

## CULTURA DE CONSUMO E ECOTURISMO: A APROPRIAÇÃO DO PREFIXO ECO- COMO FORMA ESPETACULAR DE PINTAR DE VERDE O TURISMO<sup>1</sup>

Helio Hintze<sup>2</sup>

### RESUMO

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' é tratada como mercadoria; a experiência da educação é tratada como mercadoria e despossuída de seu caráter político de transformação das pessoas e da sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ecoturismo; Turismo; Consumo.

### INTRODUÇÃO

**“O turismo, por exemplo, se resume quase sempre a uma viagem sem sair do lugar, no seio das mesmas redundâncias de imagens e comportamentos.”  
GUATTARI (2001)**

Em seu 'A Sociedade do Espetáculo', Guy Debord afirma no aforismo 168 que sendo um

subproduto da circulação das mercadorias, o turismo, 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 si a garantia de sua equivalência. A mesma modernização que retirou da viagem o tempo, lhe retirou também a realidade do espaço (DEBORD, 2004).

Atualmente, tal constatação parece mais viva que nunca, mas sua percepção nem sempre é nítida: o ecoturismo, primo-celebridade do turismo ostenta ares de práticas bem intencionadas – o turismo que educa; o turismo que respeita o meio ambiente; o turismo que promove a conservação do lugar e o respeito a quem lá mora.

A cultura de consumo na qual estamos inseridos tem a produção de novas

<sup>1</sup> Ponto de vista originado da dissertação de mestrado do autor (HINTZE, 2008).

<sup>2</sup> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9514991193239586>. E-mail: [helio.chintze@sp.senac.br](mailto:helio.chintze@sp.senac.br)

mercadorias como uma de suas premissas. Tudo pode ser transformado em produto para venda em algum mercado interessado. Os mais diversos temas da sociedade, cultura e a própria natureza podem ser apropriados, e neste processo, mesmo as formas de resistência a tal movimento de apropriação acabam tornando-se pacotes em alguma prateleira: a prática do ecoturismo – e sua relação com a educação ambiental – na cultura de consumo é um caso exemplar. O mecanismo? A despolitização e a superficialização do complexo do conceito.

O ecoturismo nasce como uma alternativa ao turismo de massas que, em seu auge na década de 1970, representava o paradigma social dominante no qual o progresso e prosperidade do crescimento econômico se sobrepunham às questões ambientais e desconheciam limites para seu crescimento. Segundo a maioria dos estudiosos do tema, as atividades de turismo que desejam receber o prefixo eco- devem ser pautadas três preocupações básicas: o envolvimento das comunidades receptoras, o respeito aos pré-requisitos de sustentabilidade e a inserção da preocupação ambiental, por meio de atividades da chamada educação ambiental. Assim, “a integração da prática do ecoturismo com as linhas básicas da Educação Ambiental, [...] considerando, igualmente, a gênese de ambos os movimentos, considerando também o passado de ambos - a contracultura dos anos 1960, é um caminho sólido, conceitualmente profundo”.

Em seu breve período de vida até o presente momento, a exploração mercadológica do ecoturismo chegou a alcançar a casa dos 30% ao ano, segundo estatísticas oficiais que demonstram seu desenvolvimento mundial. Um verdadeiro sucesso. Estes são os mais otimistas e maiores índices dentro do campo do turismo. Contudo, esse desenvolvimento exagerado não foi acompanhado por uma crescente preocupação com a prática de uma educação ambiental. Além disso, o conceito tornou-se polissêmico: dizer exatamente o que é ecoturismo hoje em dia é muito difícil, pois cada ator social que com ele se envolve (o trade turístico, o ecoturista, a mídia, o Poder Público, as ONGs) compreende-o de uma perspectiva diferenciada. O conceito de ecoturismo teve grande variação de significados, permitindo que muitas atividades turísticas definidas por segmentos com interesses específicos em sua prática, pudessem ser colocadas sob tal ‘guarda-chuva’.

Esse fator não é algo banal e merece análise detida. Isso é conseqüência da condição pós-moderna da contemporaneidade, condicionada pela superficialidade que

surge da relação entre a velocidade (compressão espaço-tempo – aceleração da vida pelos meios de comunicação, informática, transportes, etc.), e das fragmentações (desenvolvimento da ciência que atualmente chega a um nível profundo de especialização e conseqüente parcelização de um conhecimento que seja pertinente). Compreender o ecoturismo neste contexto é fundamental para se apreender sua complexidade. 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. O descolamento conceitual do ecoturismo é condição do tempo presente, afinal, vivemos num tempo de mudança constante, rápida e permanente. Na contemporaneidade sob seus condicionantes, poucos sabem o que significa ecoturismo, pois este é um termo amplo e vago.

## **ECOTURISMO: FORMA ESPETACULAR DA CULTURA DE CONSUMO**

O espetáculo é o ininterrupto consumo das imagens projetadas pelo mercado que substitui a vida não vivida, é o momento em que “a mercadoria ocupou totalmente a vida vivida” (DEBORD, 2004, aforismo 42). Ele nada mais é que uma economia autonomizada e enlouquecida por si própria. É “o dinheiro que apenas se olha” (DEBORD, 2004, aforismo 49). Neste ambiente, 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’ é tratada como mercadoria; a experiência da educação é tratada como mercadoria e despossuída de seu caráter político de transformação das pessoas e da sociedade. A educação ambiental não-formal realizada pelo veículo ecoturismo é mera imagem.

É na cultura de consumo que o prefixo eco- ganha corpo e importância, absorvendo o discurso ambientalista e pintando de verde – em muitos casos – práticas que se mantêm antigas como as do turismo convencional de massas. Isso, como podemos observar, não é privilégio do ecoturismo. Entregue aos desígnios do mercado – voraz em sua essência e que tem demandas imediatistas – a profundidade exigida por um processo realmente educativo em ambiente natural não é atingida. O mercado que vende o ecoturismo em seus pacotes compreende educação como algo desmotivante, pois tem como base a experiência do ensino formal como vem sendo conduzido em nosso tempo,

e não quer confundir o lazer do (eco)turista-cliente-pagante com a possibilidade de se educar. As operadoras imaginam que educação é 'chata' como na escola formal.

A educação em ambiente natural deveria preferir sensibilizar a informar (processo lento e profundo) e isto necessariamente obedece a um ritmo diferente do nosso tempo (superficial, veloz e fragmentado). Daí a grande problemática em se encontrar atividades de ecoturismo que tenham recebido planejamento educacional não-formal bem pensado. Nosso tempo privilegia a superficialidade: trocamos raízes e profundidades por demandas imediatistas. A 'fazeção' do mercado não respeita o tempo da educação.

A educação ambiental não-formal é definida na Lei 9795/99 como "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" (BRASIL, 1999). Dentre as ações de educação ambiental não-formal que o Poder Público incentivará está o 'ecoturismo'. Já o 'Tratado de educação ambiental para sociedades sustentáveis e responsabilidade global'<sup>3</sup> – documento que "reconhece o papel central da educação na formação de valores e na ação social" - em seus princípios dá várias vias conceituais importantes para a "educação para sociedades sustentáveis".

Entre tais princípios, valem citar: (1) A educação é um direito de todos, somos todos aprendizes e educadores. (2) 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. (4) A educação ambiental não é neutra, mas ideológica. É um ato político, baseado em valores para a transformação social. (5) A educação ambiental deve envolver uma perspectiva holística, enfocando a relação entre o ser humano, a natureza e o universo de forma interdisciplinar. (15) A educação ambiental deve integrar conhecimentos, aptidões, valores, atitudes e ações. Deve converter cada oportunidade em experiências educativas de sociedades sustentáveis. (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.

---

<sup>3</sup> Fórum Internacional ONGs. Tratado de educação ambiental para sociedades sustentáveis e responsabilidade global. Rio de Janeiro, 1992. 7 p.

Devemos lembrar que a educação libertadora, como a de Paulo Freire está a serviço da construção deste espírito crítico e da autonomia. O ato educativo (seja ele qual for: formal ou não-formal) inscreve-se no movimento de leitura do mundo e de sua problematização. Ora, a tarefa da educação é indagar ao mundo e questioná-lo, para pensar sua mudança, sugerindo ações e refletindo sobre os resultados desta.

Não importa em qual instância, a educação não é um ente neutro, mas político; o que vemos no mercado ecoturístico é uma educação pautada pela premissa do consumo: criação e manutenção de consciências felizes conformadas ao consumo simbólico da natureza e, é claro, de toda esteira de produtos que isso gera. Temos aí, uma das facetas daquilo que Marcuse chama de 'satisfações compensatórias' – o consumo como forma de compensação da alienação intensificada (tanto no trabalho como no próprio lazer). Há que se lembrar que para Marcuse “sob as condições da sociedade industrial avançada, a satisfação está sempre ligada à destruição. A dominação da natureza está ligada à violação da natureza” (MARCUSE, 1977).

As poucas atividades educacionais que vemos no mercado obedecem ao ritmo da educação formal: palestras e apostilas que em muito pouco colaboram para uma efetiva mudança comportamental: não afetam o sentimento das pessoas – coisa que o ambiente natural, por sua própria informalidade está repleto de possibilidades. Todas as oportunidades num passeio ecoturístico podem ser aproveitadas como potencialidades educativas.

Para além do planejamento de gabinete dos pacotes ecoturísticos, o guia de turismo (ou ecoturismo) tem papel importante na execução das atividades propriamente ditas. Seu trabalho deveria ser o de educador. E sua atuação neste sentido não tem fugido à regra: um sem-fim de explicações de dados, datas, tamanhos e nomes científicos de plantas e animais. A transmissão de informações é marca registrada destes profissionais. A relação entre guias de turismo e seus turistas é fortemente condicionada pela educação bancária, na qual o educador faz depósitos na mente do educando: este mero receptáculo (FREIRE, 2001). O estar na natureza torna-se mero detalhe. As relações de autoridade continuam marcando fortemente o espaço da relação educador-educando. A educação ambiental pensada em seus primórdios como potencialmente transformadora e revolucionária foi reduzida a uma prática medíocre de mercado como

mera transmissão de informações: privilegiando o 'reprodutivismo' e não a criação de possibilidades educativas efetivas.

Pensando em educação ambiental, a informação pode ser transmitida, mas que ela não desautorize os sentimentos: é necessária uma educação dos sentidos. O guia de turismo deveria humildemente (des)conhecer o lugar para que o visitante pudesse criar suas próprias impressões a partir do encontro de seus referenciais com o lugar. Tal humildade nada tem a ver com subserviência. É aquela que permite criar um ambiente de aprendizado mútuo: abertura ao outro. O passeio ecoturístico deve fluir da maneira mais livre possível (obedecendo obviamente aos critérios de segurança). Este é o momento do (re)conhecimento do local por parte daquele que o visita. Ao final da visita, a reflexão sobre a mesma, sobre o que ali foi vivido. Ai sim, cabe ao guia conduzir um bate papo, uma reflexão sobre o vivido: é razão sobre emoção. É educação que reconhece o outro, seja ele quem for: o visitante, o guia, a natureza, o morador local.

Além disso, a prática do ecoturismo como vem se dando atualmente funciona em muitos casos como um mecanismo de transformação do *modus vivendi* das comunidades, pois as operadoras para poderem 'vender o pacote (o pacote é, alias, uma metáfora muito rica neste sentido, pois o mercado literalmente 'empacota' o lugar visitado, a natureza, as pessoas, sua cultura e subjetividade etc.), acabam impondo condições de adaptação às comunidades receptoras: não só na condição material das instalações para receber os ecoturistas, mas especialmente na questão do tempo dessas comunidades que é adequado ao tempo pseudocíclico (novamente Debord) do grande capital – estas passam a viver em função do tempo da produção do consumo e do consumo da produção. O planejamento do ecoturismo tem sido pensando com o foco no (eco)turista-cliente-pagante que é o ator que comparece com o dinheiro.

Há que se pensar em formas alternativas e mais respeitadas no planejamento educacional do ecoturismo. Por um lado, o planejamento do ecoturismo deve privilegiar a participação das pessoas do lugar. São eles que devem se apropriar da prática e são eles que devem dizer o que deve ser feito. Deve haver ai um debate realmente participativo.

Nas práticas mercadológicas, o morador local quase sempre aparece como ator coadjuvante e muitas operadoras espetacularizam sua participação na localidade por meio de verbas (sempre as verbas) para ONGs locais, dando um dinheirinho aqui e outro ali; construindo uma placa com dizeres ambientais (e inevitavelmente o logotipo da

empresa patrocinadora) ou distribuindo folheteria. Isso está muito aquém das possibilidades de interações entre os operadores e as populações locais: práticas de mercado pautadas pela desigualdade de suas partes. Mas, tais práticas no folder da operadora ou em seu website aparecem como diferenciais e preocupações ambientais. Esse é o reino do espetáculo: o que vale é a imagem.

Outro importante fator é que o planejamento do ecoturismo acaba desta maneira maquiando a experiência do visitante. O pretense ecoturista acaba ficando impermeabilizado à experiência do local e de sua gente 'real' por conta da própria interface criada pela operadora. O que ver, como ver, quando ver: tudo isso é definido na produção do pacote e consumido passivamente pelo cliente. Há a possibilidade de as operadoras de ecoturismo ocuparem os lugares da educação ambiental não-formal e possibilitar uma experiência realmente válida a seus clientes, afinal de contas não podemos ignorar que há muita gente que não se sente à vontade de embarcar numa aventura em meio natural sem o apoio e estrutura de segurança que uma operadora pode oferecer. Devemos perguntar sobre os limites de tais interfaces.

## **A EDUCAÇÃO PARA O TURISMO**

Em outra dimensão do mesmo assunto, o sucesso mercadológico do turismo (e do ecoturismo) também incentivou grande produção acadêmica. Todavia, a grande maioria dos estudos realizados no Brasil pelas correntes já conhecidas de pesquisadores é pautada por um coro otimistamente pró-turístico. De acordo com pesquisas do professor Helton Ouriques há no Brasil uma “massificação de um discurso dominante, ideologicamente pró-turístico, absorvido sem nenhuma análise em pesquisas acadêmicas” (OURIQUES, 2005) que apresenta carências fundamentais por não considerar modelos analíticos que considerem a complexidade do tema. A academia não deveria limitar-se a produzir planos de negócios ou abordagens superficiais sobre impactos positivos e negativos do ecoturismo – quase sempre sob o viés econômico. O fenômeno mostra-se como uma possibilidade interdisciplinar de pesquisas e estudos. É extremamente importante que se promova um diálogo proveitoso entre academia (universidades, centros universitários, etc. por meio de estudos sociológicos, antropológicos, biológicos, ecológicos, psicológicos, entre outros) e mercado. Unicamente entregue às demandas do mercado, a educação não atingirá seus propósitos.

O livro 'Educação Internacional em Turismo' (SENAC, 2008) traz em suas volumosas 695 páginas, relatos de experiências de todo o mundo a respeito do tema-título. No prefácio o professor doutor Luiz Trigo diz que "o sistema educacional precisa transformar-se rapidamente para sanar suas falhas e adequar-se às exigências das sociedades e dos mercados regional e local" e complementa dizendo que "nessa nova fase as exigências primordiais são qualidade, competitividade e compreensão da segmentação" (AIREY; TRIBE, 2008). Essa nova fase à que o professor se refere é o que ele chama de terceira (e atual) fase do turismo brasileiro, que será marcada por retomada e investimentos. Fica nítido neste empolgado prefácio, que a força com que os mercados, a competitividade, os investimentos, a segmentação, enfim os aspectos econômicos formam a base de tal fase. Ora, segundo a idéia do professor, é o sistema educacional que precisa transformar-se para 'sanar suas falhas' e entregar-se de vez às demandas do mercado – este sendo o que dita o ritmo de tais mudanças.

Uma parcela da academia rendeu-se ao mercado e agora produz a partir dele, sendo que acreditamos que a reflexão deveria dar-se sobre o mercado, entre outros temas. Tal enfoque (a partir dele) torna a reflexão da academia mera reprodução mercadológica. No mesmo livro, vale mostrar outro exemplo, declarado nas três primeiras linhas do texto 'Educação de comunidades receptoras' de Stroma Cole:

Os moradores ou aldeãos das regiões menos desenvolvidas do mundo, muitas vezes chamados de anfitriões ou receptivos, interagem cotidianamente com os turistas. Estão na linha de frente do turismo e são, com frequência, parte do produto vendido.

## **INTERPRETAÇÃO: DESNECESSÁRIA**

Outro exemplo é o 'Guia de desenvolvimento do turismo sustentável' publicado pela OMT (Organização Mundial do Turismo). A educação é tratada no guia como uma forma – entre tantas outras – de se promover a idéia do turismo (a partir dele) e não se propõe em momento nenhum uma reflexão educativa sobre o turismo. E, numa análise mais profunda, surpreende em vários pontos. Um exemplo, no item 'Como lidar com a saturação', entre várias outras medidas, o guia aconselha a "imposição de medidas autolimitadoras, como mecanismos de definição de preços e taxas mais altas para quartos e entradas durante o período de pico e taxas mais baixas durante a baixa



estação” (OMT, 2003). Interpretação brutal: cortem o acesso de quem não pode pagar! Garantam o acesso à elite! E por ai vai...

É imprescindível que a educação crítica reflita sobre o fenômeno (eco)turístico e desvele os mecanismos da cultura de consumo que o condicionam. Assim, junto ao pensamento de Cascino acreditamos que “não podemos permitir, enfim, que a mediocridade mercadológica, que tudo transforma em circo, mercadoria, aparência, custo, pacote, coisificando lugares, pessoas, vontades, sonhos, possa suplantar a vontade e a necessidade de transformar. Permitir o funcionamento de tal mecanismo é ser conveniente, aceitar o preço, ser cooptado. Denunciarmos a mediocridade, não lhe darmos trégua, lutarmos constantemente, não nos tornarmos medíocre: eis a nossa única alternativa” (CASCINO, 2000).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIREY D.; TRIBE, J.. **Educação Internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC. 2008.

BRASIL. **Lei nº 9.795 de 27 de abril de 1999**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, 28 abr 1999.

CASCINO, F.. Pensando a relação entre educação ambiental e ecoturismo. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H.; LUCHIARI, M. T.. **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000. p.189-206.

DEBORD, G.. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

FREIRE, P.. **Pedagogia do oprimido**. 30 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

GUATTARI, F. **As três ecologias**. 12 ed. Campinas: Papirus. 2001.

HINTZE, H.. **Ecoturismo na cultura de consumo: possibilidade de educação ambiental ou espetáculo?** 2008. Dissertação (Mestrado em Ecologia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura ‘Luiz de Queiroz’ (USP), São Paulo.

MARCUSE, H.. **Ecologia e crítica da sociedade moderna**. Palestra em 1977 para estudantes ligados ao movimento ecológico da Califórnia. Publicada originariamente em Jansen, P-e. Befreiung denken – ein politischer imperativ.

OMT (Organização Mundial do Turismo). **Guia de Desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

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