o condutor deve “desconhecer o lugar, para permitir ao guiado o direito de construir sua percepção sobre o próprio lugar” (idem, p. 552). Isso leva tempo que deve ser respeitado por parte de quem conduz a atividade. É um ponto de conflito entre o tempo necessário a tal construção e as demandas dos pacotes ecoturísticos.

As informações que são apenas transferidas em tais atividades, logo se apagam da memória das pessoas e não conseguem produzir uma possibilidade de modificação em seu comportamento. Reconhecemos que se algum tipo de informação é necessária, esta deve ser transmitida “de forma a não desautorizar os sentimentos” (MENDONÇA,

---

<sup>14</sup> Conferir a Lei 8623 de 28 de janeiro de 1993 e HINTZE, H. **Guia de turismo: formação e perfil** profissional. São Paulo: Editora Roca, 2007.

<sup>15</sup> SÃO PAULO. Secretaria do Meio Ambiente. **Resolução no. 32 de 31 de Março de 1998**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 10 jul. 2006.

2005, p. 248). As possibilidades de aprendizado não são criadas a partir apenas da transmissão de informações. As sensações percebidas em um ambiente natural vêm de diferentes sons, texturas, cores, aromas, sabores típicos daquele lugar. E sua percepção é um exercício que deve ser estimulado em todos os visitantes. O condutor deve criar condições para que os participantes da atividade possam estar no local “não só fisicamente, mas mentalmente também” (MENDONÇA, 2005, p. 248).

O passeio deve fluir de maneira livre, deixando o visitante construir suas impressões sobre o local, gente, cultura etc. a partir de seu referencial. É o momento do (re)conhecimento do local por parte de quem o visita. A interpretação é “a construção crítica derivada da experimentação. Dá-se como tempo e lugar posterior, de elaboração. É posterior ao ato. É razão sobre emoção” (CASCINO; FIGUEIREDO, 2005, p. 552).

Ao final da experiência, a reflexão sobre a mesma, sobre o que ali foi vivido. O condutor dos visitantes tem o papel de provocá-la. Uma conversa com os participantes da atividade para livremente apresentarem suas impressões sobre o vivido: emoções, sentimentos, sensações vividas durante o passeio. Uma proposta como essa “confere múltiplas dimensões a interpretação do local, passando a vivência, a habitar um espaço de reconhecimento das múltiplas vertentes de liberdade” (idem, p. 552). A criação de um ambiente de diálogos é uma possibilidade de síntese a ser atingida em diferentes níveis pelos visitantes quando “as informações são combinadas com reflexões, e quando as emoções e impulsos podem ser observados e redirecionados para ações que priorizam o bem comum” (MENDONÇA, 2005, p. 25).

## **O ECOTURISMO COMO MERCADORIA E ESPETÁCULO**

O ecoturismo apropria-se das características do ambiente, elementos tangíveis e intangíveis, do lugar e sociedade ao compor seu produto, convertendo toda possível diferença em mercadoria. Isso se dá na conversão de recursos em atrativos turísticos, que a tendência hegemônica chama de “oferta primordial” (ANSARAH, 2001, p. 24).

Mercadorias como botas, cantis, camisetas, calças, veículos 4x4 são exemplos corriqueiros praticamente ‘obrigatórios’ para as práticas do ecoturista. No entanto, na cultura de consumo, o ecoturismo procura “promover a ‘venda’ da natureza, das construções históricas, das manifestações folclóricas” (OURIQUES, 2005, p. 49), produzindo o desejo de consumo de tais bens. Essa produção é um fenômeno ininterrupto e obedece ao mecanismo de renovação da apresentação de pseudonovidades em forma de lançamentos de pacotes com destinos ‘exóticos’ e “por esse movimento

essencial do espetáculo, [ele retorna] tudo o que existia na atividade humana em estado fluido, para possuí-lo em estado coagulado”<sup>16</sup> (DEBORD, 2004, p. 112). O ecoturismo pode transformar a consciência das pessoas em consumidoras da natureza: ecoturistas.

No ecoturismo, a visão é o sentido mais utilizado, pois é o “mais abstrato e mais passível de mistificação” (DEBORD, 2004, p. 18). Isto é primordial para o entendimento do ecoturismo como espetáculo.

A natureza é apelo recorrente no ecoturismo e deve ser compreendida como uma de suas principais apropriações, por conta da educação ambiental no ecoturismo dar-se no suposto contato entre seres humanos e natureza. O ecoturismo relaciona-se com o mercado turístico na forma do consumo da natureza (RODRIGUES, 2000, p. 173-180). O ser humano sempre procurou o significado da natureza (LENOBLE, 1990, p. 27). A natureza é uma criação da própria cultura; um conceito social, historicamente construído. Afinal, para o ser humano ela pode assumir várias interpretações: é a “vontade dos deuses do mar, [...] uma hierarquia de formas organizadas; [...] uma máquina, mãe [...] admirável e terrível” (LENOBLE, 1990, p. 28-29). Cada época da história formou sua concepção sobre o assunto. Mas quais serão suas concepções nos dias atuais? Na busca de resposta para esta pergunta, encontramos orientação nas crenças judaico-cristãs que estão fortemente enraizadas na vida ocidental moderna. Nossa concepção de natureza passa por tais filtros. Deus cria materialmente a natureza e tudo o que nela há, e o homem a cria simbolicamente<sup>17</sup>. Quando o homem, criação máxima de Deus, perde o paraíso na terra, inicia-se aí, a busca pelo (re)encontro. Simbolicamente, a ‘queda’ do ser humano é sua cisão com a natureza. O domínio da natureza pela humanidade exigirá esforço, ciência e trabalho.

O olhar humano é fundamental na relação com a natureza, pois este observa e valoriza a natureza de diversas maneiras. As questões aqui destacadas são essencialmente valorativas e “centrais para a consideração das concepções a respeito do mundo natural e das práticas em relação a ele” (WEARING; NEIL, 2001, p. 17). Há o valor da ética antropocêntrica, a ética do uso, que “vê os seres humanos como situados acima ou fora da natureza, como a fonte de todos os valores, e atribui apenas um valor instrumental, ou de ‘uso’ da natureza” (CAPRA, 1996, p. 25) assim a natureza toma valor pelo que ela pode proporcionar à humanidade e esta “é livre para empregar às suas próprias e

---

<sup>16</sup> Debord faz várias referências implícitas a Marx no decorrer de seus textos.

<sup>17</sup> “havendo, pois o Senhor Deus, formado da terra todos os animais do campo, e todas as aves dos céus, trouxe-os ao homem, para ver como este lhes chamaria; e o nome que o homem desse a todos os seres viventes, esse seria o nome deles (GÊNESIS, II, v. 19)

variadas finalidades” (WEARING; NEIL, 2001, p. 17). Capra compara este tipo de pensamento à ecologia rasa (CAPRA, 1996). Há a visão ecocêntrica – que Capra (1996) associa à ecologia profunda<sup>18</sup> - enxerga o valor intrínseco como sendo aquele que “existe por seu próprio direito, por sua natureza” (WEARING; NEIL, 2001, p. 17), uma ética da natureza, que “sustenta que as entidades não-humanas são de valor igual ao da espécie humana” (WEARING; NEIL, 2001, p. 17). A natureza pode ser vista como (a) fonte de sentido para a vida (MENDONÇA, 2005) e referência ao belo: vista como uma catedral na qual seu valor é baseado na possibilidade do despertar espiritual e do deleite estético; (b) pode igualmente ser vista como fonte de recursos e ser comparada a um silo no qual está estocada a diversidade genética, a biodiversidade; (c) pode ainda ser vista como laboratório e servir aos desígnios humanos como palco para as pesquisas científicas; (d) e por fim como ginásio de esportes no qual, “torna-se o local ideal para o turismo e a recreação” (WEARING; NEIL, 2001, p. 18). O ecoturismo alardeia a busca por uma natureza que é fundamentalmente diferente do lugar de onde parte o ecoturista, normalmente a cidade. A busca por uma natureza supostamente intocada, longe do contato humano, para ser (usu)fruída. Essa é a confirmação acerca do neomito da natureza intocada, pois “a natureza em estado puro não existe, e as regiões naturais apontadas pelos biogeógrafos usualmente correspondem a áreas extensivamente manipuladas pelos homens ao longo dos séculos” (DIEGUES, 2001, p. 86). Essa busca por um local intocado é normalmente qualificada nas propagandas sobre pacotes ecoturísticos como locais onde existem ‘praias paradisíacas’, sendo que ‘muitas ainda desertas’ nas quais você pode ‘sentir as vibrações positivas’ e pode encontrar ‘plantas exóticas’. A figura do paraíso é recorrente nas propagandas sobre o ecoturismo. Tal busca é fundamental ao ecoturismo e justifica o consumo da natureza. Em tempos da modernidade líquida a natureza é concebida como mercadoria pela cultura de consumo na sociedade do espetáculo e mercantilizada como atrativo, pelo ecoturismo que lhe atribui novos significados.

---

<sup>18</sup> “A ecologia profunda não separa seres humanos – ou qualquer outra coisa – do meio ambiente natural. Ela vê o mundo não como uma coleção de objetos isolados, mas como uma grande rede de fenômenos que estão fundamentalmente interconectados e são interdependentes. A ecologia profunda reconhece o valor intrínseco de todos os seres vivos e concebe os seres humanos apenas como um fio particular na teia da vida.” (CAPRA, 1996, p. 25-26)

## ECOTURISMO: REAFIRMAÇÃO DO TURISMO CONVENCIONAL

Como vimos, o ecoturismo é conceituado em bibliografia<sup>19</sup> como alternativa ao turismo convencional: a educação ambiental ; a questão da conservação do ambiente visitado; o envolvimento das comunidades locais em sua operação. Com o material das entrevistas, refletiremos sobre o ecoturismo como reafirmação do turismo convencional.

O mercado de turismo tem sua lógica coagida pela dinâmica do lucro de curto prazo e não respeita a sustentabilidade social, cultural ou ecológica de longo prazo (WEARING; NEIL, 2000, p. ix) e também o ecoturismo corre o risco de ser manobrado por ações fundamentadas apenas na busca do lucro (CASCINO, 2000b). Alguns representantes do trade turístico levados pelo oportunismo usam “a ecologização, de forma superficial e não comprometida, como ingrediente ‘esverdeante’ de seus negócios ou projetos em torno do (eco)turismo” (PIRES, 2005, p. 163). Desta maneira, o ecoturismo “vai ser colocado por alguns de seus críticos entre tais produtos ‘esverdeados’ para o consumo das classes médias” (SERRANO, 2000, p. 11). Assim, a utilização do prefixo eco- funciona como a redenção do termo ao qual é encampado, como um sedativo para a consciência das classes médias. O uso mercadológico de eco- funciona como uma nova roupagem para o que ainda pode ser antigo. Tudo agora é eco-. Ser ecologicamente correto está definitivamente na moda, no entanto, esta postura traz cobranças e a Op. 1 queixa-se disso. Neste sentido quando uma operadora se apresenta como ecoturística ou mesmo de turismo de aventura “em geral a mídia te pergunta se você é consciente. Ninguém pergunta isso para uma grande rede hoteleira, para uma CVC<sup>20</sup>. Deveria perguntar, pois o grande impacto vem do grande capital” (OP. 1). Há em tais dizeres, a crença que a responsabilidade pelo grande impacto é proveniente do grande capital / grandes operadoras e, se dá a entender que operadoras de pequeno porte não comungam de tal responsabilidade. Para tal operadora a segurança (item que consideramos essencial à prática do ecoturismo) e o conforto são diferenciais de seu produto. Essa “é a idéia do ecoturismo: tratar bem o cliente. Não é tratar mal o cliente em troca de uma experiência na natureza. Não. É ter o máximo de experiência na natureza, mas com bom serviço” (OP. 1). O conforto como produto pode subverter os pressupostos do ecoturismo (baseados na sustentabilidade, na educação e na relação com as comunidades locais). Senão, vejamos:

O objetivo do ecoturismo-mercadoria é tratar bem o cliente em primeiro lugar,

<sup>19</sup> Para aprofundamento recomendamos a leitura das obras consultar bibliografia ao final do texto.

<sup>20</sup> Empresa que explora comercialmente o turismo no Brasil.

pois é ele o ator que participa pagando pelos serviços. É por meio do cliente que vem o dinheiro. Sabemos que o ecoturismo como um segmento de mercado do turismo tem como objetivo a exploração turística de ambientes naturais. Isso requer a adaptação do local visitado, porém é o comportamento do ecoturista que deveria ser “determinado segundo o meio ambiente” (WEARING; NEIL, 2001), afinal é isso que o diferencia do turista convencional que adapta o meio a seu comportamento usual. Nem sempre essa prerrogativa é cumprida. A Op. 1 considera que experiência ecoturística é bem sucedida quando o ecoturista tem um hotel no qual ele pode chegar à noite “ligar um ar condicionado e dormir bem. Ele vai acordar mais disposto e entender que aquele é um destino legal e se a experiência toda de visita dele é uma experiência positiva, ele gera um sentimento mais positivo em relação ao ambiente” (OP. 1). O ar condicionado como conforto é abordado pela operadora como um diferencial que pode ajudar o turista a perceber que aquele lugar, chamado de destino por tal operador é legal e que isso pode inclusive auxiliar numa experiência mais positiva. A experiência de consumir um produto de qualidade fica clara aqui como fundamental para que o cliente / turista possa ter um suposto sentimento mais positivo em relação ao ambiente ou ao produto que ele comprou. Segundo tal visão, a experiência positiva depende da alteração do ambiente por meio da implantação do sistema de ar condicionado, entre outros recursos que na verdade mascaram a realidade local. Afinal “pintar de verde o produto é muito fácil, dá um dinheirinho aqui, [...] contrata o cara local e diz que está ajudando à comunidade! Mas na hora que o cliente ligar, mas tem frigobar? [...] fica forçando a barra para o serviço local ser padronizado” (NEIMAN).

A padronização do serviço local, a adaptação dos ambientes visitados, sejam eles cavernas, lagos ou residências de moradores é um fato no planejamento do ecoturismo que pensa no ecoturista como cliente e em primeiro lugar em comparação à comunidade e ambiente que a ele devem se adaptar. Outro ponto importante é que toda esta adaptação acaba por mascarar a realidade local e é o próprio visitante que fica impossibilitado de uma troca mais real com o estar / sentir aquela experiência, pois está cercado da mesma parafernália que deixou em sua residência.

Podemos comparar o turismo ao cinema (MORIN, 2000), pelo fato do primeiro ser uma forma de mercantilização das experiências que envolvem uma percepção esteticamente mediada (FEATHERSTONE, 1995). A busca por novas experiências (WEARING; NEIL, 2001) é ponto comum entre os dois tipos de turismo. Podemos questionar o ecoturismo em seu pretense caráter de alternativo frente ao turismo



convencional, afinal os interesses dos ecoturistas por tradições, etnias e natureza são manipulados pelo marketing que “contribui para a (re)invenção dessas mesmas tradições, exotismos e temporalidades” (SERRANO, 2000, p. 16). O consumo da experiência aproxima o ecoturismo do turismo convencional.

Muitos roteiros de mercado acabam por impermeabilizar a experiência do ecoturista, com relação a realidade local, aos problemas vivenciados e a uma possível troca de experiências entre visitantes e visitados. O ecoturista durante sua visita

é impermeabilizado em relação a estas questões [, o colocam] numa pousada linda, maravilhosa e charmosa, te põem lá no roteiro, você vai com o guia pra lá e pra cá, e você fica meio impermeabilizado para sacar estas coisas, o roteiro não te favorece isso, enquanto que eu acho que deveria ser uma obrigação (NEIMAN).

Quanto à questão do planejamento das atividades educacionais, há uma espécie de consenso sobre o não embasamento conceitual de tais atividades por eles praticadas. Nenhuma das operadoras entrevistadas tem preocupações com a elaboração teórico-conceitual de atividades educativas em seus pacotes ecoturísticos. O representante da Op. 1 comenta a esse respeito dizendo que eles lêem “muito hoje em dia, mas posso te dizer que ninguém se preparou para começar isso... a gente foi aprendendo meio na marra, um pouco por sensibilidade, por querer agradar o visitante, e fazer a coisa direita” (OP. 1). E completa dizendo que “a gente nunca leu grandes tratados de turismo. [...] Nós não temos nenhuma linha filosófica a seguir. [...] A gente é mais empírico” (OP. 1). No entanto, a operadora em questão procura trabalhar a educação de seus clientes por meio de materiais com informação – apostilas – que procura distribuir aos visitantes. Segundo seu representante “em alguns momentos, não posso dizer que seja uma prática constante, mas a gente, em alguns momentos, elabora materiais que a gente procura distribuir aos visitantes” (OP. 1). E complementa dizendo que existe uma apostila que “está ambientada na época que estava se falando com ênfase em construir a hidrovia Paraguai-Paraná, que é um projeto de altíssimo impacto ambiental e que o setor do turismo todo na região se mobilizou” (OP. 1). A produção deste tipo de material é uma prática espetacular, pois o setor do turismo mobilizou-se pela questão da hidrovia Paraguai-Paraná, pois esta afetaria diretamente seus negócios. As empresas interessadas na manutenção de sua área de exploração turística unem-se pela causa, produzindo apostilas para seus visitantes, agregado a causa ambiental (luta pela não implantação da hidrovia) ao seu logotipo.

A Op. 2 comenta que eles trabalham com a experiência de mercado, “conversando, indo e participando, eventos aqui e ali, governo, e tal [...] muito de prática, é muito do dia-a-dia, no que a gente escuta, no que a gente conversa, vai a campo para ver, [...] com a imprensa, uma relação bacana com a imprensa” (OP. 2). E completa dizendo que “a gente vai fazendo basicamente em cima da experiência de mercado” (OP. 2). A experiência de mercado e a relação com outros parceiros são fundamentais para a operadora. A fundamentação teórica não é parte de sua prática.

O representante da Op. 3 comenta que tem “um pouco de aversão a essas questões conceituais todas” (OP. 3). Mas, afirma que se propõe a levar as pessoas com respeito a um contato harmonioso, uma integração com o meio ambiente, dizendo não ter “a menor dúvida que fazendo este trabalho eu tenho a oportunidade de estar tocando as pessoas, dando alguns toques principalmente através da atitude, da postura” (OP. 3).

Nas entrevistas, os representantes das operadoras mostraram seu incômodo com a forma de se trabalhar questões educacionais por parte dos condutores de grupo no ecoturismo. Há certa fixação na transmissão da informação. A educação ambiental não-formal no ecoturismo deve ser bastante diferenciada da descrita pela operadora. É necessário procurar outras formas de abordagem em tais práticas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou saber os limites de uma educação ambiental exercitada nas práticas mercadológicas do ecoturismo na cultura de consumo. Perguntamos quais limites de uma educação ambiental exercitada nas práticas mercadológicas do ecoturismo na cultura de consumo. Apresentamos considerações das relações debatidas.

**O significado do ecoturismo:** A constatação de alguns dos efeitos da velocidade, fragmentação e superficialidade pós-modernas nos parece significativa. O conceito polissêmico do ecoturismo é um dos mais discutidos dentro do ramo do turismo. De sua origem até as diversas práticas de mercado, tal conceito teve grande variação de significados, permitindo que muitas atividades definidas por segmentos com interesses específicos em sua prática, pudessem ser colocadas sob tal ‘guarda-chuva’. Ele une o ambientalismo, que aborda assuntos como a questão da conservação do meio ambiente, da responsabilidade social (para com as comunidades envolvidas) e da educação ambiental, e o turismo que se dá pela exploração comercial de lugares, comunidades, tradições etc. e que é realizado em momentos de lazer e descontração dos turistas. O descolamento conceitual do ecoturismo é causado pela condição de

“mudança constante, rápida e permanente” (HALL, 2005, p.14) da contemporaneidade e sob seus condicionantes, poucos sabem o que significa ecoturismo, este “é um termo amplo e vago” (WEARING; NEIL, 2001, p. xvii).

Embora as operadoras pesquisadas rejeitem a idéia da prática educacional em seus pacotes por considerá-la algo formal, elas ora apresentam apostilas e manuais, ora realizam palestras – práticas do sistema formal de ensino. No entanto, não podemos desprezar tais ações. Este tipo de material pode complementar outras ações, tornando-se parte de um programa maior, uma intencionalidade educacional ampla.

**Fundamentação teórica do trabalho de educação nas atividades ecoturísticas:** Constatamos que não há embasamento teórico para a ação das operadoras, todas se utilizam a própria experiência como base as ações. A falta de tal preocupação parece ser decorrência da dinâmica do dia-a-dia do mercado que impõe demandas que tais operadoras consideram mais importantes que a educação. É o tempo do mercado sobrepondo-se ao tempo da educação. Isso traz um problema que deve ser apontado, pois o interesse do mercado é o lucro e a “a desatenção a esses elementos conceituais e históricos favorece manobras, manipulação” (CASCINO, 2000b, p. 205).

As operadoras acreditam que educação (como processo desmotivante) não combina com turismo. Elas acreditam nisso porque se criaram na prática – sem estudo formal, detido e aprofundado. Além de apostilas e palestras, as operadoras promovem de maneira não organizada ‘algum tipo de educação’ apostando na ação dos condutores de grupos que atuam como parceiros. Os representantes das operadoras mostraram ter boa vontade e acreditar naquilo que fazem. Nos parece que todas elas têm a ganhar se considerarem que a educação a ser praticada nas atividades ecoturísticas não é a da transmissão de informações que todas elas criticaram. Falta às operadoras compreenderem que a educação ambiental não-formal é exatamente aquela praticada em outros ambientes – como naqueles em que elas atuam. As operadoras têm a intenção de desenvolver seus pacotes de respeitosa maneira para com o meio e para com as pessoas. No entanto, se o ato educativo for deixado ao capital, não haverá formação de uma consciência ambientalista, mas sim de uma consciência conformada ao consumo.

**A posição da academia:** A academia não deve limitar-se a observar o ecoturismo do ponto de vista econômico, do mercado ou de possíveis benefícios / malefícios que sua prática possa trazer. Os estudos científicos da tendência hegemônica de análise do turismo não compreendem a cultura de consumo e suas conseqüências. Compreender o que o ecoturismo representa na sociedade de consumo possibilitará uma

apreensão maior de sua complexidade. A educação para o turismo não deve ser apenas instrumentadora para que as pessoas possam encaixar-se nas demandas de um mercado. O livro Educando os Educadores em Turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade<sup>21</sup> não faz nenhuma menção ao turismo como participante da cultura de consumo. Por que a OMT não se preocupa em desvelar ideologias do consumo no turismo? É possível transformar a experiência do turismo em possibilidade educativa significativa encontrando-se tanta dificuldade em se preparar profissionais? É necessário considerar o turismo mais que um fenômeno meramente econômico.

**A necessidade de diálogo entre academia e mercado:** Deverá haver uma maior aproximação entre mercado e academia. O diálogo será produtivo, pois de um lado fica “a academia acreditando numa forma que eu acho muito distante da realidade do que é ser educacional, e o mercado não compreendendo que o educacional pode ser incorporado sem ser chato” (NEIMAN). O planejamento das atividades educacionais no ecoturismo deve ter embasamento científico, filosófico, sociológico, antropológico etc. Sem tal fundamentação fica difícil um ação educativa levar em consideração a complexidade dos lugares e situações abordados ou vividos durante qualquer visita.

**Imposição de tempos espetaculares pelo capital:** O tempo dos pacotes de ecoturismo reforça o tempo pseudocíclico do capital por meio da programação do pacote elaborada anteriormente por um perito da operadora. Tal fenômeno, reforça a pseudo-ciclicidade do tempo do capital para os ecoturistas, pois estes vivem a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre desta escolha” (DEBORD, 2004, p. 14-15); invade e molda o tempo das comunidades receptoras. A ação dos condutores levando os turistas nos passeios e conduzindo sua experiência vem complementar tal mecanismo. Desta maneira, a viagem acaba por obedecer aos ritmos da vida cotidiana dos ecoturistas. Nas comunidades receptoras, há a adequação do *modus vivendi* para o atendimento às demandas das operadoras.

**O ecoturismo como atividade compensatória e como válvula de escape:** O ecoturismo pode funcionar como atividade compensatória e válvula de escape da vida alienada das pessoas: tem função alienante. Serrano aponta em nossa entrevista que as “pessoas escapam de forma diferente. Escapar para a natureza é mais uma forma de escape, é a que chama mais a atenção pelo contraponto do espaço, o ambiente construído e o ambiente natural” (SERRANO). A atividade compensatória impede a

---

<sup>21</sup> 2001 - OMT e Universidade de Surrey / Ed.Roca

tomada de decisão para uma mudança realmente significativa e cria uma consciência conformista em seus participantes. Que “vingue uma rebeldia revigorada” (CASCINO, HINTZE, no prelo) e que o ecoturismo forme consciências críticas, não consumistas.

O proprietário da Op. 1 diz é “muito difícil isso hoje [...] não temos nenhum destino que está acabado como um destino completamente, 100% ecoturismo, 100% sustentável na prática, na operação, na distribuição de renda” (OP. 1), nem na questão educacional. As operadoras podem ocupar espaços da educação não-formal por meio da educação ambiental nas práticas ecoturísticas. A prática do ecoturismo e da educação ambiental pode ajudar a “refletir mudanças nas tradicionais instituições promotoras e difusoras de práticas educativas” (CASCINO, 2000b, p. 197-198).

Por isto tudo é que devemos continuar a acreditar, denunciar, anunciar e agir.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, J.V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1997. 215 p.
- ANSARAH, M.G.R. **Turismo como ensinar, como aprender**. São Paulo: Ed. SENAC, 2001. v. 2. 406 p.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001. 258 p.
- \_\_\_\_\_. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007. 210 p.
- BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. 9. ed. São Paulo: SENAC, 2000. 523 p.
- BRASIL. EMBRATUR. **Lei 8623 de 28 de janeiro de 1996**. Disponível em: <http://www.mtur.gov.br>. Acesso em: 28/01/07.
- \_\_\_\_\_. Grupo de Trabalho Interministerial MICT/MMA. **Diretrizes para uma política nacional de Ecoturismo**. Brasília: EMBRATUR, 1994. 48 p.
- \_\_\_\_\_. Ministério da Educação. **Lei no. 9795, de 27 de abril de 1999**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br>. Acesso em: 10/01/08.
- CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Ed. CULTRIX, 1996. 256 p.
- CASCINO, F.A. Do turismo convencional ao ecolazer. **Debates Socioambientais**, São Paulo, n. 9, p. 15-23. 1998.
- \_\_\_\_\_. **Educação ambiental: princípios, história, formação de professores**. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2000a. 109 p.
- \_\_\_\_\_. Pensando a relação entre educação ambiental e ecoturismo. In SERRANO, C.; BRUHNS, H.; LUCHIARI, M.T. (Org). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus Editora, 2000b. p. 189-206.
- CASCINO, F.A.; FIGUEIREDO, F. Comunidade e ecoturismo: outras leituras para a educação ambiental. In TRIGO, L.G.G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Ed. ROCA. 2005. p. 547-554

- CASCINO, F.A.; HINTZE, H. **Pedagogia do desassossego educação ambiental:** encontros e caminhos. Brasília: MMA, 2008. No prelo.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2004. 238 p.
- DIAS, G.F. **Educação ambiental:** princípios e práticas. São Paulo:Ed. Gaia, 2003. 551 p.
- DIEGUES. As áreas naturais protegidas, o turismo e as populações tradicionais. In SERRANO, C.; BRUHNS, H.T. (Org.). **Viagens à natureza:** turismo, cultura e ambiente. 4. ed. Campinas: Ed. Papirus. 2001. p. 85-102.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e modernidade.** RJ: Ed. Contraponto, 1995. 223 p.
- FÓRUM INTERNACIONAL ONGs. **Tratado de educação ambiental para sociedades sustentáveis e responsabilidade global.** Rio de Janeiro, 1992. 7 p.
- FREIRE, P. **Pedagogia da indignação:** cartas pedagógicas e outros escritos. SP: UNESP, 2000. 134 p.
- \_\_\_\_\_. **Pedagogia do oprimido.** 30. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.184 p.
- \_\_\_\_\_. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. 22. ed. Edição. São Paulo: Paz e Terra. 2002.165 p.
- FREITAG, B. **A teoria crítica ontem e hoje.** São Paulo: Ed. Brasiliense, 2004. 184 p.
- GUATTARI, F. **As três ecologias.** 12. ed. Campinas: Papirus. 2001. 56 p.
- HALL, S. **A identidade na pós-modernidade.** 4. ed. Rio de Janeiro: MJ Livros, 2000. 102 p.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna.** 12. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003. 349 p.
- HINTZE, H. **Guia de turismo:** formação perfil profissional. São Paulo: Ed. Roca, 2007. 146 p.
- HOBBSBAWM, E. **A era dos extremos:** o breve século XX 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras, 1998. 598 p.
- JAPPE, A. **Guy Debord.** Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1999. 272 p.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo:** para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3. ed. São Paulo: Ed. Aleph, 2006. 184 p.
- LENOBLE, R. **História da idéia de natureza.** Lisboa: Edições 70, 1990. 378 p.
- LUKÁCS, G. **Historia e consciência de classe:** estudo de dialética marxista. 2a. ed. Rio de Janeiro: Editora Elfos; Porto: Publicações Escorpião, 1989. 276 p.
- LUCHIARI, M.T.D.P. Turismo, natureza e cultura caiçara: um novo colonialismo? In: SERRANO, C.M. **Viagens à natureza:** turismo, cultura e ambiente. 4. ed. São Paulo: Ed. Papirus, 2001. p. 59-84.
- MENDONÇA, R. **Conservar e criar:** natureza, cultura e complexidade. SP: SENAC, 2005. 255 p.
- \_\_\_\_\_. Educação ambiental e ecoturismo. In: MENDONÇA, R.; NEIMAN, Z. **Ecoturismo no Brasil.** São Paulo: Ed. Senac, 2005. p. 154-169.

MENDONÇA, R.; NEIMAN, Z. **À sombra das árvores: transdisciplinaridade e educação ambiental em atividades extraclasse.** São Paulo: Ed. Chronos, 2003. 127 p.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: neurose.** 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. 204 p.

\_\_\_\_\_. **Os sete saberes necessários à educação do futuro.** 8. ed. SP: Cortez; Brasília: UNESCO, 2003. 118 p.

NOBRE, C. **Os fundadores do pensamento: o marxismo da teoria crítica.** São Paulo: Cultura Marcas, 2005. 1 DVD

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Porto Alegre: Bookman, 2003. 168 p.

OURIQUES, H.R. **A produção do turismo: fetichismo e dependência.** Campinas: Alínea, 2005. 159 p.

OVALLES, O.; VIEZZER, M. **Manual latino americano de educação ambiental.** SP: Gaia, 1995. 192 p.

PIRES, P.S. **Dimensões do ecoturismo.** São Paulo: Ed. SENAC, 2002. 272 p.

\_\_\_\_\_. Entendendo o ecoturismo. In: TRIGO, L.G.G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** São Paulo: Ed. ROCA. 2005. p. 483-494.

RAMOS, M.V. Aventura e turismo de aventura: faces mutantes. In: TRIGO, L.G.G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** São Paulo: Ed. Roca, 2005. p. 469-479

RODRIGUES, A.M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H.; LUCHIARI, M.T. (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo.** Campinas: Papirus Ed., 2000. p. 171-188.

SALGUEIRO, V. Grand tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 22, n. 44, p. 289-310, 2000.

SANTOS, B.S. **Um discurso sobre as ciências.** São Paulo: Ed. Cortez, 2003. 92 p.

SERRANO, C.A. Educação pelas pedras: uma introdução. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **A educação pelas pedras: ecoturismo e educação ambiental.** São Paulo: Ed. Chronos, 2000. p. 7-24.

\_\_\_\_\_. O produto ecoturístico. In: ANSARAH, M.G.R. (Org.). **Turismo como ensinar, como aprender.** São Paulo: Ed. SENAC, 2001. p. 203-234.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental.** 3. ed. São Paulo: Ed. Aleph, 2000a. v. 1, 140 p.

\_\_\_\_\_. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética.** 3. ed. São Paulo: Ed. Aleph, 2000b. v. 5, 140p.

THOMAS, K. **O homem e o mundo natural: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais, 1500-1800.** São Paulo: Cia das Letras, 1988. 454 p.

WEARING, S.; NEIL J. **Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades.** 1a edição brasileira. São Paulo: Manole, 2001. 256 p.