

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

HELIO HINTZE * [heliohintze@yahoo.com.br]

Resumo | O presente trabalho estuda o ecoturismo. Buscou-se averiguar a existência de uma preocupação com a educação ambiental nas atividades e pacotes 'ecoturísticos' comercializados pelo mercado. Procurou-se conhecer o termo ecoturismo a partir das perspectivas da cultura de consumo e da sociedade do espetáculo e sob tal enfoque discutir suas relações com temas como turismo e consumo, natureza e educação ambiental; buscou-se também identificar as bases filosóficas do trabalho ecoturístico desenvolvido pelas operadoras de tais atividades; e por fim, realizar crítica conceitual acerca das relações entre os assuntos abordados por este estudo. Por tratar-se de pesquisa qualitativa, entrevistou-se 03 operadoras do mercado ecoturístico e 03 pesquisadores de áreas relacionadas aos temas propostos. O texto foi produzido a partir das informações obtidas por levantamento bibliográfico em diálogo com as opiniões obtidas nas entrevistas no trabalho de campo. Concluiu-se que o ecoturismo como atividade de mercado é pouco utilizado para a disseminação da consciência ambientalista por conta das operadoras terem uma visão da educação ambiental que a aproxima da educação formal e que tal característica não deve ser integrada às atividades turísticas – momentos de diversão e lazer; constatou-se também que o ecoturismo tem funcionado como mecanismo de produção de desejo consumista em seus participantes e reafirmado o tempo espetacular do capital.

Palavras-chave | Pós-modernidade, Cultura de Consumo, Sociedade do Espetáculo, Ecoturismo, Educação Ambiental.

Abstract | The present work aims to study the ecotourism. It has investigated the existence of a preoccupation with the environmental education (and its leading principles) in the activities and ecotourism packages traded on the market; to achieve such aim it has searched to understand the term ecotourism from the culture of consumption and society of the spectacle perspective, and under such view, to discuss its relation with themes such as tourism and consumption, nature and environmental education; It has searched to identify the philosophical basis of the ecotourism work (particularly in its relation with the environmental education matter) developed by the operators of such activities; and finally, to do a conceptual critic on the issues considered on this essay. 03 operators of the ecotourism market and 03 researchers of areas related to the theme here proposed were interviewed. This essay was written based on the information collected through

* **Mestre em Ecologia Aplicada** pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo. **Professor** na SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial e **Doutorando** em Ecologia Aplicada na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo (Brasil).

bibliographic research and opinions gathered in the interviews on the field work. It was concluded that the ecotourism as a market activity isn't much used to spread the environmental awareness due to the fact that the operators have a view of environmental education close to a formal education and such characteristic shouldn't be integrated to the tourism activities – fun moments and leisure; it was also noticed that the ecotourism is an activity that evokes consumption patterns among its participants and reassures the capital's spectacular time.

Keywords | Postmodernity, Consumption Culture, Society of the Spectacle, Ecotourism, Environmental Education.

1. Introdução

Este artigo apresenta estudo sobre o ecoturismo¹ e suas relações na cultura de consumo. Seus números de mercado alcançaram a casa dos trinta por cento (30%) ao ano segundo estatísticas oficiais de seu desenvolvimento mundial (Wearing, Neil, 2001). Isso coloca o ecoturismo como o segmento de mercado turístico que mais se desenvolveu. Contudo, não parece ser acompanhado por uma crescente preocupação com a educação ambiental. Perguntamos: quais os limites da atuação pedagógica da educação ambiental exercitada em práticas do ecoturismo na cultura de consumo?

O ecoturismo é um conceito polissêmico de difícil compreensão e fácil manipulação por parte dos interessados em seu estudo conceitual e práticas de mercado. O objetivo deste estudo é averiguar a existência de uma preocupação com a educação ambiental (e quais os princípios que a regem) nas atividades e pacotes ecoturísticos comercializados pelo mercado. Tem como objetivos específicos: (1) discutir o conceito de ecoturismo enquanto mercadoria e espetáculo. (2) Identificar a preocupação com a educação ambiental nas atividades ecoturísticas desenvolvidas pelas operadoras de mercado. (3) Desenvolver crítica conceitual acerca das relações entre os assuntos abordados.

Entre os meses de maio e dezembro do ano de 2007 foi realizada pesquisa qualitativa com entrevista a 03 pesquisadores da área de educação e

educação ambiental (movimento ambientalista)² e 03 operadoras que se intitulam ecoturísticas ou ao menos comercializem pacotes intitulados ecoturísticos. Para as operadoras, fizemos as questões: (1) Para que levar pessoas (crianças, jovens, adultos, idosos) para visitar a natureza?³ (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?⁴ Apresentamos ao final, crítica conceitual das relações entre os assuntos abordados, questionando o conceito alternativo do ecoturismo em relação ao turismo convencional.

Este trabalho busca contribuir com o debate do ecoturismo, pois há carência de material na ótica

¹ Baseado na dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ecologia Aplicada da Universidade de São Paulo – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”/Centro de Energia Nuclear na Agricultura (orientação Professor Doutor Antonio Ribeiro de Almeida Junior em 12/09/2008).

² Prof.ª Dr.ª Célia Serrano UNICAMP (Universidade de Campinas); Prof. Dr. Zysman Neiman (UFSCAR – Universidade Federal de São Carlos – Campus Sorocaba); Prof. Dr. Carlos Diegues – (USP – Universidade de São Paulo).

³ Esta pergunta foi o tema aberto da entrevista com os pesquisadores.

⁴ O texto deste artigo tem inserções das falas dos entrevistados que são citadas entre aspas, porém sem indicações de autor, ano, página, por estas não se fazerem necessárias.

da cultura de consumo contemporânea⁵. Como contribuição social, este estudo visa gerar material para ser apropriado em novas reflexões por parte de empresas, seus profissionais e ecoturistas, pois acreditamos que “todo conhecimento científico visa constituir-se em senso comum” (Santos, 2003:88-92). As reflexões propostas têm o intuito de colaborar com os atores envolvidos no pensamento e na ação do ecoturismo no sentido de aproximá-los, promovendo um diálogo que poderá converter-se em ganho para tanto para a academia como para o mercado.

2. Pós-modernidade: condicionantes da contemporaneidade

O desenvolvimento histórico do ecoturismo – desde sua concepção, imersa no caldo cultural do final da década de 1960 junto dos movimentos de minoria até os dias de hoje – tornou-o um conceito polissêmico, ou seja, ele tem um sem fim de significados. Dizer exatamente o que é a exploração mercadológica do ecoturismo hoje em dia é muito difícil, pois cada ator social que com ele se envolve – seja o Trade Turístico, o Ecoturista, a Mídia, o Poder Público, as Organizações não Governamentais (ONG) – compreende-o de uma perspectiva diferenciada (Pires, 2002). Esse fato não é algo banal e merece estudo detido, pois tem origem na condição pós-moderna, que vivemos na contemporaneidade. Referindo-se a tal condição Hobsbawn (1998) afirma que a partir do terceiro

quarto do século XX os intelectuais passaram a tentar explicar os fenômenos que aconteciam num mundo que vivia uma revolução social⁶. O prefixo pós- é inserido na tentativa de se explicar tal revolução. A condição pós-moderna marca o tempo contemporâneo e é, por sua vez, marcada por características como velocidade, fragmentação e superficialidade. Apresentamos brevemente estes três conceitos:

Velocidade: aceleração da vida pelos meios de comunicação, informática, transportes, etc. Tal fenômeno tem seu marco conceitual na chamada compressão espaço-tempo (Bauman, 2001; Harvey, 2003). Vivemos no instantâneo e esta nova instantaneidade do tempo “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, 2001:149). 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 (Hobsbawn, 1995; Cascino, 2000a). Fatores que contribuíram para a aceleração da vida. Vivemos no tempo da aceleração da produção, pois é imperativo que se produza mais e mais, numa velocidade cada vez maior. Podemos perceber a questão da aceleração do consumo e da renovação das necessidades nos consumidores.

Fragmentação: o próprio desenvolvimento da ciência que atualmente chega a um nível profundo de especialização, e conseqüente parcelização de um conhecimento que seja pertinente. O método científico assentou-se na redução da complexidade do mundo a qual 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).

Superficialidade: Um período marcado pela velocidade e fragmentação tem como característica a

⁵ Ouriques (2005) identifica quatro linhas de interpretação e análise do turismo no Brasil (liberal, planejamento estatal, pós-moderna e a crítica). O autor 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” (69-70), que apresenta carências fundamentais por não considerar modelos analíticos que considerem a complexidade do tema.

⁶ Conferir Hobsbawn (1998), em especial o capítulo 10 (A revolução social – 1945-90) e o capítulo 11 (Revolução Cultural).

superficialidade. Tudo tem significado vago, nada se afirma com certeza, com tendências a um relativismo que compromete a afirmação; um tempo no qual tudo é possível. É característica deste tempo o não aprofundamento de reflexões, ficando assim difícil formular uma idéia contínua e, por conseguinte, uma ação contínua que possa ser plantada, que germine e que dê frutos.

O período pós-moderno é alvo de inúmeras controvérsias que não são objeto específico deste estudo. Não obstante, para compreendermos o ecoturismo no contexto da cultura de consumo contemporânea e na sociedade do espetáculo é importante levarmos em consideração tais características.

3. Cultura de consumo e sociedade do espetáculo

Dizer que vivemos numa “cultura de consumo” significa dizer que “o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea” (Featherstone, 1995:121). Tal cultura tem três perspectivas fundamentais: (1) a expansão da produção das mercadorias e da acumulação de bens e locais de consumo; (2) a utilização das mercadorias pelas pessoas para criar vínculos ou possibilitar distinções sociais; (3) a fruição dos prazeres proporcionados pelo consumo e à existência de locais apropriados para a excitação física e os prazeres estéticos (Featherstone, 1995:31).

Ao tratarmos deste tema, abordamos mais que o simples gosto pelo consumo como algo banal, para o qual os consumidores dedicam boa parte do seu tempo. Afirmamos que 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, 2007:109). Isso significa que praticamente todos

os aspectos da sociedade e natureza podem ser convertidos em mercadoria.

A sociedade se torna espetacular no momento em que as mercadorias têm um ponto de acúmulo tão grande que se tornam imagem (Debord, 2004). O consumo das imagens projetadas pelo mercado parece ter substituído a vida não vivida (podemos citar a exploração das imagens da natureza pelo ecoturismo). O espetáculo é o “dinheiro que apenas se olha, porque nele a totalidade do uso se troca contra a totalidade da representação abstrata” (Debord, 2004:34). A necessidade contínua de busca de lucro, de aumento da natureza do valor, subordina toda a vida humana e despreza o trabalho realizado para que se atinja um fim econômico, a saber: a produção de uma quantidade de valor – sob a forma de dinheiro – maior do que possuía no início de seu ciclo (Jappe, 1999:32).

Na cultura de consumo, o prefixo eco- toma corpo e importância, absorvendo o discurso ambientalista e anexando às práticas que se mantêm antigas, o rótulo de produto ecológico, ou seja, ‘pintando-os de verde’. Neste contexto, o ecoturismo acaba por obedecer ao mesmo ritmo contemporâneo e consumista que condiciona o turismo convencional para o qual, ele surge como contraponto pela união do prefixo eco-. A experiência na ‘natureza’ e a experiência da educação são tratadas como mercadoria e despossuídas de seu caráter político de transformação das pessoas.

O 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:xvii). A origem do ecoturismo tem suas raízes numa filosofia de vida baseada na herança filosófica adotada por movimentos ambientalistas. No início, o ecoturismo representava uma alternativa ao turismo de massas até então explorado (Wearing; Neil, 2001; Serrano, 2000; Pires, 2002; Cascino, 2000b).

4. Educação ambiental

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, 2002:159) em suas práticas de mercado. Sendo assim, o principal foco do caráter alternativo que o ecoturismo tem em relação ao turismo convencional, é que o primeiro apresenta a introdução do componente educacional (Pires, 2002:156)⁷ como diferencial ao segundo. No caso do Brasil, o ecoturismo é visto como uma possibilidade para a educação ambiental não-formal⁸. A Política Nacional de Educação Ambiental – Lei 9795 de 27/04/99 aborda a educação ambiental como parte do processo educativo da nação nos âmbitos formal e não-formal. Em seu Capítulo II, seção III, artigo 13, inciso VII entende-se por

educação ambiental não-formal as 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. Parágrafo único: O poder público, em níveis federal, estadual e municipal, incentivará:

VII: o ecoturismo (BRASIL, 1999: 6)

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, 2002:158) e a participação das comunidades locais.

⁷ “o contato direto e de primeira mão com os ambientes naturais e com as manifestações ou aspectos culturais presentes no seu encontro possibilita aos turistas e visitantes uma oportunidade preciosa para desenvolver a percepção ambiental e assimilar conhecimentos que influenciarão decididamente na formação de uma consciência ecológica e cultural capaz de determinar posturas e atitudes diante do ambiente e da sociedade” (Pires, 2005:485).

⁸ Sabemos da importância da educação formal, mas esta não é alvo de nossas análises no presente estudo.

Um importante documento na história da educação ambiental é o Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global. O princípio número 1 do Tratado afirma que “a educação é um direito de todos, somos todos aprendizes e educadores” (Fórum, 1992:1). Tal princípio fala sobre a 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, 2002:25). É necessário reconhecer que todos os envolvidos no processo educativo estão em condições de aprender e de ensinar. O princípio número 4 diz que a educação ambiental “não é neutra, mas ideológica. É um ato político, baseado em valores para a transformação social”. (Fórum, 1992:1-2). A educação libertadora de Freire está a serviço da construção deste espírito crítico, inovador e autônomo. Há nestes princípios a influência e importância da pedagogia freireana para a educação ambiental. Freire não escreveu uma linha sequer sobre a educação ambiental, mas sua pedagogia foi fundamental para a elaboração do Tratado, pois se pode perceber 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, executá-las e refletir sobre os resultados desta. Freire (2001) denuncia a educação bancária, conceito criado pelo autor para fazer-se compreender aquela educação 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, 2001:58). Tal educação considera os educandos como receptáculos vazios, prontos para serem preenchidos como conhecimento do

mestre, este sim, detentor de todo conhecimento e poder. Encontramos na pedagogia libertadora de Freire (2000, 2001, 2002), os ensinamentos para uma educação que visa à transformação social, pois sabemos que “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção” (Freire, 2002:25). Esta questão nos interessa por sua relação direta com o ecoturismo como veículo para a educação ambiental não-formal, 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. Na educação ambiental em amplo sentido, a produção do conhecimento deve dar-se através da cooperação, da troca e não de relações professorais de imposição como na educação bancária que citamos anteriormente. Deve preocupar-se com o contexto em que se desenvolve com a cultura, pois “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, 1995:14).

Outros princípios importantes do Tratado são número 5 no qual “a educação ambiental deve envolver uma perspectiva holística, enfocando a relação entre o ser humano, a natureza e o universo, de forma interdisciplinar” (Fórum, 1992:1-2); número 15 no qual a educação ambiental deve integrar conhecimentos, aptidões, valores, atitudes e ações e “deve converter cada oportunidade em experiências educativas de sociedades sustentáveis” (Fórum, 1992:1-2); e o 16 para o qual 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, 1992:1-2).

A diretriz 16 do Tratado traz uma das mais difíceis missões para o 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, 1992:3).

Dentre os grupos a serem envolvidos em sua dinâmica estão os empresários comprometidos com a “lógica de recuperação e conservação do meio ambiente e da melhoria da qualidade de vida humana” (Fórum, 1992:5). Também 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, 1992:5). Pensamos aqui, nos empresários do ecoturismo.

O ecoturismo como veículo para a educação ambiental não-formal exige que se pense numa maneira proveitosa no sentido das visitas à natureza. Desenvolver visitas interessadas é fundamental para se aproveitar o potencial educativo-ambiental dessas oportunidades.

O planejamento de estratégias educativas deve iniciar-se na intencionalidade de quem programa tais atividades, as operadoras ecoturísticas. Em nosso ponto de vista, em tal planejamento não há a necessidade da incorporação do discurso ambientalista, pois este “não diverte, que não instiga, que não inspira” (Mendonça, 2005: 248). 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, 2003:72).

Quanto à preocupação com a educação ambiental, Serrano em nossas entrevistas comenta que é “fundamental que a agência tenha a intenção e que ela propicie condições para esse toque à pessoa [afinal] tem uma coisa chamada roteiro que é fundamental para isso”. E Neiman completa dizendo que tais atividades devem ser realizadas “de

maneira organizada, planejada, estudada, enfim, pesquisada”.

Para que um roteiro ecoturístico seja bem elaborado é fundamental a participação da comunidade local. Neiman pergunta qual deve ser a “participação da comunidade local na elaboração do roteiro?”. 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”.

Diegues comenta que um fator importante no planejamento, a respeito da participação das comunidades locais é 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”⁹.

Na execução do passeio, o condutor de grupos é, por vezes, um morador local e é quem conhece o lugar. Este deve ter uma postura de humildade (respeito à compreensão do não-conhecimento do visitante em relação ao local visitado para com aquele que desconhece o lugar). Tal atitude de respeito frente aos visitantes 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, 2005:552).

Para favorecer uma experiência em ambiente natural, o condutor deve conscientemente desconhecer o lugar. Assim, durante sua atuação ele poderá “permitir ao guiado o direito de construir sua percepção sobre o próprio lugar” (Cascino, Figueiredo 2005:552). Isso tem um tempo que deve ser respeitado por parte de quem conduz a atividade. Este é um ponto de conflito entre o tempo necessário a tal construção e as demandas dos pacotes ecoturísticos¹⁰.

No transcurso de tais atividades deve haver muita atenção à questão da transmissão de informações. As informações que são apenas transferidas, logo se apagam da memória das pessoas e não conseguem produzir uma 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, 2005:248). As possibilidades de aprendizado não são criadas a partir apenas da transmissão de informações. As sensações percebidas em um ambiente natural são proporcionadas por diferentes sons, texturas, cores, aromas, típicos daquele lugar e que normalmente não são mais vivenciados em cidades. Sua percepção é um exercício que deve ser estimulado em todos os visitantes. O papel do condutor é criar condições para que os participantes da atividade possam estar no local “não só fisicamente, mas mentalmente também” (Mendonça, 2005:248).

O passeio deve fluir de maneira livre, deixando o visitante construir suas impressões sobre o local, gente, cultura etc. a partir de seu referencial cultural, porque é o momento do reconhecimento do local por parte de quem o visita. A interpretação se dará no momento posterior ao da experiência da 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, 2005:552).

Ao final da experiência, o condutor de visitantes tem o papel de provocar uma reflexão sobre a mesma, sobre o que ali foi vivido. Uma conversa, na qual os participantes da atividade livremente apresentam suas impressões sobre a experiência vivenciada: suas emoções, sentimentos e 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” (Cascino, Figueiredo, 2005:552). A criação de um ambiente de debates neste momento é uma possibilidade de síntese a ser atingida em diferentes níveis pelos

⁹ Não é objetivo deste trabalho discutir questões sobre capacidade de carga turística. Atemo-nos à questão da Educação Ambiental.

¹⁰ Obviamente que o condutor de grupos deve estar totalmente atento às normas de segurança e às informações básicas do lugar, tais como clima, relevo, vegetação, fatos históricos etc.

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, 2005:25).

O contato entre pessoas e natureza pode trazer consigo possibilidades de aprendizado. Não uma simples incursão sem preparo em um ambiente natural, mas por meio de atividades devidamente estudadas e planejadas¹¹.

A necessidade de se vivenciar experiências em ambientes naturais leva os indivíduos pós-modernos buscarem tal contato. O sistema capitalista vê nesta necessidade mais uma oportunidade de transformá-la em mercadoria.

5. Ecoturismo: 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:ix). O ecoturismo, segmento do turismo, obedece à mesma lógica e “vai ser colocado por alguns de seus críticos entre tais produtos ‘esverdeados’ para o consumo das classes médias” (Serrano, 2000:11), e 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, 2005:163). Tal apropriação é favorecida pela imprecisão semântica e pelo descolamento conceitual que o ecoturismo sofre com sua conseqüente pulverização para utilização do mercado turístico. Muitas operadoras turísticas têm se utilizado do ambiente natural apenas como cenário para suas atividades (Pires, 2002:161). Isso está em contraposição à concepção do turismo sustentável que é 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. É visto como condutor 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 (OMT, 2003: 24)

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. Ser ecologicamente correto está definitivamente na moda, no entanto, esta postura traz cobranças e a Operadora 1 queixa-se disso. Afinal, utilizar-se do prefixo eco- traz cobranças, e neste sentido as 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 CVC¹². Deveria perguntar, pois o grande impacto vem do grande capital”. Para a operadora, que a responsabilidade pelo grande impacto é proveniente do grande capital na figura das grandes operadoras. No entanto, implicitamente, dá a entender que operadoras de pequeno porte não tem a mesma responsabilidade.

O objetivo do ecoturismo-espetáculo¹³ é tratar bem o cliente em primeiro lugar, pois é ele o ator

¹¹ Os limites deste trabalho nos levam a pensar justamente nas pessoas que ainda não se sentem à vontade para poder visitar ambientes naturais sem um devido acompanhamento, seja por desconhecimento dos locais, por medo de viajarem sozinhas, ou por quaisquer outros motivos.

¹² A sigla CVC refere-se à Operadora e Agência de Viagens CVC Tur Ltda – empresa brasileira que explora o turismo.

¹³ O ecoturismo é tratado aqui como mercadoria espetacular, pois segundo Debord (2004:112), o turismo e, por parentesco, o ecoturismo é um “subproduto da circulação de mercadorias [...] circulação humana considerada como consumo, resume-se fundamentalmente no lazer de ir ver o que se tornou banal. O planejamento econômico da frequência de lugares diferentes já é em sai garantia de sua equivalência. A mesma modernização que retirou da viagem o tempo, lhe retirou também a realidade do espaço”.

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. Para que tal atividade exista com a segurança e o conforto requeridos pela operadora torna-se necessária a adaptação do local visitado. Porém é o comportamento do ecoturista que deveria ser determinado pelo meio ambiente (Wearing, Neil, 2001), afinal é isso que o diferencia do turista convencional que adapta o meio a seu comportamento usual.

O que pudemos observar em nossas entrevistas é que essa prerrogativa nem sempre é cumprida. A Operadora 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”. 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. Como afirma Neiman “pintar de verde o produto é muito fácil, dá um dinheirinho aqui, [...] contrata o cara local e diz que está ajudando à comunidade, pronto! Mas na hora que o cliente ligar, mas tem frígobar? [...] fica forçando a barra para o serviço local ser padronizado”. 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 em primeiro lugar em comparação à comunidade e ambiente que a ele devem se adaptar. Outro ponto importante é que toda esta adaptação mascara 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.

Nos pacotes de ecoturismo, muitas vezes o ecoturista durante sua visita “é impermeabilizado em relação a estas questões”. O professor completa dizendo que as operadoras colocam o turista “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”.

Quanto à questão do planejamento das atividades educacionais, há consenso sobre o não embasamento conceitual de suas práticas. Nenhuma das operadoras entrevistadas apresenta preocupações com a elaboração teórico-conceitual de atividades educativas em seus pacotes ecoturísticos. O representante da Operadora 1 comenta a esse respeito dizendo que “a gente lê 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”. 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”. 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”. E complementa dizendo que “essa apostila está ambientada na época que estava se falando com ênfase em construir a hidrovía

Paraguai-Paraná, que é um projeto de altíssimo impacto ambiental e que o setor do turismo todo na região se mobilizou”.

Os operadores ecoturísticos têm a crença de que através de manuais ou materiais impressos se faz educação ambiental por meio da transmissão de informações a respeito do destino e de sua complexidade. Compreendemos que a utilização das apostilas pode ser uma estratégia educacional, mas limitar-se à utilização destas, dificulta o aprofundamento das temáticas complexas que a viagem em si pode motivar por meio da intencionalidade educativa da operadora. Tal recurso deve ser utilizado se for associado a outras ações educativas e neste sentido, o ambiente a ser visitado é propício a outros tipos de atividades que privilegiem outras formas de educação, como a sensibilização em lugar da simples transmissão de informações.

O setor do turismo preocupado com o impacto da hidrovía Paraguai-Paraná em seus negócios produz as apostilas, que se por um lado tentam educar, por outro, servem como junção de seu logotipo com a causa ambiental: prática espetacular. Assim, as empresas interessadas na manutenção de sua área de exploração turística unem-se pela causa, produzindo apostilas para entregar a seus visitantes, agregado a causa ambiental (luta pela não implantação da hidrovía) ao seu logotipo.

Há até mesmo aversão quanto ao tratamento conceitual das atividades educacionais, conforme nos aponta o representante da Operadora 3 que diz que tem “um pouco de aversão a essas questões conceituais todas”. Mas, o representante afirma que se propõe a levar as pessoas com todo respeito para um contato harmonioso, uma integração com o meio ambiente. E diz: “Eu não tenho 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”.

Os representantes das operadoras mostraram incômodo com a forma de trabalhar questões educacionais por parte dos condutores de grupo no ecoturismo. Há certa fixação na informação,

na transmissão da informação. A educação ambiental não-formal no caso do ecoturismo deve ser bastante diferenciada da descrita por tal operadora. É necessário procurar formas alternativas de abordagem para tais práticas. Por parte das operadoras, há a percepção de que caminhos não devem ser tomados. Faz-se necessário reforçarmos que o diálogo entre mercado e academia.

Entregue aos desígnios do mercado – voraz por natureza e com demandas imediatistas – a profundidade exigida por um processo realmente educativo em ambiente natural não é atingida, de acordo com o que podemos constatar neste estudo¹⁴.

6. Considerações finais

Buscamos com este trabalho saber quais são os limites da atuação pedagógica de uma educação ambiental exercitada nas práticas mercadológicas do ecoturismo na cultura de consumo. A cultura de consumo produz mercadorias que satisfaçam e que renovem constantemente as necessidades. Serrano afirmou que “não há como não consumir”. A mediação do mercado é um fato. Por isso perguntamos sobre os *limites* de uma educação ambiental exercitada nas práticas mercadológicas do ecoturismo na cultura de consumo. Ouriques (2005) promove a crítica e a desconstrução, Freire (2000, 2001, 2002) diz importante apontarmos caminhos para a construção do novo. Apresentamos considerações das relações aqui debatidas:

O significado do ecoturismo: a constatação de alguns dos efeitos da velocidade, fragmentação e superficialidade pós-modernas nos parece significativa. A polissemia do ecoturismo não é

¹⁴ Sabemos dos limites de nossa pesquisa e acreditamos que as entrevistas devem ser realizadas com mais operadoras para que possamos obter uma base de dados empíricos de maior amplitude.

algo banal e merece ser analisada com maior profundidade. Por um lado, devido à tamanha variação de significados, fica difícil encontrar um ponto seguro para desenvolver uma análise crítica consistente, por outro, o discurso e a prática do mercado turístico têm apresentado profundas incoerências em seu desenrolar.

Fundamentação teórica do trabalho de educação nas atividades ecoturísticas: Constatamos que não há embasamento teórico para a ação das operadoras, pois todas se utilizam sua própria experiência como base para suas ações. A falta de tal preocupação é 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. Acreditamos que todas as operadoras 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 em suas falas. A educação por meio da sensibilização deve ser estimulada nas práticas do ecoturismo, especialmente por conta das características dos ambientes por elas explorados. Falta às operadoras compreenderem que a educação ambiental não-formal é exatamente aquela praticada em outros ambientes – como naqueles em que elas atuam. Os representantes das operadoras têm a intenção de desenvolver seus pacotes de maneira respeitosa para com o meio e para com as pessoas. Acreditamos que tal intencionalidade pode ser aprimorada a partir do conhecimento efetivo das possibilidades de tal educação. É no diálogo entre academia e mercado que novas possibilidades como as que apontamos aqui em nosso estudo podem surgir.

O ecoturismo como atividade compensatória e como válvula de escape: o ecoturismo, apesar de ser um veículo para a educação ambiental não-formal, tem por vezes sua potencialidade reduzida a uma simples atividade compensatória e funciona como válvula de escape para a rotina do dia-a-dia das pessoas.

Imposição de tempos espetaculares pelo capital: compreendemos também que o tempo do desenvolvimento dos pacotes de ecoturismo por si só já reforça o tempo espetacular do capital por meio da programação do pacote elaborada previamente por um perito da operadora.

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. A educação para o turismo não precisa, nem deve ser apenas instrumentadora e apresentada como um manual de boas práticas para que as pessoas possam encaixar-se nas demandas de um mercado.

A necessidade de diálogo entre academia e mercado: deverá haver uma maior aproximação entre mercado e academia. O planejamento das atividades educacionais no ecoturismo deve ser desenvolvido com profundo embasamento científico, filosófico, sociológico, antropológico etc. para que possa ser conduzido de maneira a possibilitar reflexões nas questões ambientais por parte dos participantes do processo.

Procurar compreender o tempo atual é fundamental para que possamos tomar atitudes consistentes e propor um sentido mais profundo para as práticas do ecoturismo. Há muito que se trabalhar neste sentido.

Referências bibliográficas

- Bauman, Z., 2001, *Modernidade Líquida*, Jorge Zahar Editora, Rio de Janeiro.
- s/n, 2007, *Vida Líquida*, Jorge Zahar Editora, Rio de Janeiro.
- Beni, M.C., 2000, *Análise Estrutural do Turismo*. 9, Ed. Senac, São Paulo.
- Brasil, 1994, Grupo De Trabalho Interministerial Mict/Mma, *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*, Embratur, Brasília.
- s/n, 1999, Ministério da Educação, *Lei N.º 9795, de 27 de Abril de 1999*. [<http://www.mma.gov.br>], (Site acessado 10 January 2008).
- Cascino, 2000a, *Educação Ambiental: Princípios, História, Formação De Professores*, 2. Ed., Editora Senac, São Paulo.
- Cascino, 2000b, *Pensando a Relação entre Educação Ambiental e Ecoturismo*, in Serrano, C., Bruhns, H., Luchiani, M.T., (Org) *Olhares Contemporâneos sobre o Turismo*, Papirus Editora, Campinas.

- Cascino, F.A., Figueiredo, F., 2005, Comunidade E Ecoturismo: Outras Leituras para a Educação Ambiental, in Trigo, L.G.G., *Análises Regionais E Globais Do Turismo Brasileiro*, Ed. Roca, São Paulo.
- Debord, G., 2004, *A Sociedade do Espetáculo: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo*, Ed. Contraponto, Rio de Janeiro.
- Featherstone, M., 1995, *Cultura De Consumo E Modernidade*, Ed. Contraponto, Rio De Janeiro.
- Fórum Internacional Ongs, 1992, *Tratado De Educação Ambiental Para Sociedades Sustentáveis E Responsabilidade Global*, Rio de Janeiro.
- Freire, P., 2000, *Pedagogia da Indignação: Cartas Pedagógicas e outros Escritos*, Ed. Unesp, São Paulo.
- Freire, P., 2001, *Pedagogia do Oprimido*. 30. Ed. Paz e Terra, São Paulo.
- Freire, P., 2002, *Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa*. 22. Ed. Paz e Terra, São Paulo.
- Hall, S., 2000, *A Identidade na Pós-Modernidade*, 4. Ed. Mj Livros, Rio de Janeiro.
- Harvey, D., 2003, *A Condição Pós-Moderna*, 12. Ed. Edições Loyola, São Paulo.
- Hobsbawn, E., 1998, *A Era dos Extremos: O Breve Século XX 1914-1991*, São Paulo, Cia das Letras.
- Jappe, A., 1999, *Guy Debord*, Ed. Vozes, Rio de Janeiro.
- Lukács, G., 1989, *Historia e Consciência de Classe: Estudo de Dialética Marxista*, 2. Ed. Editora Elfos, Rio de Janeiro.
- Mendonça, R., 2005, *Conservar e Criar: Natureza, Cultura e Complexidade*, Ed. Senac, São Paulo.
- Mendonça, R., 2005, Educação Ambiental e Ecoturismo, in Mendonça, R., Neiman, Z., *Ecoturismo no Brasil*, Ed. Senac, São Paulo.
- Mendonça, R., Neiman, Z., 2003, *À Sombra das Árvores: Transdisciplinaridade e Educação Ambiental em Atividades Extraclasse*, Ed. Chronos, São Paulo.
- Organização Mundial do Turismo, 2003, *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*, Bookman, Porto Alegre, 168 p.
- Ouriques, H.R., 2005, *A Produção do Turismo: Fetichismo e Dependência*, Ed. Alínea, Campinas.
- Ovalles, O., Viezzer, M., 1995, *Manual Latino Americano de Educação Ambiental*, Gaia, São Paulo.
- Pires, P.S., 2002, *Dimensões do Ecoturismo*, Ed. Senac, São Paulo.
- Pires, P.S., 2005, Entendendo o Ecoturismo, in Trigo, L.G.G., *Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*, Ed. Roca, São Paulo.
- Santos, B.S., 2003, *Um Discurso sobre as Ciências*, Ed. Cortez, São Paulo.
- Serrano, C.A., 2000, Educação Pelas Pedras: Uma Introdução, in Serrano, C.A., (org.) *A Educação pelas Pedras: Ecoturismo e Educação Ambiental*, Ed. Chronos, São Paulo.
- Serrano, C.A., 2001, O Produto Ecoturístico, in Ansarah, M.G.R., (org.) *Turismo como Ensinar, como Aprender*, Ed. Senac, São Paulo.
- Wearing, S., Neil, J., 2001, *Ecoturismo: Impactos, Potencialidades e Possibilidades*, 1.ª Edição Brasileira, Manole, São Paulo.