

# IDEOLOGIA AMBIENTALISTA E “MARKETING VERDE”: ESTRATÉGIAS DE REPRODUÇÃO DO CAPITAL TURÍSTICO EM ITACARÉ, BAHIA

**Paulo Fernando Meliani**

Professor Assistente de Geografia Regional  
Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)  
paulomeliani@hotmail.com

## RESUMO

A pequena cidade de Itacaré é hoje lugar de reprodução de capitais nacionais e internacionais, em função da inserção seletiva do turismo na região a qual pertence, a região cacauzeira do sul da Bahia. A presença de remanescentes de “Mata Atlântica”, que ainda recobre muito dos morros do lugar, serve atualmente de material para a produção estética de um turismo dito “ecológico”, supostamente organizado sobre bases “sustentáveis”. A cidade de Itacaré, que esteve relativamente isolada do centro regional (Ilhéus e Itabuna) até 1998, quando da pavimentação do trecho Ilhéus-Itacaré da BA-001, é hoje vendida como “reliquia” e “paraíso ecológico” para os mercados nacionais e internacionais do turismo. Neste artigo, apresento parte dos resultados de uma pesquisa sobre a “estética da mercadoria do turismo em Itacaré”, notadamente sobre algumas das estratégias utilizadas pelo capital turístico para se reproduzir: (1) a criação de uma ideologia ambientalista e (2) a elaboração de um “marketing verde”. Em ambos os casos, ações estatais e empresariais foram e são empreendidas no sentido de se forjar uma identidade ecológica, que tem como objetivo atrair cada vez mais turistas consumidores dos serviços turísticos oferecidos em Itacaré.

## INTRODUÇÃO

É no contexto de decadência da economia cacauzeira, de muito menos emprego nas fazendas e de incremento da urbanização, que o turismo chega à região cacauzeira da Bahia como uma política pública de desenvolvimento econômico nos primeiros anos da década de 1990, o Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (PRODETUR/BA). Legitimado por uma espécie de governança que envolve o poder público em suas três esferas: iniciativa privada, comunidades locais e organizações ditas não governamentais, o PRODETUR se propôs como “instrumento de intervenção governamental de caráter multisetorial que busca convergir ações nas áreas de infraestrutura pública, promoção e educação para o turismo nas regiões prioritárias” (BAHIA, 2005, p. 42-43) <sup>1</sup>.

Na primeira metade da década de 1990, enquanto os investimentos em infraestrutura se concentravam em Salvador, no litoral Norte e em Porto Seguro, o governo do Estado promoveu uma política de criação de inúmeras unidades de conservação de uso sustentável, bem como implantou um plano de comunicação e “marketing” para vender a Bahia como mercadoria do turismo. Para diferenciar a

“oferta turística”, a cultura se junta à natureza, que juntas definem o “potencial turístico de cada região”, matéria para a produção estética da mercadoria do turismo na Bahia.

Para as políticas do PRODETUR, é possível fazer de um subespaço da região cacaueira uma “zona turística prioritária”, atribuindo-lhe uma identidade pitoresca, a “Costa do Cacau”, que abrangeria o litoral dos municípios de Canavieiras, Una, Ilhéus, Uruçuca e Itacaré, além da cidade de Itabuna <sup>2</sup>. A zona turística tem Ilhéus (por via aérea) e Itabuna (por via terrestre) como portas de entrada, para turistas que possam consumir o litoral por meio da rodovia BA-001. Segundo o PRODETUR, o conjunto de atrativos e diferenciais dos municípios da Costa do Cacau sugere o desenvolvimento de cinco categorias de turismo: o “ecoturismo” (vinculado ou não a esportes de aventura), o turismo de lazer em “resorts”, o turismo de pesca, o turismo histórico-cultural e o turismo de negócios, congressos e eventos para o eixo Ilhéus-Itabuna.

Além da seleção de zonas turísticas prioritárias, o PRODETUR indicou para elas a aplicação seletiva de investimentos em saneamento, energia, construção de estradas, aeroportos e recuperação de patrimônio histórico, financiados com recursos liberados pelo BID e Banco do Nordeste. Entre as ações concluídas, na primeira fase do PRODETUR, a pavimentação do trecho Ilhéus-Itacaré da rodovia BA-001, que foi concluída em maio de 1998, a um custo final de 18.058.000 de dólares (GONÇALVES, 2002, p. 109). A pavimentação da BA-001, justificada pela necessidade de integração regional de Itacaré, atraiu capitais imobiliários (com incorporações de terra pra fins de especulação, e empresariais) com investimentos principalmente em hotelaria, de diferentes níveis, das pequenas pousadas aos resorts (BAHIA, 2005, p. 132) <sup>3</sup>.

Segundo as estimativas da HVS International (2005, p. 17), o fluxo nos meios de hospedagem de Itacaré, em 2005, foi de 77.200 turistas, gerando cerca de 2.000 empregos nos serviços de hospedagem, alimentação, comércio e passeios. De acordo com a empresa, seguindo o Plano Itacaré 2015, a expectativa é de um crescimento no fluxo de turistas, principalmente dos segmentos internacional top, internacional eco e nacional top, ou seja, visitantes com maior propensão de gastos. A projeção é que, em 2015, Itacaré receba cerca de 220 mil turistas, que gerariam mais de nove mil empregos diretos no turismo.

## **IDEOLOGIA AMBIENTALISTA E PRODUÇÃO ESTÉTICA DO TURISMO**

A produção de um espaço do turismo no sul da Bahia contou com uma “normatização ambiental” que se tornou, segundo Chiapetti (2009, p. 149), a base de sustentação para atrair investimentos privados nas zonas turísticas, a partir da política de proteção ambiental do PRODETUR, que associa turismo e ecologia, com o conceito de “turismo ecológico”. As normas ambientais instituídas condicionaram a liberação de recursos de infraestrutura à obrigatoriedade de audiências públicas e de projetos de educação ambiental, como quando da construção do BA-001, já que esta atravessaria uma “área de proteção ambiental” criada em 1993, a APA de Itacaré-Serra Grande. De acordo com Chiapetti (2009, p. 149-150),

Antes de uma política do estado da Bahia, a associação da atividade turística ao conceito de turismo ecológico era uma das exigências do BID. A liberação dos recursos do PRODETUR-NE, destinados à construção da rodovia BA 001, ficou condicionada à obrigatoriedade de realizar audiências públicas e de realizar um projeto de educação ambiental, ações fundamentais para a difusão do conceito de “ambientalmente correto”. O objetivo, também, era dar um caráter de legalidade e transparência aos investimentos públicos, para que o projeto fosse mais facilmente aceito e incorporado pela população, como um projeto de desenvolvimento econômico em benefício a todos. As audiências públicas ficaram sob a coordenação da BAHIATURSA e a educação ambiental ficou sob a coordenação do Instituto Sócio Ambiental do Sul da Bahia (IESB), uma organização não governamental com sede em Ilhéus. Foram várias audiências públicas que acabaram possibilitando uma grande mobilização dos segmentos sociais locais e a difusão, junto com a construção da rodovia, de uma ideologia conservacionista.

A ideologia do desenvolvimento sustentável, de caráter conservacionista, é que norteou a construção do trecho Ilhéus-Itacaré, já concebido como “estrada-parque”, que supostamente teria adotado alguns dos critérios internacionais de estradas-parque <sup>4</sup>. Mas, de acordo com Chiapetti (2009), “mesmo com toda discussão e mobilização da sociedade, apenas alguns critérios foram atendidos, como algumas passarelas aéreas e canaletas para o trânsito da fauna local entre uma margem e outra e a instalação de placas educativas” (p. 150) <sup>5</sup>. A conservação ambiental se aplica a ideologia do desenvolvimento sustentável que, ao ser difundido como ideal de uso racional dos recursos naturais, legitima ações de apropriação e produção do espaço para o consumo do turismo. Com a construção da estrada-parque, se difundiu a ideologia do turismo ecológico como um meio de desenvolvimento ambientalmente sustentável para Itacaré, como conta Chiapetti (2009, p. 150):

A construção da rodovia foi acompanhada por ambientalistas que tiveram a oportunidade de opinar, desde o planejamento de seu traçado até nos planos de compensações ambientais pelos possíveis “impactos” na construção. Se esta era a estratégia do BID e muito bem “assimilada” pelo governo do estado da Bahia, o envolvimento dos ambientalistas também foi muito bem sucedido e a rodovia passou a ser identificada como uma rodovia construída de acordo com o conceito “ecologicamente correto”. Este conceito passou a ser incorporado também aos empreendimentos que se instalaram ao longo de sua margem, tanto os ligados à atividade turística como em outras atividades.

Assim, a construção da estrada permitiu mais que o acesso facilitado à pequena cidade de Itacaré e as praias do litoral sul do município, pois ao mesmo tempo fomentou a ideologia do desenvolvimento sustentável possível por meio do turismo de natureza, do turismo ecológico, do ecoturismo, enfim, de práticas de lazer na “natureza” que inserem Itacaré no mercado nacional e internacional do turismo. Fundadas na ideologia do desenvolvimento sustentável, as normas ambientais e os investimentos privados tornaram o espaço, principalmente litorâneo, material para a valorização estética da mercadoria do turismo. Como apontou Luchiari (2002, p. 115), é a “sustentabilidade local” transformada em objeto de intervenção do mercado e de políticas públicas, visando transformar o lugar em uma mercadoria atrativa economicamente.

Segundo Ramos (2010, p. 36), a partir do momento em que se cria uma paisagem comercializável e se transforma a praia em mercadoria, estratégias de comunicação e marketing são criadas e operadas, incluindo tudo o que possa valorizar a mercadoria: o mar, a praia, a proximidade com os dois, os confortos, o status, a qualidade de vida, as relações sociais e tudo mais que seja proveitoso para valorizar o valor de troca. Ramos (2010, p. 37) lembra o documentário “The corporation” (2002), do diretor “Joel Bakan”, para ilustrar sua denúncia da existência de modelos de “produção da subjetividade”, muito relacionáveis com o modo pelo qual a estética da mercadoria opera no sentido da padronização da sensualidade dos consumidores. Segundo Ramos, o documentário mostra como o capital cria produtos e marcas, por meio do “gerenciamento da percepção”, uma estratégia de marketing que, a partir de pesquisas sobre hábitos de consumo, produz “modos de vida”, “novos hábitos” e idéias para a criação de novos produtos.

A produção estética do “sonho de consumo” da experiência turística em meio à natureza, que inclui praia e mar num “paraíso ecológico tropical”, como fazem parecer

Itacaré, é um modo de “padronização da sensualidade” dos consumidores de turismo. Pela estética da mercadoria, nos termos de Haug (1997), a padronização da sensualidade se impõe como um “estilo de vida”, a partir da idéia de que o turismo é uma prática de lazer considerada necessária pelo seu valor de uso, que seria um rompimento com o cotidiano por parte do turista. Os lugares são vendidos como capazes de satisfazer o sonho de consumo do “ecoturismo” ou do turismo ecológico, ou qualquer que seja o nome dado às práticas de turismo na natureza, de recreação e contemplação da paisagem “natural”<sup>6</sup>.

Como apontou Haug (1997, p. 122), muitas vezes, o capital extrai material para renovar a moda de um “fundo subcultural”, gerado das “novas formas e estilos” dos jovens, que podem ser originados, inclusive, como contestação das imposições sociais. O ecoturismo, por exemplo, parece ter sido concebido como uma prática alternativa ao turismo de massa, que se apropria do desejo de experiências opostas as do cotidiano urbano, tendo como inspiração os jovens viajantes alternativos, como os hippies dos anos 1970-1980. A filosofia do movimento hippie, de andar na contramão do progresso e do desenvolvimento, foi uma espécie de redescoberta da natureza, tornando muitos dos adeptos do movimento em “andarilhos”, visitantes de lugares inóspitos e “não contaminados” que, atualmente, tem se tornado destinos ecoturísticos no mercado do turismo, como é o caso de Itacaré.

De acordo com Mendes Júnior e Ferreira (2010, p. 375), o mercado possui um papel que vai além de viabilizar o comércio de produtos e serviços, pois ele também é um instrumento que zela pela ideologia hegemônica, enquanto homenageia movimentos sociais organizados que se levantam contra a cultura que lhe dá suporte. O mercado não se opõe nem se defende explicitamente desses movimentos, ao contrário, eleva-os ao status de moda e, assim, leva o “hippie”, o “punk”, o “rapper”, o marginal, o ecoturista para a vitrine. Nas palavras de Mendes Junior e Ferreira (2010, p. 375),

Lá, como num altar sagrado, imola-os. Transforma-os em mercadoria destituída de sentido ao longo de um processo de sabotagem social, anulando o poder de transformação contido nos movimentos que por ele são apropriados e selando o seu próprio destino.

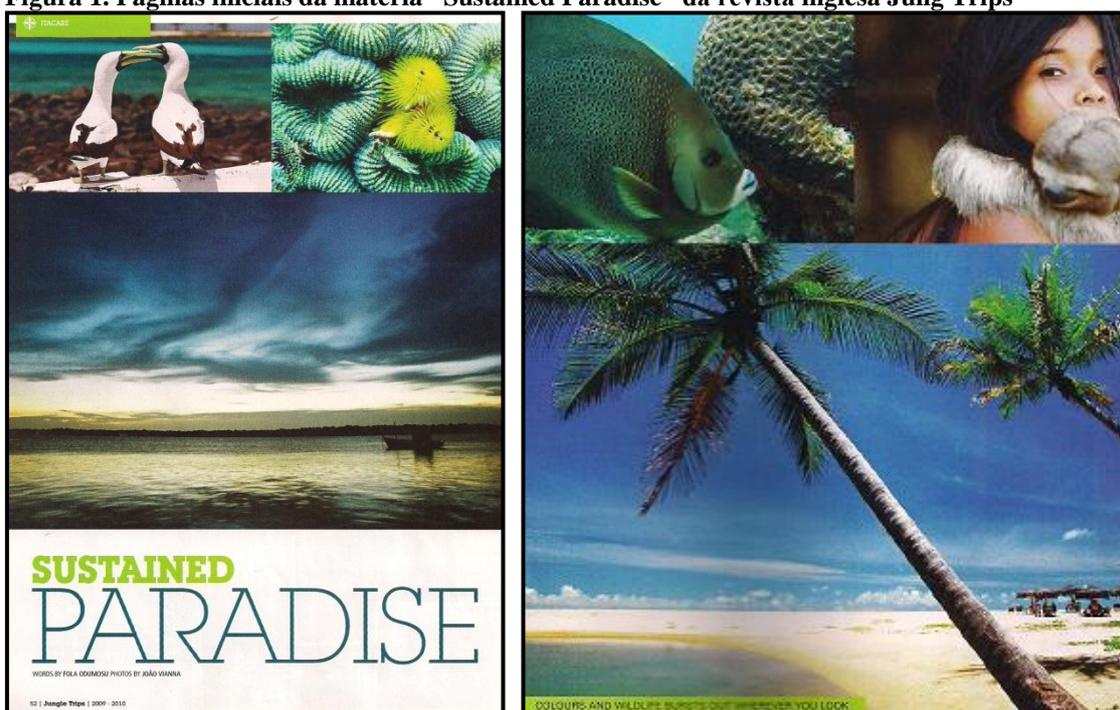
## **“MARKETING VERDE”: A REPRODUÇÃO ESTÉTICA DO ECOTURISMO**

Mais do que uma filosofia de vida “mais natural”, é o prestígio social dos hippies, pelo fato de terem sido os visitantes pioneiros de lugares considerados “raros” sob o ponto de vista ambiental, que serve para estetizar a mercadoria do ecoturismo. De acordo com Leme e Neves (2007, p. 213), por ter se tornado turismo de moda, o ecoturismo tem, como muito de seus praticantes, pessoas que buscam na verdade status, para mostrar que tem condições e tempo pra visitar locais raros. Já para os empresários d turismo, a aparência de natureza conservada agrega valor à mercadoria do ecoturismo, na medida em que a publicidade faz uso de um “marketing verde”, vinculando uma imagem positiva à empresa que faz operações produtivas ambientalmente corretas.

No turismo, a percepção individual é educada por diferentes meios, nem todos diretamente publicitários, como o cinema ou o compartilhamento de experiências com amigos e parentes que, desde as origens do turismo, dão valor aos lugares na perspectiva do “olhar do turista” (URRY, 1996, p 143) <sup>7</sup>. Segundo Urry (1996), os lugares podem ser classificados em termos de três dicotomias: se são objeto do olhar turístico “romântico” ou “coletivo”, se “históricos” ou “modernos”, e se “autênticos” ou “inautênticos”. Como objetos do olhar romântico, os lugares podem causar emoções nos turistas em função do meio natural e da contemplação da paisagem. De acordo com Urry (1996, p. 39), uma mudança de valores particularmente ligada ao “movimento romântico”, na virada do século 18 para o 19, deu ênfase à intensidade da emoção e da sensação que deriva da apreciação de uma paisagem que causasse uma impressão.

Para esse olhar romântico do ecoturista ou do turista de natureza, daquele indivíduo identificado com a questão ambiental e crente na ideologia do desenvolvimento sustentável, é que se dirige a produção do turismo em Itacaré, como podemos reconhecer em ações globais e locais. Na Inglaterra, uma edição sobre o Brasil da revista de turismo inglesa “Jungle trips”, de novembro de 2009, intitula uma matéria sobre Itacaré com a manchete “Sustained Paradise” (Paraíso sustentado) (figura 21). “Colours and wildlife bursts out wherever you look” (cores e vida selvagem irradiam para onde quer que você olhe), diz a legenda das fotos da página 53 (JUNGLE TRIPS, 2009) (figura 1).

Figura 1. Páginas iniciais da matéria “Sustained Paradise” da revista inglesa Jung Trips



Fonte: Jungle Trips (2009).

Peixe, coral, criança nativa com uma preguiça no colo, uma praia de areias claras e céu azul, são os elementos retratados nas imagens fotográficas sobre a legenda, nos remetendo a ideia de natureza, matéria da estética da mercadoria no turismo ecológico, sustentável. Na chamada da matéria, o autor do texto ilustrativo da matéria (Fola Odumosu) afirma: “Itacare's simple charms and natural assets have transformed a once sleepy fishing village into a hot spot destination” (os ativos naturais e os simples encantos de Itacaré transformou uma então sonolenta vila de pescadores em um destino hot spot). Para a revista Jungle Trips, a paisagem “espetacular” possui cachoeiras e mais 15 praias e um altamente preservado ecossistema (“highly preserved ecosystem”), com credenciais sustentáveis (“sustainable credentials”) que fazem de Itacaré um foco de crescimento do ecoturismo no Brasil.

Dando destaque à “consciência turística” (“conscientious tourist”) das empresas locais, a matéria da revista inglesa de turismo dá como exemplo de “empreendimento ambientalmente sustentável”, a pousada em que se hospedou o autor, construída com uma estrutura de bambu que, segundo o texto, está em harmonia com a vegetação. De acordo com a matéria, a pousada é um dos muitos negócios locais que participam do “programa turismo livre de carbono” (“Carbon Free Tourism Programme”),

supostamente configurado para conservar a natureza do lugar, por meio de empresas que pagam para plantar árvores nativas e, assim, compensar sua “pegada ecológica”.

De acordo com Porto-Gonçalves (2004, p. 83), o termo “pegada ecológica” diz respeito às estimativas da pressão humana sobre os ecossistemas, levando em conta os impactos que as populações produzem sobre o meio ambiente, notadamente em função do consumo médio dos recursos per capita<sup>8</sup>. É nessa lógica que, em Itacaré, iniciativas de certificação ambiental têm se aplicado, com o propósito diferenciar os turistas e os equipamentos turísticos que, por exemplo, neutralizam as emissões de carbono (CO<sub>2</sub>) geradas por suas atividades, como propõe o programa de certificação “Turismo CO<sub>2</sub> Neutro” (figura 2). De acordo com o “Movimento Mecenass da Vida” ([www.mecenasdavid.org.br](http://www.mecenasdavid.org.br)), idealizador do programa, a certificação possui a “amplitude do desenvolvimento turístico sustentável”, que objetiva transformar a APA da Costa de Itacaré-Serra Grande num “destino modelo de neutralização e redução de carbono”. A idéia básica do programa é certificar com o selo Turismo CO<sub>2</sub> Neutro, as empresas que se propõem a pagar pelo plantio de mudas de árvores nativas, como compensação às emissões de carbono geradas pelas operações empresariais.

**Figura 2. Reprodução parcial do material de divulgação do selo Turismo CO<sub>2</sub> Neutro**

The image shows a promotional flyer for 'Turismo CO<sub>2</sub> Neutro'. On the left, there is a graphic with a cyclist on a bicycle and the text 'Pedalando na APA' inside a yellow box. Below it, a green box says 'Pratique sem moderação!'. At the top left of the graphic, it says 'Turismo CO<sub>2</sub> Neutro' and 'Área de Proteção Ambiental Itacaré/Serra Grande' with the website 'www.mecenasdavid.org.br'. On the right, the text reads: 'Turismo CO<sub>2</sub> Neutro. Construindo o primeiro destino turístico Carbon Free do Brasil! Atualmente, o programa Turismo CO<sub>2</sub> Neutro conta com a participação de mais de 100 equipamentos turísticos locais entre: Pousadas, Hotéis, Restaurantes, Cabanas, Lojas, Cybers, Locadoras, Comércio etc. Acesse o site: [www.mecenasdavid.org.br](http://www.mecenasdavid.org.br) e conheça a lista das empresas e negócios que estão minimizando o aquecimento global, promovendo o reflorestamento, a conservação ambiental e o desenvolvimento humano de populações tradicionais. File-se e ganhe uma camiseta: [contato@mecenasdavid.org.br](mailto:contato@mecenasdavid.org.br)

Fonte: Movimento Mecenass da Vida ([www.mecenasdavid.org.br](http://www.mecenasdavid.org.br)).

Através de uma visita da equipe do movimento Mecenass da Vida, realiza-se um inventário das emissões de CO<sub>2</sub> que, a partir de informações de consumo (energia elétrica, gás de cozinha, combustível e produção de lixo), subsidia uma estimativa da quantidade de CO<sub>2</sub>, que emite na atmosfera, a empresa, negócio ou instituição. Dessa estimativa, calcula-se uma quantidade de mudas de árvores a serem plantadas por ano,

suficiente para neutralizar as emissões de CO<sub>2</sub> das empresas turísticas que aderem ao programa. De acordo com o website do movimento Mecenass da Vida ([www.mecenasdavid.org.br](http://www.mecenasdavid.org.br)), o programa trás para a APA de Itacaré-Serra Grande uma “identidade turística”: a de destino “carbon free”, vislumbrando a neutralização de carbono por todos os que participam da cadeia produtiva do turismo local.

“Essa é a identidade turística inovadora que estamos trazendo para a APA Costão de Itacaré/Serra Grande: um Destino Carbon Free“. Entre os benefícios proporcionados pelo selo Turismo CO<sub>2</sub> Neutro, citados no website, estão a “visibilidade sócio-ambiental” do estabelecimento participante, a “mídia espontânea” para o destino, gerada pela identidade personalizada e inédita de “destino carbon free”. Em consequência, o benefício da atração de turistas que buscam destinos “diferenciados, com propostas e práticas socioambientais voltadas para o desenvolvimento turístico sustentável”<sup>9</sup>.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Para Luchiari (2002, p. 111), a história das viagens e da organização do turismo, “pari passu”, acompanha a evolução das técnicas (principalmente nos transportes), das infraestruturas (principalmente urbanas) e dos modelos econômicos vigentes. Assim, afirma Luchiari (2002, p. 111), “se vê a associação entre as trocas mercantis e as viagens, o fordismo e a comercialização dos pacotes padronizados, o desenvolvimento sustentável e a descoberta do turismo de natureza pelo mercado, a acumulação flexível e o turismo segmentado”. O “descoberto” turismo de natureza é uma mercadoria que se vende como alternativa de desenvolvimento socioambiental sustentável, num momento de emergência de fenômenos como escassez de recursos, poluição, mudanças climáticas e produção de lixo dos descartáveis produtos da sociedade de consumo.

Entretanto, como afirmam Mota e Silva (2009, p. 38), apesar da adoção de “tecnologias limpas”, de educação ambiental, do uso de indicadores ambientais nos processos de produção, a dinâmica destrutiva do sistema se mantém e se aprofunda, a despeito das iniciativas e prescrições sobre a necessidade de preservação/conservação dos bens naturais. Referências críticas à problemática ambiental ganham espaço e notoriedade, afirmam Mota e Silva (2009, p. 39), mas se voltam mais para a adoção de práticas poupadoras de recursos naturais (reciclagem e produtos biodegradáveis, por exemplo) do que para um enfrentamento do “produtivismo” e do “consumismo” das

sociedades contemporâneas. A “sustentabilidade”, pretendida por uma ideologia que unifica os interesses do capital, do trabalho e do Estado, é impossível de ser alcançada, porque a sociedade capitalista resiste a qualquer tipo de controle sobre a “destrutividade” social e material que lhe é inerente (MOTA e SILVA, 2009, p. 39).

Como a formulação do “desenvolvimento sustentável”, gestada desde os anos 1980, ganhou centralidade em propostas sociais, a “sustentabilidade” apresenta-se como um “princípio ético e moral”, por imputar responsabilidade, à atual geração, pela preservação das condições de reprodução das gerações futuras. O caráter sedutor e encantador da proposição, afirmam Mota e Silva (2009), “reside/residiu no apelo à preservação da natureza, ao enfrentamento da desigualdade social e ao comprometimento individual e coletivo da sociedade com o meio ambiente, ignorando as determinações históricas do processo destrutivo” (p. 39). Enquanto proposta dominante de enfrentamento da questão ambiental, a ideia de desenvolvimento sustentável orienta normas e ações que se configuram numa ideologia da sustentabilidade socioambiental e econômica.

Todavia, a ideia nega as contradições da sociedade de classe, conforme apontaram Mota e Silva (2009), como um “fetichismo que, ao defender a sustentabilidade da base material, sem alterar a relação sócio-metabólica que rege as relações sociais de produção, estaria reiterando, a reprodução de uma verdadeira ‘insustentabilidade social’” (p. 39). Não há unidade entre sustentabilidade ambiental e social, pela impossibilidade da sociedade do capital enfrentar a desigualdade social sem comprometer sua dinâmica de acumulação, razão pela qual o debate ambiental confere centralidade aos aspectos biofísicos do meio ambiente, deixando em segundo plano a dimensão social, tratada apenas como objeto e meio de promoção de uma sociedade “ambientalmente sustentável” (MOTA e SILVA, 2009, p. 40).

A implementação de soluções técnicas para as questões ambientais não coloca em questão as determinações históricas e sociais da produção destrutiva, cujas bases estão na apropriação privada da natureza e na sua conversão em fatores de produção (MOTA e SILVA, 2009, p. 40). A importância da gestão ambiental está em sua possibilidade de regulamentação pública e de controle da apropriação privada dos recursos do planeta, no sentido de uma “apropriação social da natureza”. A sustentabilidade ambiental segue uma dinâmica contraditória, pois constatam-se alguns avanços (redução de poluição,

reciclagem, consciência ambiental), mas persistem as questões essenciais que afetam a reprodução da vida no planeta, como a questão energética, a da degradação de solos, da produção exagerada para consumo e descarte, etc.

Segundo Mota e Silva (2009, p. 41), o apelo ético destina-se quase que exclusivamente a orientar ações individuais, buscar mudanças de comportamento e de atitudes face ao meio ambiente, plenamente sintonizadas com o mercado que, por sua vez, empenha-se em adotar uma face “ecologicamente correta”. A partir de mudanças atitudinais, cria-se no plano ideológico o “fetiche da humanização do capital”, pois a questão ambiental é tratada na perspectiva do indivíduo. Segundo Mota e Silva (2009, p. 42-43), a natureza dos discursos vêm se subsumindo às necessidades da acumulação de capitais, impulsionando uma integração à ordem, naturalizando a “questão social” e, por conseqüência, a “questão ambiental”, sob o argumento que “todos são responsáveis” e que mudanças individuais de atitude são as saídas para superar o quadro de degradação do ambiente.

A ideologia do desenvolvimento sustentável dissemina, em todas as estruturas da sociedade, as bases programáticas que influenciam atitudes e ditam comportamentos tidos como sustentáveis: consumidor consciente, gestão ambiental de negócios, combate ao desperdício, incentivo à reciclagem, etc. Para Mota e Silva (2009, p. 43), a ideologia do desenvolvimento sustentável favorece a “indiferenciação” de classes frente à questão ambiental, atribuindo a todos, indistintamente, a responsabilidade pela dilapidação da natureza e pela sua preservação. A sustentabilidade é um “modelo de desenvolvimento para o capital” que não supera as contradições na relação sociedade-natureza, suprimindo quaisquer dúvidas quanto à incapacidade do sistema do capital de resolver as suas próprias contradições.

## REFERÊNCIAS

BAHIA. **Século XXI – Consolidação do turismo: estratégia turística da Bahia 2003-2020.** (Coleção Selo Turismo). Salvador, BA: Governo do Estado/Secretaria da Cultura e Turismo, 2005. 148 p.

CAVALCANTI, Márcio Alves. **Estratificação de ambientes, com ênfase no solo, da região de Itacaré – BA.** Dissertação de Mestrado em Solos e Nutrição de Plantas. Viçosa, Minas Gerais: Universidade Federal de Viçosa, 1994. 73 p.

CHIAPETTI, Jorge. **O uso corporativo do território brasileiro e o processo de formação de um espaço derivado: transformações e permanências na região cacaueteira da Bahia.** Tese de Doutorado em Geografia. Universidade Estadual Paulista. Rio Claro, SP: UNESP, 2009. 205 p.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen. In: **Turismo – Princípios e práticas**. 3ª edição. Porto Alegre, RS: ARTMED Editora A.S., 2007. 784 p.

CORDEIRO, Itamar Dias e; KÖRÖSSY, Nathália, PARTIDÁRIO, Maria do Rosário. Metodologia da pegada ecológica para avaliar o turismo sustentável: uma aplicação ao caso da região autónoma dos Açores (Portugal). **Revista Turismo Visão e Ação**. Volume 12, nº 3, pp. 236-257, set-dez 2010. Disponível em <https://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/652/1781>

DDF. Departamento de Desenvolvimento Florestal. **Projeto de criação do Parque Estadual da Serra do Conduru**. Salvador, BA: Secretaria de Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária, janeiro de 1997.

DIEGUES, Antonio Carlos Sant'Ana. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo, SP: Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas Brasileiras (NUPAUB), 1994. 163 p.

FEITOSA-LEITE, Ana Maria; Viana, Manuel Osório de Lima. Pegada ecológica: instrumento de análise do metabolismo do sócio-ecossistema urbano. **Economia Socioambiental**. VEIGA, José Eli da (Org.). São Paulo, SP: Editora SENAC, 2009. pp. 293-315.

GIRARDI-ALVES, Ludmila. Aplicações das redes sociais e das mídias locativas na comunicação do turismo. **Revista Turismo e Desenvolvimento**. Volume 2. Nº 13/14. Aveiro, Portugal: Universidade de Aveiro, janeiro de 2010. pp. 853-860.

GONÇALVES, Augusta Lorena Santana. A importância do planejamento governamental do turismo: o PRODETUR na Bahia. **Bahia: Análise e Dados**. Salvador, BA: SEI (Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia). V. 12, n. 2, pP. 101-114, setembro 2002.

HAUG, Wolfgang Fritz. **Crítica da estética da mercadoria**. Tradução de Erlon José Paschoal. São Paulo, SP: Fundação Editora da UNESP, 1997. 215 p.

HVS INTERNATIONAL. **Itacaré 2015 – Diretrizes para o desenvolvimento turístico sustentável**. São Paulo, SP: HVS International / Instituto de Turismo de Itacaré, 2005. 194 p.

JUNGLE TRIPS. Itacare – sustained paradise. **Jungle Trips**. Words by Fola Odumosu; Photos by João Vianna. London, UK: Jungle Drums, novembro 2009. pp. 52-54.

LEME, Fernanda Beraldo Maciel; NEVES, Sandro Campos. 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; nº 2. Tenerife, España: Universidad de La Laguna, 2007. pp. 209-223.

LONELY PLANET. No divã de Itacaré. **Lonely Planet**. Texto de Ronny Hein; Fotos de Ricardo Rollo. São Paulo, SP: Duetto Editorial (Grupo Ediouro), janeiro de 2010. pp. 40-52.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Turismo e território: sustentabilidade para quem? **Redescobrimo a ecologia no turismo**. BARRETTO, Margarida; TAMANINI, Elizabete (Orgs.). Caxias do Sul, RS: Editora da Universidade de Caxias do Sul (EDUCS), 2002. pp. 11-126.

MELIANI, Paulo Fernando. **Análise geomorfológica das bacias dos rios Jeribucassu e Burundanga, Itacaré, Bahia – Mapeamento em escala 1: 25.000**. 2003. 147 f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 21 de março de 2003.

MENDES JÚNIOR, Jaime Nogueira; FERREIRA, Marcos César. Afinal, o que é ecoturismo? **Geografia**. Volume 5, Número 2. Rio Claro, SP: AGETEO, maio/agosto 2010. pp. 369-381.

MOTA, Ana Elizabete; SILVA, Maria das Graças e. A questão ambiental e o contraditório discurso da sustentabilidade. **Revista Praia Vermelha**. Volume 19. Nº 2. Rio de Janeiro, RJ: Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2009. pp. 37-50.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. **O desafio Ambiental**. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2004. 179 p.

RAMOS, Daniel da Rocha. O litoral como mercadoria: o consumo das praias na estratégia do capital. **CULTUR – Revista de Cultura e Turismo. Ano 4, nº 1**. Ilhéus, BA: Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), janeiro 2010. pp. 32-43.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo, SP: Studio Nobel: SESC, 1996. 231 p.

---

<sup>1</sup> O PRODETUR foi criado na Bahia, em 1991, reproduzindo as diretrizes neoliberais do Plano Nacional de Turismo (PLANTUR), ou seja, disciplinar a atividade econômica do turismo tanto no setor privado (com subsídios ao planejamento e a execução) quanto no público, por meio da remodelação dos produtos turísticos visando uma diversificação da oferta. As ações do governo estadual na atividade turística foram reforçadas a partir da efetivação e da integração da Bahia no PRODETUR/NE, em 1995. Além da melhoria das vias de circulação (estradas, aeroportos), o Estado promoveu uma normatização ambiental, argumentando a necessidade de garantir a existência de uma natureza “protegida” como chamariz de turistas. De acordo com BAHIA (2005, p. 45), a estratégia original do programa se fundamentou em quatro vertentes, “principais e complementares, quais sejam: infraestrutura turística, proteção ambiental, marketing turístico e educação para o turismo”. À estratégia original do PRODETUR, foram incorporadas as políticas de preservação, resgate e proteção do patrimônio cultural do Estado. “Considerada patrimônio da Bahia e de sua gente e uma força vigorosa capaz de promover o Estado, nacional e internacionalmente, a cultura tem sido vista como instrumento de diferenciação da oferta turística baiana” (BAHIA, 2005. p. 45). O PRODETUR I da Bahia primeiro foi desenvolvido, e coordenado pela BAHIATURSA (Empresa de Turismo da Bahia), com a participação da Secretaria do Planejamento orientando as ações culturais. A partir de 1995, a gestão do PRODETUR I foi assumida pela recém-criada Secretaria da Cultura e Turismo do Estado (SCT), supervisionada pela Superintendência de Desenvolvimento do Turismo (SUDETUR), esta a executora estadual por força do contrato dos financiamentos com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Banco do Nordeste (BNB). As ações culturais foram criadas pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC), pela Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) e pela Fundação Pedro Calmon – Centro de Memória e Arquivo Público da Bahia (FPC), sob a supervisão da Superintendência de Cultura.

<sup>2</sup> Belmonte, apesar de município da região cacaujeira, foi incluído pelo PRODETUR I na “Costa do Descobrimento”, em função do acesso pelos municípios vizinhos do sul, notadamente Porto Seguro, que polariza essa zona turística. Além da Costa do Cacau e da Costa do Descobrimento, o PRODETUR I elegeu outras cinco regiões prioritárias para serem objetos de políticas do turismo: Costa dos Coqueiros, Baía de Todos os Santos (incluindo Salvador), Costa do Dendê, Costa das Baleias e Chapada Diamantina. Já sob as políticas do PRODETUR II, quatro novas zonas turísticas foram criadas: Caminhos do Oeste, Lagos do São Francisco, Vale do Jiquiriçá e Caminhos do Sertão.

<sup>3</sup> Desde o início dos anos 1990, quando as unidades de conservação foram criadas na região e a pavimentação da estrada era apenas um projeto, o valor das terras em Itacaré tem se multiplicado, na medida em que o capital turístico vai se apropriando dos espaços, tornando-os mais raros e cobiçados, inclusive por meio da produção estética da mercadoria do turismo de natureza em Itacaré. De acordo com o cartório de registro de imóveis da prefeitura de Itacaré, um lote urbano com pouco mais de 360 m<sup>2</sup> no loteamento Conchas do Mar I, era vendido por oito mil reais em 1998. Em 2010, agentes de imobiliárias da cidade avaliaram os lotes ainda sem construção do mesmo loteamento, indicando valores entre 120 e 150 mil reais como preço de mercado, ou seja, no mínimo 14 vezes maior do que o valor de 1998.

---

<sup>4</sup> Segundo Diegues (1994, p. 24), “Gifford Pinchot”, engenheiro florestal alemão, foi quem criou um movimento de “conservação dos recursos”, apregoando o seu uso racional, dentro de um contexto de transformação da natureza em mercadoria. As ideias de Pinchot sobre uso racional, prevenção de desperdícios e de desenvolvimento dos recursos para muitos, foram precursoras, segundo Diegues (1994), do que se chama de “desenvolvimento sustentável”. “A grande aceitação desse enfoque reside na ideia de que se deve procurar o maior bem para o benefício da maioria, incluindo as gerações futuras, através da redução dos recursos não renováveis, assegurando a produção máxima sustentável” (DIEGUES, 1994, p. 24).

<sup>5</sup> Outra unidade de conservação da natureza, desta vez de proteção integral, foi criada em 1997, o “Parque Estadual da Serra do Condurú” (PESC), uma forma compensação pelos impactos ambientais causados com a construção da estrada-parque, solicitada por ambientalistas. Localizado numa posição mais interiorana, mas ainda junto à costa de Ilhéus, Uruçuca e Itacaré, o PESC trouxe problemas para famílias de posseiros instalados ali, já que, numa unidade de proteção integral, as terras devem ser desapropriadas e, desse moroso processo, derivam aborrecimentos, frustrações e injustiças. Segundo Chiapetti (2009, p. 156), a criação do PESC teve grande impacto para as famílias aí residentes, principalmente para aquelas que trabalhavam a terra na condição de posseiros, pois a morosidade do estado da Bahia em regularizar a situação de posse, impede que os proprietários recebam a indenização e também que possam trabalhar em suas terras. Para Chiapetti (2009), “a criação do PESC, antes da preservação da natureza, se caracteriza mais como um apoio e um atrativo fundamental para a difusão da atividade turística associada à conservação da natureza” (p. 155-156).

<sup>6</sup> De acordo com Cooper et al (2007, p. 39), o ecoturismo pode ser compreendido como um sistema, que apresenta características próprias quanto à demanda nas regiões emissoras, bem como quanto aos destinos e regiões de trânsito, sempre perpassadas pela ideologia do desenvolvimento turístico ambientalmente sustentável. A demanda pelo consumo do ecoturismo, nas regiões emissoras (principalmente urbanas), é criada por turistas desejosos de uma experiência de “primeira mão”, do contato e da “integração” com a natureza. Todavia, o ecoturista deseja consumir o espaço sim, mas de forma “responsável”, comprometida com ideais de sustentabilidade, ou seja, praticar o turismo sem provocar ou provocando o mínimo impacto (ou ainda pagando para impactar, como no caso das compensações de emissões de carbono). Leme e Neves (2007, p. 212) mostram como, na primeira década do século 21, o ecoturismo entra na “moda”, como um estilo de “turismo do futuro”, que parte da criação de um desejo pela experiência em destinos considerados naturais: “ambientes de grande valor paisagístico e ecológico”. Segundo Lemes e Neves (2007, p. 212), o termo “ecoturismo” não está definido por completo, sugerindo que há uma aplicação variada do termo no universo do turismo. Contudo, de antemão, os autores apresentam uma definição da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), que entende o ecoturismo como uma “atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista pela interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (LEMES e NEVES, 2007, p. 212-213). De fato, o ecoturismo se apresenta como uma prática de lazer, que consome o espaço por meio de esportes realizados em ambientes naturais, “esportes de aventura na natureza”, como trekking, rapel, arvorismo, off-road, rafting, entre outros. A partir do surfe, prática esportiva originária do turismo em Itacaré, outros esportes de “aventura na natureza” são inseridos no lugar como modalidades de consumo do tempo dos turistas em sua estada pelo lugar. Para além da contemplação da natureza, o ecoturismo agrega valor à mercadoria no turismo, incluindo esportes de aventura praticados em rios, cachoeiras e trilhas, que prometem muita emoção para os turistas, a ponto de se tornarem uma moda no turismo, na medida em que se difundem valores ambientais na sociedade de consumo de mercadorias.

<sup>7</sup> Com o advento das tecnologias de informação e comunicação digital, se ampliaram exponencialmente o compartilhamento das experiências turísticas com amigos, parentes e, até mesmo, com desconhecidos, principalmente por meio de fotos e textos publicados em “redes sociais”, que são sistemas de comunicações pessoais mediados pela Internet. Segundo Girardi-Alves (2010, p. 858), as redes sociais promovem o relacionamento entre os sujeitos do turismo (turistas e promotores) e permitem a divulgação de imagens, relatos de experiências pessoais e de material publicitário. Junto com as “mídias locativas” (sistemas de comunicação digital baseados em localização geográfica, como o uso de Global Position System – GPS - em celulares), as redes sociais, cada vez mais, tornam-se importantes meios de comunicação para a promoção do turismo.

---

<sup>8</sup> Para Feitosa-Leite e Viana (2009, p. 295), “pegada ecológica” é um método de análise de sustentabilidade de ecossistemas sociais desenvolvido por “Mathis Wackernagel” e “Willian E. Rees” que calcula, em hectares, a quantidade de terra e água requerida por uma pessoa, cidade ou país para a obtenção dos recursos, assim como para a absorção dos resíduos gerados. Segundo Cordeiro, Körössy e Partidário (2010, p. 239), a sustentabilidade somente é possível se os níveis de consumo de recursos, bem como de geração de resíduos, forem compatíveis com a capacidade do território em provê-los e absorvê-los, respectivamente. Assim, de acordo com Cordeiro, Körössy e Partidário a metodologia da pegada ecológica deve empregar dois procedimentos: (1) estimar os recursos consumidos e os resíduos produzidos; (2) converter esses fluxos de entrada e saída em área equivalente, que corresponda à área necessária para prover recursos e absorver resíduos.

<sup>9</sup> Apesar da discutível ideologia de desenvolvimento sustentável, o programa organiza de forma interessante a produção e o plantio das mudas de árvores nativas, em parceria com pequenos proprietários do interior de Itacaré, muito provavelmente, com assentados do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA). Alguns assentamentos foram implantados próximos à costa de Itacaré, ainda nos anos 1980, regularizando a situação de ocupações feitas, muitas vezes, por lavradores desempregados pela crise recente da lavoura cacauzeira. Com o agravamento da crise, muitos trabalhadores do cacau, por vezes propriamente espoliados das fazendas da região, se viram impelidos a ocupar terras de floresta na costa sul de Itacaré e, hoje, sobrevivem do cultivo de subsistência em pequenas roças abertas na floresta. Alger e Araújo (1994) citados por DDF (1997, p. 25), afirmaram que pequenos agricultores ocuparam terras desabitadas no sul da Bahia, derrubando florestas e implantando roças de subsistência. Já Cavalcanti (1994, p. 6) referindo-se provavelmente ao final da década de 1980 e ao início da década de 1990, afirma que as florestas das terras próximas à costa de Itacaré têm sido ocupadas por trabalhadores rurais, insatisfeitos com as condições recebidas nas roças de cacau. Segundo Meliani (2003, p. 9), assentamentos de trabalhadores rurais na bacia do rio Jeribucassu, como o projeto da Marambaia que teve sua área de cerca de 8 km<sup>2</sup> (8.095.777 hectares) desapropriada pelo INCRA, em 1986, confirmam o processo de ocupação recente da faixa costeira de Itacaré.