



USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Site: Prometeu

Data: 08/01/09 (quinta-feira)

Link: <http://www.prometeu.com.br/noticia.asp?cod=678>

Assunto: Práticas das empresas de ecoturismo

O predomínio do marketing: práticas das empresas de ecoturismo não correspondem à imagem divulgada

A realização de programas ecológicos, área turística que mais cresce em todo o mundo, envolve diversas sensações nos turistas, entre elas a de descarregar uma certa culpa pela ação poluente vivida nas cidades grandes, além de viver emoções incomuns e apreciar a natureza. Porém, a resposta que o mercado de turismo dá a estas demandas está aquém do que seria o desejado num contexto que possa ser considerado tecnicamente ecológico. As operadoras de viagens e dos ambientes turísticos utilizam pouco a disseminação da consciência ambientalista, têm uma visão de educação ambiental muito próxima à da educação formal (acreditando que a mera distribuição de manuais e outros conteúdos impressos educa) e geralmente separam as ações de consciência ecológica dos momentos de diversão e lazer. Além disso, esforçam-se por produzir uma subjetividade consumista entre os participantes do processo. Estas são algumas das conclusões de um estudo apresentado como dissertação de mestrado pelo professor Hélio Hintze à Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da Universidade de São Paulo (USP).

O estudo verificou que a pulverização do ecoturismo em sua utilização pelo mercado gera uma imprecisão semântica e um deslocamento conceitual sobre o que realmente é esta atividade. Se forem considerados todos os detalhes que, segundo a academia, define o ecoturismo, os próprios operadores ouvidos pelo pesquisador admitem que isso não se encaixa no que fazem. O que estaria havendo seria uma apropriação do termo "eco" para que se promova algo que é na verdade muito parecido com o que sempre se fez. O diferencial é que a atividade rotulada desta forma oferece "um sedativo para a consciência das classes médias", diz o texto do estudo.

Segundo Hintze, que analisou o material de agências de ecoturismo da cidade de São Paulo, além de promover entrevistas com os agentes e diretores das empresas, poucas coisas no turismo ecológico, além do local escolhido para ser o cenário das atividades, o diferenciam do turismo convencional. Atua, desta forma, como um tipo de reafirmação do mercado de turismo convencional, porém atribuindo-lhe novos significados. O pesquisador considera irônica, por exemplo, a inclusão do "dia livre" nos programas ecoturistas. Ele declarou à Agência USP de notícias que "Se o ecoturismo é uma atividade praticada no tempo livre das pessoas, como é possível haver um dia livre na programação? Para além da ironia, tal dia tem a função de período no qual se pode vender uma programação local não incluída no pacote original".