



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Maciel Leme, Fernanda Beraldo; Campos Neves, Sandro

Dos ecos do turismo aos ecos da paisagem: análises das tendências do ecoturismo e a percepção de suas paisagens

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 5, núm. 2, abril, 2007, pp. 209-223

Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88150206>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Dos ecos do turismo aos ecos da paisagem: análises das tendências do ecoturismo e a percepção de suas paisagens

Fernanda Beraldo Maciel Leme

Sandro Campos Neves[†]

Universidade Estadual de Santa Cruz (Brasil)

Resumo: O presente artigo propõe a revisão das tendências para a prática do ecoturismo na bibliografia especializada. Através também da pesquisa em sites de hotéis e operadoras da área buscou-se complementar e verificar na prática a concretização dessas tendências. Procurou-se através da pesquisa de campo definir se o ecoturismo poderia ser encarado em si mesmo como uma tendência ou se seria possível defini-lo como uma tendência que possibilita o atendimento de algumas necessidades básicas do ser humano, como contato com a natureza, sua contemplação e a necessidade do lúdico através da idéia de aventura. Assim, analisou-se a percepção do público jovem (maior consumidor de ecoturismo) a respeito das paisagens e as relações dessas percepções com os temas: ecoturismo, contemplação, lazer e aventura.

Palavras chave: Naturaza; Lazer; Contemplação; Ecoturismo; Percepção.

Abstract: The present article considers the revision of the trends for the practical one of the ecoturismo in the specialized bibliography. Through also the research in sites of hotels and operators of the area one searched to complement and to verify in the practical a concretion of these trends. It was looked through the field research to define if the ecoturismo could exactly be faced in itself as a trend or if it would be possible define it as a trend that makes possible the attendance of some basic necessities of the human being, as contact with the nature, its contemplation and the necessity of the playful one through the adventure idea. Thus, it was analyzed perception of the young public (bigger consumer of ecoturismo) regarding the landscapes and the relations of these perceptions with the subjects: ecoturismo, contemplation, leisure and adventure.

Keywords: Nature; Leisure; Contemplation; Ecoturismo; Perception.

[†] • Fernanda Beraldo Maciel Leme y Sandro Campos Neves. Mestrados em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)-Ilhéus-BA. Bolsistas pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia . E-mail: fermaciel@ig.com.br -- E-mail: sandrocamposneves@yahoo.com.br

Introdução

Esse artigo tem como objetivo analisar as tendências referentes a relações estabelecidas entre lazer, contemplação e aventura no turismo de natureza.

Definir tendências, como defendido por Leony (2002: 122), “é uma atitude perigosa e corajosa ao mesmo tempo, mas é fundamental para basear novos estudos, e elaborar os projetos de planejamentos, ordenamentos e gestões. Percebe-las e defini-las é compor um imenso quebra-cabeça de peças espalhadas por todos os espaços e em todos tempos”.

Sendo assim, reunir e analisar tendências apontadas por diversos autores como Ruchmann (2002) em relação ao ecoturismo e suas implicações parece ser importante para se possa avançar na teoria e na prática desse segmento.

Além da revisão bibliográfica a respeito de tendências, serão levantados dados primários da preferência atual dos jovens por paisagens propícias ao ecoturismo e os sentimentos, expectativas e lembranças, ou seja, a percepção que essas paisagens provocam e acabam por estimular o ecoturismo. Foram entrevistados 100 jovens (entre 18 e 25 anos) da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus – BA). A amostragem foi definida por exaustão, sendo que inicialmente seriam entrevistados 60 jovens (1% do universo), mas, devido à disponibilidade, pode-se chegar ao número de 100 entrevistados. A escolha por jovens universitários se deveu ao fato de ser um público propenso à viagens de ecoturismo (incluindo nelas a prática de esportes radicais e contemplação da natureza) como constatado por Ruchmann (2003).

Posteriormente será discutido se esta preferência segue uma tendência iniciada e imposta pelo mercado ou se trata de uma tendência natural do ser humano a preferir paisagens com elementos como água, montanhas, vegetação fasta e que aumenta conforme esse tipo de paisagem não faz parte de seu cotidiano.

Por fim, levanta-se o questionamento a respeito de como essa tendência que será confirmada ou não pela pesquisa de campo preliminar e que tem suas raízes em

duas vertentes acima mencionadas, pode ou não contribuir para a sensibilização dos turistas em relação à preservação dos espaços naturais. Esse questionamento parece fundamental já que apesar de ter em sua definição propostas preservacionistas, o ecoturismo se apresenta como uma prática de “venda” do meio para consumidores que não se contentam em contemplar o meio, querendo sim, mais horas de lazer e aventura.

Tendências do turismo na pós-modernidade: os paradoxos.

Como mencionado por Morin e Prigogine (1996), a pós-modernidade se caracteriza pelo imediatismo das ações ocorridas devido à lógica dominante da rentabilidade a curto prazo, fruto das técnicas financeiras do mercado. Priorizando essas exigências imediatistas do mercado, os cidadãos não conseguem visualizar em que prazo suas necessidades serão atendidas. Muitas vezes prioriza-se o mercado, pois os investimentos em seus setores tem retorno a curto prazo, já investimentos sociais como na educação, são sentidos à longo prazo, exigindo muitas vezes manutenção constante. Com as medidas tomadas visando o imediato, o mercado se beneficia gerando crescimento da economia, no entanto, cidadãos são excluídos devido a fatores como a falta de emprego.

O que ocorre, é que os benefícios da chamada pós-modernidade não vieram para todos e sim, apenas para os que dominam os mercados ou que deles podem participar. Se questões sociais, como emprego, são colocadas em segundo plano como citado por Morin e Prigogine (*Op. Cit.*) para os que são excluídos dos benefícios da pós-modernidade, como seria possível pensar em lazer como um fenômeno globalizado?

No entanto, para autores como Peter Drucker e Domenico de Masi (*apud* Dias, 2005), a sociedade do século XXI seria a sociedade do conhecimento e se caracterizaria por amplo acesso à informação e maior tempo livre disponível. Mais uma vez cabe questionar: até mesmo quem está inserido na sociedade da informação e tecnologia, acaba por possuir mais tem-

po livre para seu lazer?

São inquestionáveis as facilidades que se encontra nos avanços da pós-modernidade, como internet, meios de transportes mais rápidos, aparelhos domésticos que poupam tempo. Mas, segundo Naisbitt (1999), aquilo que promete poupar o tempo das pessoas, acaba sempre por roubar mais tempo. Apesar das facilidades geradas pela tecnologia do consumidor, o uso do tempo não foi o beneficiário. As pessoas acabam, segundo o autor, por não perceber ao certo as escolhas que fazem, tendo a sensação que a vida é acionada pela tecnologia; e que talvez por isso cada vez mais almejam, como um sonho, a tranqüilidade obtida talvez em uma viagem. E há outro impasse: nas sociedades em que o tempo livre já é maior que o tempo de trabalho, as pessoas exercem atividades que efetivamente lhes divirtam e contribuam com seu desenvolvimento pessoal, como questionado por Camargo (1998)? O autor define as sociedades “escravas” da tecnologia como “Zonas Tecnicamente Intoxicadas” e discute o que nelas é trabalho e o que virou lazer. Atualmente, nessas zonas, realizar tarefas simples como cozinhar, costurar, cultivar, tudo por si próprio, virou uma grande fonte de lazer para as pessoas saturadas pelas facilidades da alta tecnologia. As tecnologias, se por um lado, tiram o trabalho, também estão roubando o sentimento de satisfação das pessoas, que se entusiasmam quando podem fazer ou criar algo. Em ambos os casos, ou seja, para as sociedades que estão excluídas dos benefícios da pós-modernidade e, para aquelas que possuem (até em excesso) as facilidades advindas desse novo cenário, o lazer continua sendo um privilégio almejado.

O lazer atualmente não é mais concebido como algo pecaminoso, nem o ócio como sinônimo de vadiagem ou descompromisso com a sociedade e consigo próprio. A própria palavra lazer em latim *licere* significa “ser permitido”. Atualmente a civilização inventou, como citado por Camargo (*Op. Cit.*), a cultura do lazer, mas não soube e não quis democratizá-la. As pessoas são incentivadas a toda hora a “se permitir”, pela mídia e outros meios, a ter mais horas de lazer, e isso nem sem-

pre é possível ou é realizado seguindo essa moda sem grandes realizações pessoais. Às vezes viajar, se trata apenas de “carimbar o passaporte”, de puro exibicionismo, fazendo desaparecer o lúdico numa divisão entre o “eu-que-realiza” e o “eu-que-observa”. E, quase sempre, como descrito por Camargo (*Id.*), o prazer do “eu-que-realiza” é sacrificado em favor do prazer futuro do “eu-que-observa”, que vai apenas relatar a façanha. Assim, o foco, às vezes se torna o status, o relato para o outro de se ter condições de poder ter estado e poder ter pagado estar em locais raros e caros.

Atualmente se percebe que o lazer é uma necessidade para o ser humano, pois este é um animal complexo, que não se contenta apenas com o atendimento de necessidades como segurança, alimentação e moradia. Com o discurso da pós-modernidade que chamou a atenção para essa necessidade e também a reforçou e, devido à tendência da busca pelo status, tem-se o aumento das viagens como uma das formas de lazer mais praticadas atualmente.

Segundo Ruschmann (2003), “a Organização Mundial do Turismo (OMT), estimava que o turismo, até o início do século XXI, teria um crescimento entre 4% e 5% ao ano, quantificando as chegadas internacionais no ano de 2000 entre 592 e 690 milhões de pessoas (OMT, 1990)”.

Dentro desse cenário de crescimento das viagens, percebe-se também a tendência de crescimento de uma modalidade específica: a do ecoturismo. Ruschmann (*Op. Cit.* 161), menciona que: “Com relação ao turismo mundial, observa-se hoje um aumento acentuado da procura por viagens que proporcionem contato com a natureza, tendência que vem ocorrendo a cerca de duas décadas[...]”. Já para Cruz (2003: 17), “Foi, fundamentalmente, na década de 1990 que modalidades de turismo relacionadas a espaços naturais cresceram em importância no conjunto dos segmentos das viagens turísticas”.

Independente da discordância que se pode encontrar entre autores sobre quando efetivamente o ecoturismo se torna uma tendência, a sua perspectiva de crescimento é um consenso entre os autores e

que por isso, merece discussão interdisciplinar e aprofundada a respeito das reais motivações, impactos e benefícios dessa modalidade de turismo.

Ecoturismo: a moda que gera ou captura uma tendência?

Depois da massificação de alguns destinos e “pacotes” de viagem, viabilizada a partir de fins do século passado pelo aprimoramento dos meios de transportes e pela conquista da disponibilidade de tempo e dinheiro pelos trabalhadores com as férias pagas, hoje, o turismo de massa, segundo Serrano e Brunhs (2000), passa por uma retração. Isso também foi preconizado por Cruz (2003: 17): “[...] o crescimento galopante das práticas de ecoturismo tem a ver com o fato de este ser um produto novo no mercado do turismo, se comparado com o “produto” turismo de massa”. Essa tendência vem se refletindo, ao menos na Europa e nos Estados Unidos, num recuo da demanda por pacotes prontos de um lado, e da procura cada vez maior por roteiros personalizados, de outro. Segundo Leony (2002: 121): “[...] o panorama das tendências faz com que suponhamos ser o *ecoturismo* ser o estilo de turismo do futuro, que sem dúvida tem crescido muito ultimamente, sendo temas de reuniões em várias regiões turísticas”.

Dentro desse novo desejo, os destinos turísticos considerados “exóticos” e dirigidos a ambientes de grande valor paisagístico e ecológico ganham destaque. Atualmente, os principais destinos de ecoturismo no Brasil são: Brotas (SP), Fernando de Noronha (PE), Itacaré (BA), Lençóis Maranhenses (MA), Pantanal (MT), Chapada Diamantina (BA) e Chapada dos Veadeiros (GO) e Amazônia.

Na Região Norte, pode-se vivenciar os fascínios da Floresta Amazônica, sendo a maior reserva biológica do mundo. Seus rios também conduzem a passeios ao interior da selva, onde hotéis proporcionam comodidade e segurança para o descobrimento e apreciação da fauna e flora da região.

Na Região Nordeste, encontram-se belas praias mar de águas quentes e sol o ano inteiro. Algumas das praias mais requisitadas são as de Canoa Quebrada

(Ceará), Genipabu com suas dunas (Rio Grande do Norte), Ponta do Seixas e Cabo Branco (Paraíba), Porto de Galinhas e arquipélago de Fernando de Noronha (Pernambuco), de Pratagy (Alagoas), Atalaia Velha (Sergipe), Porto Seguro (Bahia), entre muitas outras.

A Região Centro-Oeste possui uma extensa diversidade, beleza e boa infraestrutura, desde o Pantanal mato-grossense, até os parques da Chapada dos Guimarães e dos Veadeiros. No Pantanal, encontra-se um verdadeiro santuário ecológico, onde vivem diversas espécies de capivaras, serpentes, jacarés e aves. No rio Araguaia pode-se praticar a pesca encontrando uma rica variedade de peixes.

A Região Sudeste possui na região de São Paulo, principalmente em seu litoral norte, belas praias. Nas cidades também podemos encontrar atrações ecológicas como o Jardim Botânico e a Floresta da Tijuca, no Rio de Janeiro. No espírito Santo encontra-se praias de areias monazíticas de Guarapari.

Na Região Sul, predomina o clima subtropical e a vegetação acompanha essa variação, fazendo com que as paisagens sejam diferentes com a do restante do país. Na linha do ecoturismo, Santa Catarina está entre os recantos mais explorados. As Cataratas do Iguaçu, também são um importante patrimônio da região, contanto com vasta rede de hospedagem. O ecoturismo também é praticado nos Parques Nacionais, que são uma das categorias de unidades de conservação existentes no Brasil.

Assim, o segmento identificado genericamente como ecoturismo é o que apresenta maior índice de crescimento atualmente. Segundo Rocha (2002), “estimativas oficiais chamam atenção para o fato de atualmente 10% dos viajantes serem ecoturistas” (p. 162).

O termo ecoturismo ainda não está definido por completo, sendo variada a aplicação desse termo dentro do universo turístico. Algumas definições encontradas:

Segundo a Embratur: “[...] é um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e

busca a formatação de uma consciência ambientalista pela interpretação do ambiente, promovendo o bem – estar das populações”.

Para os formadores do *trade*, segundo Serrano e Brunhs (2000): [...] é toda atividade turística realizada em área natural com o objetivo de observação e conhecimento da flora, fauna e dos aspectos cênicos, com ou sem sentido de aventura; prática de esportes e realização de pesquisas científicas.

Alguns autores mencionam que, além do ecoturismo ter surgido como uma alternativa ao turismo de massa, esse tipo de turismo tem início com os chamados visitantes alternativos, os primeiros a chegar nos locais denominados como “paradisiacos” e que, posteriormente, se tornam locais de ecoturismo.

“[...] surgiram os *hippies* cuja filosofia de vida estava na contramão do processo desenvolvimentista e possuíam postura preservacionista; buscando sempre morar em lugares belos e primitivos, onde o sistema capitalista e sua burocracia ainda eram insipientes; essas pessoas foram muitas vezes pioneiros em ocupar locais verdadeiramente paradisíacos que, depois de descobertos pela sociedade consumista, perderam muitos dos seus encantos (LEONY, 2002: 119).

Após essa descoberta pelos viajantes pioneiros, a mídia exerce a divulgação para o restante da sociedade, como observado por Leony (*Op. Cit.* 120): “Aos poucos a sociedade tradicional percebendo o movimento delas passam a freqüentar o local, que depois é descoberto pela *mídia* atraindo um fluxo incontrolável de turistas. Os que lá chegaram primeiro retiraram-se em busca de novas e remotas periferias, num processo contínuo de produção e reprodução do espaço, ficando o local mais vulnerável devido à chegada de visitantes ávidos em adquirir o *status* da viagem mais do que o próprio desfrute, alterando e destruindo sua originalidade”.

Devido à condição que obteve como o “turismo da moda” pelo mercado turístico e pela mídia, o ecoturismo tem como muitos de seus praticantes, pessoas que buscam na verdade status por ter condições e tempo de visitar locais raros, tendência já mencionada anteriormente. Os empresá-

rios também perceberam a vantagem de utilizar o chamado “marketing verde” como forma de participar do segmento ecoturismo, veiculando uma imagem progressista e consciente do empresário perante seus clientes através de medidas ambientalmente saudáveis, como definido por Ruschmann (2003).

Segundo Cruz, (2003) essa “moda” em torno dos ambientes naturais e do resgate da natureza, foi impulsionada também a partir de iniciativas públicas e privadas de proteção dos ecossistemas. Assim, mesmo não sendo considerado um *turismo de massa*, o ecoturismo está se tornando um turismo fruto da *cultura de massa*, pois é essa que escolhe as paisagens consideradas mais atrativas pelo turismo na atualidade. É a mídia, mais uma vez exercendo o papel na homogeneização de gostos e na disseminação de padrões de consumo homogeneizados.

Dentro da moda do ecoturismo, pode-se definir tendências na sua prática e na oferta de seus produtos no mercado. Segundo a pesquisa em *sites* de operadoras de ecoturismo e da bibliografia da área pode-se enumerá-las em:

1-) Tendência de se ter uma arquitetura harmônica com o meio ambiente local: segundo Leony (2002), “observa-se a valorização crescente por destinos mais primitivos, com infra-estrutura mais rústica, original e integrada ao ambiente, aproveitando-se os materiais e as técnicas construtivas locais” (p.120). Segundo a autora, esse tipo de arquitetura, gera uma sensação agradável de primitivismo e de harmonia aos praticantes do ecoturismo, pois este traduz essa intervenção humana como mais avançadas pelo respeito à natureza. A pesquisa nos *sites* comprova essa tendência, pois os hotéis que levam no nome o prefixo “eco”, utilizaram em sua arquitetura materiais que não destoam da paisagem como madeira e cipós, e seus apartamentos são denominados “eco-lodges”.

2-) Tendência de proporcionar aos ecoturistas contemplação da natureza: já são numerosos os hotéis que possuem torres de observação do meio natural, onde é possível contemplar, aves, mamíferos e outras espécies. Esses hotéis, no Brasil, são encontrados principalmente na

Amazônia e Pantanal. São dados aos hóspedes em alguns deles, um guia com as espécies que podem ser observadas no entorno do hotel, na torre de observação, ou nos passeios realizados. Também é indicado nesse guia o grau de frequência com que essas espécies podem ser observadas.

Para Serrano e Brunhs (2000), para que contato com a natureza seja verdadeiramente desprendida de qualquer interesse, o homem deverá, nessas viagens, contemplar a natureza com um olhar tranqüilo de quem não tem nada a lhe impor, assim, se sentirá unido a toda natureza e não possuirá a separação agressiva ou a solidão impassível que nasce de pesquisar homens e objetos com vontade de explorá-los e controlá-los.

3-) Tendência de proporcionar aos ecoturistas a interpretação do meio ambiente: a ferramenta IA (interpretação ambiental) utilizada em programas de educação ambiental, já faz parte do roteiro de atividades de hotéis de ecoturismo. Alguns deles exibem no próprio hotel vídeos sobre a fauna e flora na qual os turistas entrarão em contato. Esse tipo de interpretação é descrito por Delgrado (2000: 160), em artigo contido no livro “A educação pelas pedras”, como: “um meio de comunicação que utiliza todos os sentidos sensoriais do ser humano para facilitar o entendimento das relações homem-meio ambiente, procurando uma mudança de atitude em favor daquilo que é necessário preservar ou conservar para elevar a qualidade de vida da sociedade”.

4-) Tendência de roteiros ecoturísticos com atrativos não só naturais mas também culturais: são os chamados roteiros ecoculturais (definição dada por Pellegrini, 1993). Foi identificado na pesquisa dos *sites* de ecoturismo apresentações culturais dentro dos eco-hotéis, passeios que incluem visita à cachoeiras, matas e mas também à aldeias e comunidades. Isso se deve também à tendência atual de se valorizar a cultura local.

5-) Tendência de geração de benefícios sociais com o ecoturismo: segundo Barros (2000), o ecoturismo deve ser entendido como uma atividade que tem a obrigação de gerar benefícios para a comunidade local. O autor menciona que em alguns

casos, a chegada de um cruzeiro é uma oportunidade para que a população local receba alimentos, roupas e outras coisas, as quais tem dificuldade de acesso.

6-) Tendência de se ter contato com a natureza, mas com o conforto da cidade: Alguns autores confirmam essa tendência: “[...] boa parte das pessoas que praticam o chamado turismo de natureza não está disposta a dormir em barracas ou alojamentos precários, o que significa que infra-estruturas de hospedagem também são requeridas por praticantes das chamadas modalidades alternativas de turismo” (Cruz, 2003: 18).

“[...] A idéia de “volta” à natureza, de considerar o campo (ou a praia) bom em relação a cidade é destruída com a idéia do progresso, de que se querer a mesma vida da cidade no campo ou na praia. Se querer a mesma infra-estrutura quando se busca o contato com o chão, com o sol, ou com a neve (Rodrigues, 2002: 62)

7-) Tendência em se praticar esportes de aventura em viagens de ecoturismo: como definido por Cruz (2003: 17), as atividades de ecoturismo atualmente “[...] abarcam as mais diversas atividades como práticas de esportes de natureza, como *rafting* (escalada de picos, montanhas ou outros acidentes geográficos com equipamentos especiais), o *tracking* (caminhadas por trilhas em áreas de natureza selvagem) safáris fotográficos, entre outras atividades”.

Esses esportes, segundo Serrano e Bruhns (2000: 44): “[...] através da experiência sensível por eles provocada, demonstram um modo de conhecimento relacionado a determinadas emoções, fundidas com os sentidos corporais, no contato com a natureza. Uma experiência de contemplação, filtrada por valores e concepções de vida pode emergir, bem como um sentimento de união pelo pertencimento a um cosmo comum e uma fusão, através das “relações de composição” já comentadas, fundamentadas numa ética do respeito e da não-dominação. Este aprendizado da experimentação, em que está presente certa sensibilização, revela um modo de conhecer especial, ou seja, o conhecimento do ambiente decodificado via informações do corpo. Daí a

oportunidade para uma educação ambiental traçar propostas a partir dos sentidos e sentimentos provocados por essas práticas e do que as mesmas acarretam”

8-) Tendência a busca por paisagens naturais aliada com a busca espiritual: a natureza e a própria “fuga” do cotidiano de uma viagem de ecoturismo, faz com que o segmento de mercado que busca reflexões e meditação seja atendido também. Segundo a pesquisa de *sites*, já são numerosos eco-hotéis místicos e espirituais, principalmente com filosofia oriental. Propoem trilhas como: “O Caminho Místico é uma trilha única no Brasil e sob a correta orientação dos guias do Canto da Floresta é possível experimentar momentos de grande paz e harmonia em grupo ou individualmente. Os 7 totens com cristais incrustados completam a trilha reenergizando você por inteiro” (site do hotel Canto da Floresta).

Nesse artigo foram denominadas como tendências os enumerados acima pois, alguns deles, somente muito recentemente foram introduzidos dentro da prática do ecoturismo. Como citado anteriormente, essa modalidade de turismo foi formatada pelo mercado turístico aproveitando a onda de preocupações com o meio ambiente, também como alternativa para o turismo de massa e, seguindo a filosofia de resgate do contato com a natureza, iniciada pelo movimento *hippie*. Na sua prática, no entanto, o ecoturismo muitas vezes não se diferencia dos impactos do turismo de massa, não gera o contato e a contemplação da natureza e o discurso “verde” não passa de marketing. As tendências do ecoturismo se apresentam em grande parte como o amadurecimento dessa prática, o que se pode notar principalmente nas tendências 2, 3 e 5. Conforme Bould-Bovy (*apud* Cruz, 2003), o turismo exerce, freqüentemente, tanto influência benéficas quanto maléficas sobre os ambientes, afetando os recursos de formas contraditórias: por um lado ele degrada irreversivelmente as maiores atrações que o justificam e o atraíram, mas por outro ele protege o meio uma vez que estimula o interesse da população e autoridades locais para a apreciação do valor do ambiente, como defendido pelo autor. Com essas novas tendências de

amadurecimento, o ecoturismo poderia ser essa segunda face do turismo, gerando: “[...] novas formas de enxergar a vida, [...] novos estilos de turismo, mais personalizados e diferenciados, onde a questão da conservação ambiental passa a ser imprescindível, para a própria sustentação da atividade” (Leony, 2002: 120).

Essas reflexões parecem ser fundamentais, pois o ecoturismo mesmo sendo uma moda atual, na verdade soube capturar a vertente que indica tendências naturais do ser humano referentes à sua necessidade por certas paisagens, como defendido por autores como Tuan (1980), e que por isso tende a continuar crescendo como indicam as previsões de alguns autores acima citados. Essa é uma vertente que também explicaria o início e a continuidade desse tipo de turismo em meios naturais. Assim, para se entender a fundo o que está por trás das atitudes dos seguidores dessa tendência, e porque cada vez mais essa tem adeptos, deve-se estudar a percepção que se tem do maior atrativo desse turismo: a paisagem.

As dimensões da paisagem: da percepção à motivação.

“O imaginário é uma idéia que oscila nas fronteiras do devaneio, transitando entre a realidade e a fantasia. [...] O conteúdo simbólico das paisagens é utilizado para a produção de mitos a serem vendidos” (Conti).

A história do turismo no mundo mostra que montanhas e praias, campos e áreas densamente povoadas, entre outros, têm se alterado como preferência nos fluxos turísticos dominantes. Roger Bastide (*apud* Conti, 2002: 25) defende “desde a década de 40 que no plano sociológico, os limites entre o que é chamado de *realidade* e o *imaginário*, definindo este como “zona intermediária entre o consciente e o inconsciente”. Segundo Conti (*Op. Cit.*), o meio natural não inclui somente o clima, o relevo, as atividades econômicas ou o fato urbano, mas também os sentimentos.

A percepção e os sentimentos vinculados à paisagens na qual o ecoturismo é praticado passariam por essa zona intermediária pois, a percepção segundo Santos (1997) é sempre um processo seletivo

de apreensão. Para o autor, “Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada”.

O diálogo entre corpo e natureza é muito importante, pois a experiência corporal é a mais direta e imediata e, por ser o corpo, o primeiro referencial do homem no mundo. No entanto, esse diálogo e a percepção das pessoas pode ser influenciado pela cultura em que o indivíduo vive que encontra no corpo o receptáculo de suas informações, criando novos sons, novos cheiros, novas visões e principalmente novos universos e sentimentos. Assim, a percepção do visitante que entra em contato com a natureza varia conforme a sua cultura. Para muitos um campo aberto sem fronteiras pode ser percebido com o significado de liberdade e oportunidade, e para outros, um espaço de insegurança e desespero. O mesmo acontece com uma floresta que pode ser interpretada como um ambiente aberto e ligado ao resto do mundo ou ser percebida como um lugar fechado e perigoso.

Tuan (1980: 107), define *topofilia* como “um neologismo, útil quando pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material” Ou seja, são os sentimentos que se vinculam às paisagens pelas pessoas.

No que se refere à paisagem de montanhas, por exemplo, Tuan (*Op. Cit.*), afirma que por ser uma aspecto da natureza que desafia o controle humano, a tendência do homem tem sido de responder emocionalmente à ela tratando em uma época como sublime e em outras como feio e desagradável. Assim, o fato de que o modo como a natureza é vista variar conforme a cultura do indivíduo, fez com que através dos tempos essa visão variasse conforme as atividades do homem da época, da sua religião, de seu conhecimento científico da natureza. Segundo Arbex (1996), vive-se atualmente em uma época em que foram significativamente alterados, todos os limites entre natureza e cultura. As pessoas já se acostumaram a acreditar que a ciência pode tudo. A cultura invadiu a natureza, capturou-a e a transforma permanentemen-

te. Uma das consequências mais graves disso é o desencanto em face à natureza. Ao se entrar em contato com uma paisagem natural atualmente, não se tem mais a sensação de mistério. Outro autor que reflete sobre a pós-modernidade, Frederic Jameson (1996: 13), e as implicações de como esse contexto influencia na percepção que se tem do mundo, também observa que: “O pós-modernismo é o que se tem quando o processo de modernização está completo e a natureza se foi para sempre. É um mundo mais completamente humano do que o anterior, mas é um mundo no qual a “cultura” se tornou uma verdadeira “segunda natureza”.

Tuan (1980), apesar de afirmar que a percepção das pessoas frente ao meio ambiente muda conforme a cultura da época (como ocorreu na pós-modernidade), arrisca afirmar certos sentimento vinculados a certas paisagens e que pouco são influenciados pelo contexto cultural. Em relação à paisagem de praia, Tuan (*Op. Cit.*) afirma que é um meio ambiente de atração permanente para o homem. Essa atratividade explica-se entre outras coisas por sua forma que teria uma dupla atração: por um lado, as reentrâncias da praia sugeririam segurança e por outro, o horizonte aberto para o mar, aventura.

A paisagem de beira rio é, segundo Tuan (*Id.*), adorada por algumas culturas por estas dependerem da água para o plantio e uso doméstico e que, por isso, também a relacionam com o sagrado. A paisagem de vale, para o autor atrai os seres humanos por razões ligadas à sobrevivência, pois promete uma subsistência fácil por ser um nicho ecológico altamente diversificado. Já a paisagem de uma ilha, mesmo não tendo essa diversidade, nem tendo grande significação na evolução humana, atrai o homem pela imaginação que provoca. A paisagem de campo, segundo Tuan (*Id.*), teria um sentido romântico, pois nada tem a ver com qualquer compreensão real da natureza. Essa paisagem também está envolta em melancolia, pois é associada com a idéia de uma indolência tranqüila. Esse sentimento começou quando foram construídas as grandes cidades e a pressão da vida urbana tornou atrativa a paz rural.

Ainda segundo Tuan (1983) o prazer

visual da natureza variaria em tipo e intensidade, o autor associa a prática do turismo com uma efemeridade da contemplação ao dizer que alguns dos atuais circuitos turísticos parecem estar motivados pelo desejo de colecionar etiquetas e fotografias. Segundo o autor o turismo a despeito de sua importância social e econômica não seria a ferramenta ideal para unir o homem à natureza pela fugacidade da fruição da paisagem. Tuan (*Op.Cit*) afirma também que o contato propiciado pelo turismo entre homem e natureza é problemático no que diz respeito à construção de uma ligação forte entre os dois. Para o autor a prática de certos esportes na natureza, como o alpinismo, através do turismo, ocasionam um contato violento entre homem e natureza, quando o adequado seria um envolvimento suave e inconsciente. A despeito de todas essas afirmações do autor a respeito do turismo, pode-se sugerir que a busca do ser humano por paisagens naturais e, especificamente por certos tipos de paisagem como rios, montanhas, praias e ilhas, através do turismo ou não, pode ser explicada pela necessidade intrínseca de uma maior ligação com a natureza.

A respeito da questão da prática de esportes na natureza e o tipo de contato que ela proporciona mencionado por Tuan (*Id*) pode-se utilizar uma proposição levantada por Camargo (1998) para afirmar a necessidade real do homem pela aventura como também motivadora do ecoturismo e da prática de esportes na natureza. Segundo Camargo (*Op.Cit.*) a aventura é uma categoria ou impulsão primária do lúdico. Essa categoria é igual à descoberta, a revelação de um mistério. Por exemplo, nada recompensa mais o viajante do que o belo cenário que repentinamente se lhe descortina. A própria viagem é a síntese dessa busca de aventura: um novo lugar para se conhecer, novos costumes, novas formas de se alimentar, de circular nas cidades, novos tipos de pessoas, novas maneiras de administrar o cotidiano. Dentro dos chamados esportes de aventura praticados no ecoturismo, pode-se descobrir outras categorias ou impulsões primárias do lúdico humano como a competição. A competição não significa necessariamente disputa com o

outro. Como citado por Camargo (*Id.*) pode ser uma disputa consigo mesmo: conseguir ser melhor do que a última vez. A vertigem também é outra categoria presente. Ao contrário da competição, que exige controle e disciplina, na vertigem se exercita a capacidade de se deixar levar, de perder o controle e correr riscos em segurança. A última categoria presente nos esportes de aventura pode-se dizer que é a fantasia. Ela está presente na expectativa da viagem onde a pessoa devaneia sobre o que irá encontrar.

O ecólogo americano Edward O. Wilson (1993) propôs também a sua “hipótese da biofilia”. “Biofilia” do grego *bios*, vida e *philia*, amor, afeição – significa literalmente “amor pela vida”. Edward Wilson acredita que os seres humanos têm uma ligação emocional inata com outros organismos vivos e com a natureza. Algo semelhante à *topofilia*, mas no sentido biológico e não geográfico. A hipótese levantada no termo sugere que essa ligação emocional tornou-se hereditária, pois 99% da história da humanidade não se desenvolveu nas cidades, mas em convivência íntima com a natureza.

Como todo comportamento humano hereditário, isso não significa que a influência de outros seres humanos e da própria educação não possam modificar essa “biofilia”. No entanto, justamente por ser hereditária, “a biofilia” seria mantida e transmitida de geração para geração. Evidências disso são as pessoas ricas que constroem em volta de suas casas jardins babilônicos, os condomínios que fazem propaganda mostrando seus prédios situados dentro de recintos semelhantes a grandes parques, o grande número de crianças e adultos que visitam jardins zoológicos e jardins botânicos.

Essas três vertentes, *topofilia*, *categorias do lúdico* e *biofilia*, poderiam explicar, em parte, as preferências das pessoas por certos destinos; em contrapartida à explicação de baseada no modismo do ecoturismo motivado pela mídia e pelo mercado.

Paisagens: o porque das escolhas.

“Somente os homens que crêem apaixonadamente nos valores e põem em

jogo uma vontade apaixonada podem chegar a ser grandes cientistas”. (Sombart).

Segundo Ruschmann (2003), o perfil dos clientes das agências de ecoturismo é constituído na maioria dos clientes (83,6%) de turistas brasileiros, com rendimentos individuais mensais situados entre US\$ 1.300,00 e US\$ 2000,00. A maioria dos clientes das agências e operadoras de ecoturismo ainda é constituída principalmente das classes sociais A e B. A renda média apontada pelos empreendedores é superior a R\$ 3000, maior do que a renda apontada pela pesquisa de 1994 (entre US\$1.300 e US\$2000, sendo que US\$1=R\$1). Quanto ao gênero, há uma paridade entre turistas do sexo masculino e feminino, com idade média variando entre 20 e 40 anos. Ainda segundo Ruschmann (*Op. Cit.*: 136), as motivações dos turistas de ecoturismo dividem-se entre: “[...] contato ativo com a natureza, fuga do cotidiano, conhecimento de novos lugares, prática de esportes radicais e contato social com parentes e amigos. Vale lembrar que esses turistas são pessoas conscientes da importância da preservação ambiental e cultural, mesmo que não tenham interesse em interagir com o meio ambiente ou com a população autóctone”.

Tendo em vista os dados apresentados acima por Doris Ruschmann, e objetivando responder à questão anteriormente proposta a respeito do ecoturismo como um modismo, ou um tipo de turismo que capta a vocação de certas paisagens em ser preferidas naturalmente pelo ser humano, se propôs uma pesquisa de campo. Essa pesquisa se constitui no estudo da percepção da paisagem no contexto da viagem. Assim, foram apresentadas 11 paisagens no questionário sendo: 1- paisagem urbana, 2- paisagem de mata fechada para caminhada, 3- paisagem de cachoeira para rapel, 4- paisagem de quedas d’água, 5- paisagem com festas populares, 6- paisagem de montanhas, 7- paisagem de praia, 8- paisagem desértica, 9- paisagem de lagos, 10- paisagem com patrimônio histórico, 11- paisagem florestal para trilhas.

Dentre as paisagens apresentadas, foram incluídos elementos de algumas

tendências do ecoturismo como: esportes radicais, manifestações culturais, infraestrutura inserida no ambiente natural.

Os entrevistados deveriam assim, responder qual paisagem escolheriam dentre as enumeradas para a próxima viagem e por quê. A amostra constituiu-se de 100 estudantes da UESC (Universidade Estadual de Santa Cruz Ilhéus-BA), de forma aleatória, pois estes (jovens estudantes, de classe média) constituem o perfil definido por Ruschmann para o ecoturista. Além disso, segundo Arbex (1996), os jovens tornaram-se os principais produtores e consumidores da indústria florescente que dita as modas, por estarem diretamente em contato com as novas tecnologias de comunicação como a informática.

Análise dos resultados – pesquisa de campo: Percepção da paisagem

Paisagem 1 – paisagem urbana

Resultados: 5%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: pessoa agitada, consumista, que não gosta de natureza.

- Pelas características da paisagem: grande infra-estrutura disponível, remete à agitação, comodidade, tecnologia, concentra diversos atrativos.

Paisagem 2 – paisagem de mata fechada para caminhada.

Resultado: 2%

Porque da escolha:

- Pelas características da paisagem: claustrofóbica, evoca medos primitivos, rico ecossistema e biodiversidade, aventura.

Paisagem 3 – paisagem de cachoeira para rapel.

Resultado: 17%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: gosto pela prática de esportes, aventura e desafio, por já ter conhecimento sobre aquele ambiente, gosto pelo contato com a natureza.

- Pelas características da paisagem: paisagem bela, proporciona o “espírito de aventura”, esportes radicais, exploração, trilhas, contato com a natureza, emoções, fuga da realidade.

Paisagem 4 – paisagem de quedas d’água.

Resultado: 11%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: interesse pessoal por quedas d’água e cachoeiras, gosto por locais preservados.

- Pelas características da paisagem: exuberante, intocada, bela, natural, transmite a sensação de paz, relaxamento, é diferente da paisagem do cotidiano que está relacionada com stress, calma, romântica, concilia diversão e aventura.

Paisagem 5 – paisagem com festas populares.

Resultado: 6%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: gosto por festas populares, tem a expectativa de diversão e alegria nessa paisagem, gosto por estar com os amigos nesse ambiente.

- Pelas características da paisagem: resgate e contato com a cultura popular, proporciona conhecer novas culturas, local animado, danças, música, propicia para a diversão.

Paisagem 6: paisagem de montanhas.

Resultado: 4%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: gosto pelo clima montanhoso, expectativa de distração da mente e sossego nessa paisagem, possui conhecimento sobre o local.

- Pelas características da paisagem: possibilita vivenciar o assunto estudado sobre geologia em sala de aula, a paisagem é tranquila, clima frio, propicia a esportes radicais e contemplação.

Paisagem 7: paisagem de praia.

Resultado: 20%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: gosto por praias e pessoas que a frequentam, local propício para vivenciar emoções (liberdade), gosto por contemplação do mar, sol, brilho dos raios na água, gosto por surfar, expectativa de lazer nessa paisagem (termo utilizado: “sombra e água fresca”).

- Pelas características da paisagem: bela, transmite paz, lembra outras praias interessantes, propicia contato e contemplação de pessoas belas, provavelmente possui infra-estrutura (como cabanas),

pouco freqüentada, proporciona tranquilidade, reflexão, meditação, remete à brisa do mar, sol, água de coco (alimentos consumidos na praia), sensação de liberdade pela amplitude do espaço, diversão e descanso, relaxamento pelo som do mar, fuga do cotidiano.

Paisagem 8: paisagem desértica.

Resultado: 5%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: Expectativa de lugar pouco explorado pelo homem, lembra a terra natal e o sertão, ainda não conhece (curiosidade), faz refletir sobre a cultura e os povos desse tipo de região.

- Pelas características da paisagem: Exótica, vegetação interessante, transmite paz, sossego, retorno a tempos antigos.

Paisagem 9: paisagem de lagos.

Resultado: 5%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: lembra o local da infância, desejo de conhecer essa paisagem (curiosidade).]

- Pelas características da paisagem: aberta (sensação de liberdade), cercada por montanhas, natural e ao mesmo tempo próxima de um centro urbano, tranquilidade, paz, equilíbrio entre natural e artificial.

Paisagem 10: paisagem com patrimônio histórico.

Resultado: 10%

Porque da escolha:

- Pelas características pessoais: gosto por cidades históricas, tradições, culturas, propicia aprendizado.

- Pelas características da paisagem: oportunidade de conhecimento, une útil ao agradável (lazer e cultura), proporciona conhecimentos novos, permite algo além do lazer.

Paisagem 11: paisagem florestal para trilhas.

Resultado: 15%

Porque da escolha:

- Por características pessoais: preferência por locais “sossegados”, fora da cidade, com atividades interessantes, gosto por estar próximo da natureza (fauna e flora), fuga da rotina urbana, busca por sensação de liberdade, gosto por novas experiências, aventura, sensação de tranquilidade na floresta, harmonia com

Deus.

- Pelas características da paisagem: natural, possibilita emoções, contato com a natureza, recursos, trilhas, gera fascínio, contemplação, divertimento, aventura, renova as “energias” para retornar ao trabalho e ao estudo, possibilita adquirir conhecimento, paisagem saudável pelo verde e rios, possibilita a prática de esportes radicais, é tranqüila e isolada.

A partir dos dados obtidos na pesquisa, a primeira constatação que se pode fazer é que, nas paisagens com menos ocorrência de elementos naturais (1, 5, 10), os entrevistados recorreram mais à elementos da própria paisagem e menos à elementos pessoais para justificar a sua resposta. Essa constatação pode ser analisada como uma relação com as respectivas paisagens que passa muito mais pela racionalidade do que pela afetividade e o imaginário. Como o relato: “Paisagem 10 (paisagem com patrimônio histórico). Porque é interessante você poder, além de conhecer um lugar novo, saber um pouco da história e cultura de uma região. As paisagens com patrimônio histórico agradam aos olhos e alimentam o cérebro”.

Por outro lado, com relação às paisagens naturais, houve uma maior ocorrência de relatos pessoais, muitos deles incluindo sentimentos, sentidos (como visão e audição), como defendido pela *topofilia* de Yi-Fu Tuan. Como os relatos abaixo:

“Paisagem 7 (praia). Brisa do mar, sol, água de côco. O mar e a areia, por suas dimensões, nos dão uma imensa sensação de tranqüilidade e liberdade. Uma praia bonita é o lugar ideal para se divertir e descansar”.

“Paisagem 7 (praia). Porque gosto muito de praias, sol, conhecer praias novas, e apreciar um dia ensolarado, com o brilho dos raios na água”.

A pesquisa também confirmou a tendência apontada de se aliar paisagens naturais com roteiros culturais, devido a esse interesse duplo, demonstrado no relato a seguir:

“Paisagem 8 (deserto). Porque não conheço ainda. É uma paisagem exótica, com vegetação interessante e dá a impressão de transmitir paz, sossego, e uma espécie de retorno a tempos antigos. Além disso, faz refletir sobre os povos e culturas desse

tipo de região”.

Podemos também comprovar com os relatos a tendência de se aliar busca pela natureza e busca espiritual.

“Paisagem 7 (praia). Porque é um lugar calmo, tranqüilo, e o som do mar relaxa, é o lugar ideal para meditar e refletir sobre a vida”.

“Paisagem 4 (quedas d’água). Porque nos sentimos e podemos ter o contato com as dádivas de Deus, nos dando força para viver nesse mundo injusto e nada humanitário”.

Outra tendência que pode ser confirmada pelos relatos é a de aliar infraestrutura e meio ambiente:

“Paisagem 9 (paisagem de lagos). É um lugar aberto, cercado por montanhas, bem natural. E ao mesmo tempo possui uma cidade próxima ao local, só que mais pelo ambiente aberto, a sensação de liberdade que traz”.

“Paisagem 9 (paisagem de lagos). Porque existe um aparente equilíbrio entre as belezas naturais e artificiais, parece trazer paz interior”.

Por fim, a pesquisa comprovou a tendência de se querer aliar esportes radicais e natureza, e agrado do ser humano em estar em contato com a vida, como defendido pela biofilia de Eduard O. Wilson (1993):

“Paisagem 3 (cachoeira para rapel). Eu adoro a natureza ainda preservada, me encanta e tranqüiliza, além do mais, a adrenalina dos esportes radicais é maravilhosa”.

O desafio da tendência da prática de esportes radicais na natureza está em transformar viagens à natureza de meras *vivências* para *experiências* de vida. No entanto, experienciar é, antes de mais nada vencer perigos. Como citado por Tuan, a palavra “experiência” provém do latim: *per* de “experimento” e, “experto” e “perigoso”. Assim, para experienciar, no sentido ativo, é preciso arriscar-se a enfrentar os perigos do novo, experimentar o ilusório e o incerto. Essa busca pela experiência da aventura, que constitui uma *categoria do lúdico* do ser humano, defendida por Luiz Octávio De Lima Camargo (1998) e sua busca também é inata do ser humano.

Conclusões

Ao longo do artigo pode ser comprovado que o ecoturismo é uma das mais fortes tendências do turismo atual. Puderam também ser observadas, tanto na bibliografia especializada em turismo, quanto na pesquisa de campo, as tendências atuais dentro da prática do ecoturismo, definidas tanto pelo lado da demanda, quanto da oferta. Essas tendências podem ser consideradas, como dito anteriormente e a guisa de conclusão, como um reflexo do amadurecimento de sua prática, uma vez que cada vez mais o ecoturismo caminha, como observado, para ser na prática o que já nos conceitos utilizados pelas grandes organizações que tratam do turismo no Brasil e no mundo.

Buscou-se, além disso, realizar uma discussão especulando a respeito do papel exercido pela percepção das pessoas em relação à paisagens naturais no ecoturismo, e que explicaria em parte o seu sucesso de mercado. Para tanto, a pergunta que orientou a pesquisa de campo e delineou seus formatos foi: será o ecoturismo um modismo influenciado pela mídia, ou será uma tendência do turismo que encontra o seu sucesso no fato de ter conseguido aliar à demanda por viagens, o atendimento a uma necessidade ontológica: o contato com a natureza? Pôde-se concluir que, embora em parte não se possa negar o papel da mídia no incentivo ao crescimento do setor, a necessidade humana pela natureza parece ser muito mais freqüente e constitui um incentivo muito mais forte para as viagens ecoturísticas. Pôde-se comprovar que as paisagens têm de fato, um significado afetivo muito forte para os entrevistados, e muito embora esse significado possa se alterar de tempos em tempos ou de um povo para outro, os tipos de paisagem mais admirados não tem mudado muito ao longo dos tempos como pode ser visto em Tuan (1980).

A título de contribuição prática do artigo para o desenvolvimento do turismo, pôde-se identificar uma necessidade de melhor formação do profissional da área e uma melhor adequação do mercado a essas necessidades ora descobertas. Assim, crê-se que é preciso que os operado-

res de turismo percebam que a dimensão da paisagem é “[...] a dimensão da percepção, o que chega aos sentidos. Por isso, o aparelho cognitivo tem importância crucial nessa apreensão, pelo fato de que toda nossa educação, formal ou informal, é feita de forma seletiva, pessoas diferentes apresentam diversas versões do mesmo fato” (Santos, 1997).

Assim, os operadores de turismo, ao conduzir visitantes a áreas naturais estimulando a interpretação da paisagem pelo aspecto cognitivo dessas pessoas, estará também aumentando a percepção delas em relação à natureza, e as sensibilizando frente aos problemas do meio ambiente e respeitando-o pelo seu valor intrínseco.

Entende-se, como mencionado por Rodrigues (2002: 56), “que o *Turismo* é uma atividade que produz (mesmo quando se apropria sem transformar) o espaço. *Valora* uma determinada paisagem sem que haja uma intervenção para a produção espacial: olhar o céu-cheio de estrelas, o mar, os rios, a paisagem dos Andes, Alpes etc. Ou seja, trata-se da “vista” da paisagem sem que nenhuma transformação ocorra pela intermediação da atividade turística diretamente naquele lugar”.

No entanto, essa intervenção da atividade turística ocorre, pois locais com o conforto e cada vez mais raros, são pedidos da própria demanda. Demanda essa ainda constituída por pessoas que tem recursos e tempo para essa prática. Sendo o contato com paisagens naturais, a busca pela aventura e, a contemplação da vida, necessidades fundamentais do ser humano, deve-se pensar na democratização dessa prática, minimizando os impactos com uma demanda não tão ávida por luxo e multiplicando a qualidade de vida e do ambiente das pessoas.

Referências Bibliográficas:

- Arbex, T.J.
1996. *Mundo pós – moderno*. São Paulo: Scipione,
Aulicino, M.P.
2003 Algumas implicações da exploração turística dos recursos naturais de In: Cruz, Rita de Cássia Ariza da. *Introdução à Geografia do Turismo*. São

- Paulo: Roca.
- Camargo, L.O.L.
1998 *Educação para o Lazer*. São Paulo: Moderna.
- Conti, J.B.
2002. A natureza nos caminhos do turismo *In*: Rodrigues, Adyr Balastrieri (Org). *Turismo e Ambiente; Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec.
- Dias, R.
2005. *Introdução ao turismo*. São Paulo: Atlas.
- Jameson, F.
1996. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática.
- Leony, Â.
2002. Circuito do Diamante: uma abordagem do ecoturismo na Bahia *In*: Rodrigues, Adyr Balastrieri (Org). *Turismo e Ambiente; Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec.
- Morin, E. & Prigogine, I.
1996. *A sociedade em busca de valores. Para fugir à alternativa entre o cepticismo e o dogmatismo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Naisbitt, J.
1999. *High tec, high touch*. São Paulo: Cultrix.
- Pellegrini Filho, A.
1993. *Ecologia, Cultura e Turismo*. Campinas, SP: Papirus.
- Rodrigues, A.M.
2002. A produção e o consumo do espaço para o turismo para o turismo e a problemática ambiental. *In*: Yázigi, Eduardo. Carlos, Ana Fani Alessandri. Cruz, Rita de Cássia Ariza. *Turismo, Espaço, Paisagem e Cultura*. São Paulo: Hucitec.
- Rodrigues, A.B. (Org).
2002. *Turismo e Ambiente; Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec.
- Rocha, G.O.R. da.
2002. Ecoturismo na Amazônia: uma análise das políticas públicas planejadas pela Sudam *In*: Rodrigues, Adyr Balastrieri (Org). *Turismo e Ambiente; Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec.
- Ruschmann, D.V.M.
2002. *Turismo no Brasil: Análise e Tendências*. Manole: Baureri-SP.
- Serrano C.M.T. e Bruhns H. (org.).
2000. *Viagens à Natureza - Turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus.
- Serrano C. (org.).
2000. *A educação pelas pedras – ecoturismo e educação ambiental*. São Paulo: Chronos.
- Santos, M.
1997. *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec.
- Tuan, Y.
1980. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: Difel.
1983. *Espaço e lugar*. São Paulo: Difel.
- Wilson, E.O.
In Search of Nature Biophilia and the Environmental Ethic. Penguin Books, 1993. Traduzido e editado pela Fundação SOS Mata Atlântica.
- Yázigi, E. Carlos, A.F.A. Cruz, R.C.A.
2002. *Turismo, Espaço, Paisagem e Cultura*. São Paulo: Hucitec.

ANEXO 1

Lista de Sites onde foram obtidas as fotos do questionário:

- Foto paisagem 1:
www.curitiba-parana.com/arquitetura-urbanismo.htm
- Foto paisagem 2
www2.uol.com.br/oradical/materias/4739.shtml
- Foto paisagem 4:
www.curitiba-brazil.com/foz-iguacu.htm
- Foto paisagem 5:
www.pousadapeter.com.br/index_caruarufotos.htm
- Foto paisagem 6:
www.tecepe.com.br/bike/chapado.htm
- Foto paisagem 8
www.ncanal.com.br/busca/main.cgi?target=http://www.geocities.com/SiliconValley
- Foto paisagem 9: Arquivo pessoal
- Foto paisagem 10:
www.artes-curitiba.com/arquitetura.htm

Sites dos hotéis citados:

- Hotel:JungleOthonPalace:
www.aonde.com/clique/clique.php?id_site=21468&url=http://www.junglepalace.com.br/
- Hotel Amazon Lodge: http://www.viverde.com.br/amazon_lodge.html

Hotel Canto da Floresta: <http://www.hotelcantodafloresta.com.br/ambientes/meditacao.html>
Hotel Guanavenas Pousada Jungle Lodge: <http://www.ladatco.com/PAN-CEF.HT>

ANEXO 2- Fotos do questionário utilizado na pesquisa.

Paisagem 1



Paisagem 2



Paisagem 3



Paisagem 4



Paisagem 5



Paisagem 6



Paisagem 7



Paisagem 8



Paisagem 9



Paisagem 10



Paisagem 11



Recibido: 3 de julio de 2006
Reenviado: 14 de diciembre de 2006
Aceptado: 19 de marzo de 2007
Sometido a evaluación por pares anónimos