

O homem e o território

Wendel Henrique

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

HENRIQUE, W. *O direito à natureza na cidade*. Salvador: EDUFBA, 2009. 186 p. ISBN 978-85-232-0615-4. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

V - O HOMEM E O TERRITÓRIO

Os conteúdos e limites da natureza no período atual

O homem e a natureza a mediação pelo território

A natureza como valor

Os séculos XIX e XX marcam definitivamente, através da produção, das técnicas, das indústrias e mesmo da cultura, a incorporação da natureza à vida social. Os objetos, as ações, as crenças e os desejos dos homens passam a incluir a natureza ou as representações da natureza. Insere-se também a realidade esmagadora da vida humana e das perspectivas da sociedade, como escreve Santos (1994). O homem torna-se agente criador de ciclos e processos que só eram observados na natureza. Continuando com Santos (1994, p. 6), “o natural cede lugar ao artefato e a racionalidade triunfante se revela através da natureza instrumentalizada, esta, portanto, domesticada nos é apresentada como sobrenatural”. Uma natureza sempre redesenhada a cada momento da História, mas de maneira contundente, depois de sua inserção no âmbito da História Social e com o desencantamento do mundo.

A transformação da natureza, de uma primeira natureza para uma segunda natureza, se dá pelo uso das técnicas e ferramentas, empregadas como prolongamento do corpo humano, que assim coloca sua marca sobre a natureza. A partir desta transformação, o homem passa não só a modificar a natureza, como também produzir espaço. Na sua ação, relacionada à produção, não é possível distinguir esta ação em si e o ato de produzir o espaço⁹⁷.

A proximidade da natureza instiga a se pensar cada vez mais seus conteúdos e limites, através de uma análise histórica dos conceitos e dos significados da natureza, no período atual, realçados com as novas descobertas e redescobertas. Define-se um período marcado pelas relações do homem não mais com uma natureza pura, mas sim como uma natureza socializada e inserida no território.

Neste diálogo entre a sociedade e o território usado, estão inseridos os objetos naturais e artificiais, as cristalizações presentes no espaço e suas rugosidades. Tudo sendo movimentado pela própria sociedade que é quem dá vida e anima as formas⁹⁸. A partir desta constatação, para Santos (1988, p. 88)

o homem necessita aprender a natureza a fim de poder apreendê-la. A riqueza do ensinamento da natureza é proporcional à ação do homem sobre ela; quanto maior a troca com a natureza, tanto maior o processo de intercâmbio entre os homens. A relação entre o homem e seu entorno é um processo sempre renovado que tanto modifica o homem quanto à natureza.

Nota-se, claramente, nesta citação as ideias de Marx, que o homem modifica a natureza ao mesmo tempo em que modifica a si mesmo. Para Harvey (2000) foi a relação que o homem desenvolveu com a natureza que permitiu que se pudesse pensar e melhorar o futuro. Como ser sensível, o homem, em relação metabólica com o mundo, o modifica e, fazendo isso, muda a si mesmo através de seu trabalho.

De acordo com Soper (2000), deve-se, primeiramente, compreender como “esta palavrinha complexa” que é a “natureza” é falada e entendida. Na atualidade, duas grandes possibilidades, segundo a autora (*op.cit.*), baseadas em posições teóricas e políticas, se colocariam. A primeira refere-se a uma visão afirmativa da natureza (*nature - endorsing*), relacionada, principalmente, ao movimento ecológico/ambientalista, como o Greenpeace, que no Reino Unido tem mais filiados do que qualquer partido político. A segunda forma de entendimento é a dos sépticos da natureza (*nature - sceptical*), que seriam representados pelos movimentos posmodernistas, socialistas e marxistas.

Continuando suas considerações, Soper (2000) escreve que os ecologistas tendem a invocar a natureza como um domínio de valor intrínseco [a questão dos desígnios da natureza], verdade ou autenticidade e têm posição relativamente indefinida quanto às questões epistemológicas e de representação. Sobre a posição “ecologista”, Mendes (1993, p. 20), coloca que

certas linhas do pensamento ecológico propugnam por uma solução ‘edênica’ – à volta a natureza, a reinserção do homem no meio natural como um ser meramente natural. [...] e desprezo pelas conquistas do desenvolvimento científico, tecnológico e cultural.

Buarque (1993) fala mesmo de um biocentrismo que nega o homem em sua totalidade e prega uma inconsequente centralidade natural.

As concepções mostram que a natureza carrega consigo um peso simbólico e ao mesmo tempo contraditório e complexo, sendo entendida diferentemente por diversas formas de pensamentos e ideologias. Sua representação também adquire, no período atual, uma gama variada de possibilidades. Reafirma-se neste trabalho que o objetivo não é o confronto entre estas várias possibilidades, mas sim apresentar o desenvolvimento da visão otimista da ação do homem sobre a natureza, de como esta ação foi ao longo da história aproximando, transformando e incorporando a natureza à vida cotidiana, próxima da ideia de Buarque (1993), de um neo-‘antropocentrismo’. Para o autor (op.cit., p. 67), “a descoberta da natureza já ocorre, antecedendo a formulação de uma nova visão onde o homem seja o centro e a razão de um projeto viável fisicamente, decente eticamente e cujo valor dependa da natureza, que é parte do próprio valor e base da criação de novos valores”.

A variedade de ideias e conceitos de natureza⁹⁹ está associada a um caráter intrínseco da natureza, que é ser algo dentro do tempo. Na concepção de Ortega y Gasset (1973), isto significa que seu meio de existir é no agora, no presente, mas o agora e o presente são instantâneos; não se termina de nomeá-lo e então ele esco, cessa de ser o agora e o presente e converte-se num passado, em algo que não mais é e sim era. De acordo com Whitehead (1955), a natureza é um processo, que física e simbolicamente, tem suas formas de compreensão e representação muito diferentes desde a pré-história até os dias atuais. Como foi demonstrada nos capítulos anteriores, esta mudança ocorreu devido ao entendimento técnico e científico dos processos naturais e das formas de atuação destes processos. No período pré-científico, o maior medo do homem era a natureza e atualmente as causas dominantes nos medos dos homens são causadas pelo próprio homem. “É do homem de hoje que o homem pode receber seus maiores sofrimentos. Os fenômenos naturais são desarmados porque são explicados”.

De acordo com Santos (1999, p.117)

no início, as ações se instalavam nos interstícios das forças naturais, enquanto hoje é o natural que ocupa tais interstícios. Antes, a sociedade se instalava sobre lugares naturais, pouco modificados pelo homem, hoje, os eventos naturais se dão em lugares cada vez mais artificiais, que alteram o valor, a significação dos acontecimentos naturais.

O desenvolvimento da técnica e sua interação com a ciência e a indústria aceleraram este processo. Amplia-se a esfera da diversificação da natureza (de que

fala WHITEHEAD, 1955), agora não mais operada pelos ciclos naturais, mas sim pelas forças sociais. Entretanto, se a artificialidade dos objetos sociais e sua eficácia acabam por distanciá-los das incertezas das coisas da natureza, a técnica propicia a estandardização dos objetos e também das ações, ou seja, do próprio território.

De acordo com Santos (1994, p.19),

sem o homem, isto é, antes da história, a natureza era uma. Continua a sê-lo, em si mesma, apesar das partições que o uso do planeta pelos homens lhe infligiu. Agora, porém, há uma enorme mudança. Una, mas socialmente fragmentada [pelos usos que os diferentes grupos sociais fazem dela a partir de suas disponibilidades técnicas], durante tantos séculos, a natureza é agora unificada [mundializada, torna-se um padrão universal e mesmo um problema global com as mudanças climáticas e a inserção do debate político] pela História, em benefício de firmas, Estados e classes hegemônicas. Mas não é mais a Natureza Amiga, e o Homem também não é mais seu amigo.

A relação que a sociedade possui hoje com a natureza, ou com o território onde se insere a natureza, se dá num “mundo que a técnica construiu para nós, somos hipnotizados pela lei do *número*”¹⁰⁰, um mundo geométrico das quantidades e valores econômicos e não das qualidades e valores fraternais. Assim, a natureza hoje se constitui, de acordo com uma proposta de Lenoble (1969), numa “coisa-imagem”, muito mais imagem do que coisa. Nesta relação, os homens não enxergam os fenômenos sociais, políticos ou econômicos que penetram na ideia de natureza, eles continuam a ver apenas uma imagem romântica da natureza, que é captada e apropriada, como por exemplo, pelos empreendimentos imobiliários nas grandes cidades.

Segundo Soper (2000), não se pode fazer distinção entre a realidade da natureza e sua representação cultural, o que não é por si mesma conceitual. Isto não justifica a conclusão de que não há distinção ontológica entre as ideias que se tem de natureza e aquelas sobre as quais as ideias são. Esta constatação ocorre porque a natureza é apenas significativa no discurso humano.

Apesar disto, ainda é difícil distinguir o que é, em realidade, natural, principalmente quando se depara somente com as formas. A representação da natureza é ligada às experiências culturais e ideológicas de cada sociedade ou grupo, relacionando-se também com as variantes estéticas que, a cada momento, são predominantes. Mitos, poesias épicas, dogmas religiosos, obras de arte são forças culturais inegáveis no modelamento das representações da natureza.

O homem, sua inteligência, suas técnicas e seu conhecimento analítico passam a abranger toda a natureza e, desta forma, atinge-se, de acordo com Santos (1988), a possibilidade concreta de utilização de todas as coisas que se colocam na superfície do planeta. Torna-se imperioso que as disciplinas se renovem neste processo de instauração de uma nova fase das relações do homem com o espaço, no qual se insere a natureza socializada. Cria-se, de fato, uma universalidade com a presença humana em todas as partes do planeta, que efetivamente se mundializa. Além disto, segundo Santos (1999, p. 128), “o homem se torna capaz de gerar eventos naturais e de produzir fatos físicos ou então de mudar, por sua ação, a significação, o alcance, as consequências dos fenômenos naturais, incluindo-os na corrente de uma história humana universalizada”.

Toda esta transformação instiga Milton Santos (2000^a, p. 18) a pensar que

de certo modo, acabou a natureza. Bem, dizer que a natureza acabou é uma forma de provocar uma discussão mais acesa. Na realidade, a natureza hoje é um valor, ela não é natural no processo histórico. Ela pode ser natural na sua existência isolada, mas no processo histórico, ela é social. Quer dizer, eu valorizo em função de sua história. Isso já ocorria antes, mas hoje é muito mais evidente. O valor da natureza está relacionado com a escala de valores estabelecida pela sociedade para aqueles bens que antes eram chamados de naturais.¹⁰¹

UMA NATUREZA TECNIFICADA

A ação humana sobre a natureza é uma necessidade. É um engano acreditar que o homem primitivo dispunha do que necessitava livremente na natureza. Este homem primitivo sofria perante as condições colocadas pela natureza o que dificultava sua existência e resultava em uma luta constante contra a natureza.¹⁰² Uma variedade de formas de relações do homem com natureza se estabelecem, se aperfeiçoam ou se aceleram:

- pela adaptação da natureza à necessidade de comida;
- pela “civilização” através do controle dos ciclos naturais, irrigação, da implosão de morros e montanhas, abrindo canais e túneis, construindo lagos, drenando pântanos;

- pelo batismo ou pela definição dos nomes aos lugares. Para Santos (1999, p. 53), “o fato simples de reconhecer e nomear um objeto supõe um aprendizado, explícito ou implícito”;
- pelo mascaramento da natureza para torná-la mais facilmente digerida ou consumida.

A modificação do mundo natural em território humano é legitimada pelas necessidades, requerimentos, desejos e esperanças que a vida coloca e podem ser vistas tanto como um projeto de emancipação coletiva ou pelo conforto produzido em nossa vida individual, de acordo com Habermas (1997). Segundo o geógrafo Elisée Reclus (1985, p. 42), “a primeira das condições para que o homem chegue um dia a transformar completamente a superfície do globo é a inserção da natureza à vida social, ao território”. Para Soper (2000), a humanização da natureza, permite uma medida de alívio ao ser humano. Ela dá uma certa suspensão da moral universal que governa as relações entre as pessoas, e das lutas por autonomia que são ligadas a isto. Permite uma fuga da racionalidade que ao longo dos séculos o próprio homem construiu¹⁰³.

A trajetória das ideias, bem como a materialidade das grandes cidades, que é apresentada nos dias atuais, acentua o papel da ação humana na definição dos conteúdos e limites da natureza, sua valoração, valorização, conservação e grau de dependência. O período atual também mostra claramente a construção cultural da natureza e como as concepções e representações sobre ela estão intimamente ligadas aos territórios construídos pelo homem e à vida cotidiana urbana.

O espaço, como um sistema de objetos e ações, apresenta-se mais e mais carregado de artificialidade, as quais, muitas vezes, não apresentam nenhuma relação horizontal com o grupo social que habita este espaço. Produz-se, desta maneira, uma configuração espacial ou territorial que nega com mais força a natureza primitiva dos meios naturais e torna-se claramente fruto de uma ação histórica e intencional dos homens. Nesta natureza inteiramente humanizada, nem as “plantas e animais são herdados das gerações anteriores, mas são criaturas da biotecnologia” (SANTOS, 1999, p. 242). Mas deve-se ter certa cautela neste processo, pois a força que o impulsiona é o comércio, o mercado, o consumo e a produção, associados à busca, apenas da satisfação individual.

Além disto, tem-se a “detecção do mundo a partir de satélites. É a primeira vez, na história do homem, que o mundo se torna realmente conhecido, o mundo no seu conjunto e no seu detalhe, em função de seu formidável progresso técnico” (SANTOS, 2000^a, p. 28). A natureza passa a ser caracterizada como uma força produtiva. Todos os lugares do mundo foram atingidos por este fato direta ou indiretamente, em variadas velocidades e intensidades. Segundo Serres (1991, p. 138),

aparelhados suficientemente longe de nossa Terra, podemos finalmente considerá-la inteira. O camponês, costas encurvadas, vivia dos sulcos e só a eles via; o selvagem só a sua clareira ou os atalhos pelo maciço florestal; o montanhês, seu vale, descoberto por pastagens; o burguês, a praça pública, vista do seu andar; o piloto de avião, uma porção do Atlântico [...] Eis uma bola sem muita nitidez, rodeada de turbulências: o planeta Terra tal qual o fotografaram pelos satélites. Todo.

De acordo com Harvey (2000), a imagem de satélite da NASA, que mostra toda a Terra como um globo, flutuando pelo espaço, foi rapidamente assumida como um ícone de uma consciência. Entretanto, esta nova consciência insere um elemento de super-acumulação do capital no período, com a conquista de novos mercados, maior exploração dos já conhecidos e uma característica cosmopolita da produção e do consumo. O próprio homem destrói, para Harvey (2000), as fundações geográficas – ecológicas, espaciais e culturais – de suas próprias atividades, construindo um mundo a sua própria imagem.

O avanço técnico transforma a natureza em algo cada vez mais social do que natural¹⁰⁴. A natureza insere-se na possibilidade do homem produzir sua história. O processo histórico – social e não natural – controla, incorpora e produz naturezas, enquadrando-a nas qualidades humanas. Neste sentido, a sociedade toma posse do que era visto como um presente divino (MARX & ENGELS, 1980).¹⁰⁵

De acordo com Bachelard (1983, p. 146), a técnica se tornou muito mais poderosa que a natureza, pois

é impossível levar o som de um continente a outro por meios naturais, por mais que possante que se imagine o porta-voz. O intermediário eletrônico é humano, é social. Acima da biosfera e abaixo da ionosfera, o homem determinou uma radiosfera sujeita a uma causalidade eminentemente técnica. Essa técnica pode, sem dúvida, ser danificada por parasitas, por perturbações magnéticas. Mas esses parasitas, essas desordens naturais, essas desordens causadas pela natureza só fazem compreender melhor a força da organização racional e técnica que a limita e que as anula.

Entretanto, cabe ressaltar, segundo Habermas (1997), que a técnica, como projeto histórico-social, é repleta da intencionalidade dos sujeitos dominantes que usam este aparato no controle¹⁰⁶, tanto da natureza quanto da sociedade.

Transmutar e transformar a natureza em sociedade é uma mudança na qualidade daquilo que é natural para aquilo que é humano. Primeiramente, esta transmutação se deu na superfície da natureza, na sua aparência, acreditando que mudando a aparência, mudar-se-ia a qualidade. Hoje, as possibilidades técnicas aperfeiçoam cada vez mais esta metáfora alquimista. O homem chega mais perto de mudanças nas qualidades essenciais da natureza, através da genética. Uma materialidade racionalista preenche a natureza em profundidade. Cada vez mais esta substituição do natural pelo social acontece, aliada à ampliação das esferas do conhecimento humano e mais distante a natureza primitiva se encontra.¹⁰⁷

Se as técnicas inserem uma constante dissociação entre o homem e a natureza, cabe a cultura propiciar algumas aproximações, mesmo que metaforicamente. Há sempre uma observação sobre a necessidade que os homens têm de se aproximar da natureza e isto pode ser dado tanto pela sua contemplação, controle ou transformação. O homem imita a natureza e ao mesmo tempo a desnaturaliza. Pode-se exemplificar esta relação dialética com um jardim onde há algo natural - plantas e flores - mas ao mesmo tempo social, cultural e técnico. A paixão pela geometria regular é a necessidade de enquadrar a natureza num padrão uniformizado e compreensível pela mente humana. A natureza apreendida é aprisionada em objetos e ações, com finalidades bem definidas. A relação do homem com a natureza passa a ser mediada por técnicas e objetos, como jardins, parques e bosques reflorestados.

A inserção da natureza na produção social do mundo é de acordo com Casini (1975), um fato presente na vida do homem desde as mais remotas culturas até a mais racionalista¹⁰⁸. E para Merleau-Ponty (*Marxisme et Philosophie, apud* SCHMIDT, 1976), a transformação da natureza pela sociedade cria formas transnaturais, mas nada sobrenatural.

Preservam-se, conservam-se e valorizam-se aqueles elementos que moral, estética ou monetariamente são relevantes. Se em algum momento da história estes julgamentos foram feitos com um caráter subjetivo, nos dias atuais a definição de valores estéticos e monetários da natureza se dá num projeto extremamente objetivo e intencional, como no caso das incorporadoras e construtoras de condomínios de alto padrão, ou na escolha das embalagens de produtos industrializados com apelos à natureza.

Além disto, no período atual, os julgamentos estéticos e morais podem ser definidos pelos enquadramentos das janelas dos carros, trens ou aviões. Aliás, SOPER (2000) escreve que o enquadramento da visão da natureza, se insere num momento de supervalorização do gosto estético do motorista, onde a natureza é produzida, ou suas representações, tendo como design, uma rodovia. Uma natureza adaptada para as necessidades modernas. A concepção do homem sobre estas atrações da

natureza é moldada de acordo com esta visão. Num mesmo espaço, diferentes objetos, sob sua aparência, instigam a desvelar as formas que se materializam na paisagem, em muitos casos, criando uma caricatura da natureza.

Em lugares de grande beleza cênica natural, uma praia, uma cachoeira, um parque, apesar deste apelo estético vinculado a uma natureza primeira, o que atrai as visitas são muito mais as facilidades de acesso do que as próprias belezas naturais, bem como as infra-estruturas: sanitários, lanchonetes e até lojinhas de *souvenires*.¹⁰⁹ Será que Elisée Reclus estava certo, a natureza primitiva é monótona aos olhos dos homens contemporâneos? Se a resposta for positiva, as ideias e conceitos de natureza hoje se tornam ainda mais contraditórias. Qual o motivo que leva o conceito estético de natureza, nas culturas ocidentais, a considerar, mesmo a natureza transformada ou a natureza nas cidades, como uma natureza natural? Por que ao invés de ver e valorizar aquela natureza, ou aquele objeto, que insere uma naturalidade, como sendo produtos da inteligência e do trabalho do homem se valorizam as ideias e representações de natureza primitiva? Por que quase sempre quando se emprega o adjetivo natural institui-se uma aura pura à coisa ou produto e quando se menciona artificial, na maioria dos casos, vincula-se a uma referência pejorativa?

A lógica da natureza artificializada busca imitar e superar a natureza natural, a partir da imposição de certo rigor matemático, criando espaços da racionalidade. A diferenciação entre os lugares se dava de acordo com a natureza e hoje de acordo com o grau de tecnificação do território – neodeterminismo do espaço artificial?

AS REFERÊNCIAS À NATUREZA

A natureza é uma referência constante no dia a dia. Nas referências à natureza, encontram-se várias formas de “fugas”, mesmo que simbólicas, do mundo. Segundo Soper (2000), a relação com os animais é um exemplo. Na antropomorfização dos animais, animais recebem traços da personalidade humana: a responsabilidade (o cão de guarda ou o cão pastor) ou a afetividade (o gato que tem amor a casa). Também recebem nomes humanos e são interlocutores de muitas conversas. Segundo Thomas (1996, p. 223), “a delicadeza com os animais era um luxo que nem todos tinham o direito a praticar” durante boa parte dos séculos XVIII e XIX. Dialeticamente, os homens também usam os animais para distinguir-se de sua própria animalidade. Assim, os animais passam a representar os homens com baixa inteligência (o burro), com falta de modos civilizados (o cavalo), ou com o excesso de peso (o porco, no caso do Brasil, ou a vaca para os norte-americanos). Os

mesmos animais que são úteis à vida – em tarefas produtivas ou por simples razões afetivas – tornam-se bestas. Acrescenta Thomas (1996, p. 53) que na Idade Moderna e no início da Idade Contemporânea, a bestialidade dos animais poderia ser aplicada aos homens, “uma vez percebidos como bestas, as pessoas eram passíveis de ser tratadas como tal. A ética da dominação humana removida os animais da esfera de preocupação humana [as bestas deveriam ser exterminadas]. Mas também legitimava os maus tratos àqueles de viviam uma condição supostamente animal”.

Descobrir o grau de naturalidade de um objeto requer a compreensão de sua história e não apenas a observação de sua aparência, isto porque todas as sociedades por mais simples que sejam seu modo de vida – comparado com as civilizações ocidentais contemporâneas – desenvolveram processos de alteração, controle e domínio da natureza.

Considerando as características do período atual, dentro de uma sociedade de consumo, os objetos ou as mercadorias tornam-se os mediadores das relações entre o homem e a natureza. Estes objetos e mercadorias podem ser um simples creme dental com sabor natural; o papel higiênico natural (sem perfume) ou com perfume natural (com perfume de flores); o protetor de tela do computador com suas árvores de folhas vermelhas ou os peixinhos nadando; as árvores cercadas por uma tela com propaganda de supermercado; os lugares turísticos, onde se pode passear por praias desertas ou pelas trilhas ecológicas na mata; os condomínios de alto padrão nas cidades. Cabe destacar que não se busca impor uma mudança no uso da palavra natural no cotidiano, mas sim explorar suas ambiguidades, bem como desvelar seus usos.

De acordo com Santos (1994, p. 23), “se antes a natureza podia criar o medo, hoje é o medo que cria uma natureza mediática e falsa, uma parte da Natureza sendo apresentada como se fosse o Todo”. Continua o autor (*op.cit.*, p. 24),

quando o ‘meio ambiente’, como Natureza-espetáculo, substitui a Natureza Histórica, lugar de trabalho de todos os homens, e quando a natureza ‘cibernética’ ou ‘sintética’ substitui a natureza analítica do passado, o processo de ocultação do significado da História atinge o seu auge. É também desse modo que se estabelece uma dolorosa confusão entre sistemas técnicos, natureza, sociedade, cultura e moral.

A natureza se transforma num grande *shopping center*. Aliás, o maior *shopping center* do Brasil (Parque Dom Pedro, em Campinas) utiliza uma aproximação com a natureza para se diferenciar na concorrência, com direito ao portal das águas, das pedras, das colinas, das flores e até grama artificial. Talvez este centro comercial

sintetize de maneira incisiva a ideia da apropriação e da comercialização da natureza no período atual: o *marketing* verde e a natureza enclausurada sob formas que dão a ideia de serem naturais, mas que na verdade são apenas falsificações.

É interessante notar que em muitos casos as referências à natureza se dão através de seus elementos de grandes proporções. A beleza da natureza residiria nas montanhas, nos rios ou mesmo nas árvores. Se esquece que, no período atual, aquilo que poderia ser considerado ainda como uma natureza primeira se esconde no meio das estruturas microscópicas, que o olho humano ainda não alcançou.

O mesmo se dá com a definição imposta de que toda a natureza é verde. Vários produtos quando querem mencionar algo natural sempre colocam a cor verde como representação da natureza. Nota-se que esta escolha pela natureza verde pode estar relacionada ao fato de que as plantas foram os elementos da natureza que mais se tornaram conhecidos, controlados e manipulados pelos homens ao longo de sua história, tanto de maneira empírica (primeiros cultivos) quanto através da ciência (botânica). Ou seja, a natureza representada pelas árvores e pelo verde é uma natureza já amplamente tecnificada que não apresenta riscos ao homem.

Esta natureza monocromática nada tem a ver com a variedade de cores que a natureza, em qualquer período, possui. A ideia de natureza que se apresenta hoje, relacionada à fluidez do mundo atual, contraditoriamente, remete a uma rigidez no seu padrão, a perda da especificidade e da diversidade.

Quanto maior o grau de humanização dos lugares e quanto maior sua inserção no projeto racionalista-capitalista de consumo, mais a referência à natureza se torna uma necessidade e uma estratégia de *marketing*. De acordo com Lefebvre (1973), na sociedade contemporânea quem mais compreende os homens não são os cientistas sociais e humanos, mas sim os publicitários. Estes que compreenderam as formas da transformação da necessidade, por exemplo, de respirar e beber água, em desejos. Assim, a natureza transformada em mercadoria rara passa, no mundo dos desejos, a ser consumida através de produtos exclusivos, como garrafas de água mineral de grife ou da busca por moradias em condomínios vinculados à natureza.

A natureza dentro das características do modo de produção capitalista, como da propriedade privada, tem construído uma interpretação da natureza, segundo Harvey (1996, p. 131), como um conjunto passivo de elementos a serem cientificamente acessados, usados e valorados em termos comerciais (dinheiro). De acordo com Lukács (1974), todas estas formas demonstradas de mediação social da natureza implicam na dissolução da natureza, tanto em sua forma como em seu conteúdo, em formas sociais que permitam a apropriação pela sociedade.

A monetarização e mercantilização que atinge as ideias e conceitos de natureza sob o controle de capitalista, mostram, de acordo com Harvey (2000), uma organização material da produção, circulação e consumo que depende e reforça específicas noções de direito e obrigações. Afeta os sentimentos de alienação, subordinação e as concepções de poder. Mesmo aparecendo como novos caminhos da própria expressão (o multiculturalismo como o exemplo recente mais marcante) são cativos das forças da acumulação do capital. O amor à natureza elaborado como sinônimo de ecoturismo é uma das formas de mercantilizar a natureza.

No período atual, criam-se muitas metáforas da natureza, mitos de naturezas inexistentes, que representam um congelamento simbólico do natural. Na organizada feira de consumo da natureza, esta se transforma em mercadoria, vendida como autêntica ou mesmo como natureza “caricaturizada”, “disneyficada”.

A ‘DISNEYFICAÇÃO’ DA NATUREZA

O capitalismo, segundo Harvey (1996), tem feito a natureza como ela é através de julgamentos estéticos, reações românticas, vegetarianismo, movimentos pelos direitos dos animais. Magnetizada a proteção da natureza através de desertos e preservação dos *habitats*, enclausurando-a em sentidos estreitos de natureza.

Considera-se que, apesar dos discursos presentes sobre a ‘destruição’ da natureza pelos agentes do capitalismo, devido às características de cada momento do modo de produção capitalista, se produza uma natureza particular e de interesse, sob a ótica do capital, daquele conjunto momentâneo das situações. Assim, o capitalismo não destrói a natureza, mas sim a transforma e a produz constantemente, na busca ininterrupta pelo lucro e pela valorização constante das mercadorias e dos objetos.

O conceito de “Disneyficação” da Natureza (*Disneyfication of Nature*), é muito interessante para analisar estes processos e foi desenvolvido pelo geógrafo David Harvey (2000). Foi definido pelo autor como um reencantamento da natureza já como um item de consumo e um objetivo central da mercantilização. Uma verdadeira “Disneyficação” das experiências de natureza.

A “Disneyficação”, para Harvey (2000, p. 199), insere os seguintes aspectos:

- 1) uma suposta felicidade, harmonia e espaços sem conflitos - uma fuga para fora do mundo real;
- 2) uma construção feita para entreter;

- 3) uma história inventada;
- 4) um cultivo de uma nostalgia de um passado mítico;
- 5) uma perpetuação do fetiche pela cultura da mercadoria;
- 6) um agregado de objetos e coisas de todo o mundo numa ideia de diversidade e existência multicultural, mesmo que tudo se dê na forma de compartimentos;
- 7) um lugar limpo, sanitizado e mitologizado, esteticamente perfeito.

A relação cotidiana com a natureza, a prática social e as representações construídas, passam a ser povoadas por pensamentos, imagens, fantasias e desejos de uma natureza glamourizada e reificada, como um desenho infantil. Baudrillard (citado por HARVEY, 1996), fala numa redução dos processos da vida a algo que ocorre sobre uma tela de cinema e nada mais. Santos (2000a) também coloca uma situação próxima, afirmando que a natureza e os espaços da vida cotidiana estão repletos de artifícios e de significações não plenamente percebidas, que acabam por se configurar em uma sucessão de enganos. Em suas palavras “a natureza artificializada, instrumentalizada ao extremo, recusa-se a se deixar entender diretamente. Os homens não vêem o que enxergam” Santos (2000^a, p.51).

Para Harvey (2001), o fetiche pela imagem coloca num pacote algumas formas estéticas predefinidas, às custas de posições étnicas, justiça social e ambiental, igualdade econômica, racial e social, bem como de questões locais e internacionais de exploração tanto da natureza quanto da natureza humana.

Todo um mundo de objetos passa a ser produzido seguindo os ditames de uma ideologia, mais ou menos perceptível aos olhos incautos. Seguindo esta perspectiva de uma “Disneylândia da Natureza”, os homens estão rodeados por objetos e formas, vinculadas simbólica ou fisicamente à natureza, mas que se constituem em objetos e formas artificiais. A partir destas experiências se controem pseudorealidades. O desejo é a compreensão destes mecanismos produzidos pelos agentes do capitalismo na produção social da natureza.

A apropriação privada e praticamente individual, desvela as fortes ideologias presentes no processo, como a felicidade pelo consumo e a naturalização da vida cotidiana e dos processos sociais. É preciso enxergar além dos ditames da ideologia e da propaganda, materializada sob e nos objetos e formas presentes no espaço geográfico. Neste processo de produção de objetos cheios de simbolismo e ideologias, a propaganda adquire um valor muito grande. Para Santos (2000, p. 10), “pagamos para sermos enganados. Paga-se o processo de engano que acompanha e que precede a produção das coisas, das relações e das imagens”.

Soper (2000) coloca uma constatação interessante. A comida e o alimento são vistos como necessidades básicas e naturais, em oposição à, por exemplo, um vôo de avião. Entretanto, a produção de comida se dá em campos e em fábricas, produtos da mente humana. Além disto, a própria comida, ou a forma de se alimentar, foi moldada num processo de desenvolvimento histórico, criando dietas, por exemplo. Isto dificulta, no senso comum, distinguir os limites da natureza, pois, muitas vezes, vê-se na gôndola do supermercado uma batata frita sabor natural churrasco num tubo de papelão e tampa de plástico, e acredita-se que a batata, por ser um tubérculo, é natural e que sempre foi alimento para a humanidade. Esquece-se toda a cadeia produtiva que vai desde o melhoramento genético da batata até a campanha publicitária para sua venda. Este último detalhe confirma a ideia de Marx (1999), que a produção cria a necessidade de consumo.

O reencanto do mundo ocidental com a natureza está associado a uma ideia ou um padrão de natureza moldado pelos interesses capitalistas. Sob a forma atual do capitalismo, o oferecimento de produtos e serviços para as classes com maior poder de consumo, coloca os homens muito próximos da natureza. Uma natureza retrabalhada sob a forma de uma segunda natureza, incorporada, produzida e vendida de acordo com as leis e desejos do modo de produção capitalista: o lucro, a propriedade privada, os fetiches e sensibilidades do mercado, bem como pela segmentação dos diversos ramos do mercado, quer seja sob o ponto de vista da renda quanto das “necessidades” e “desejos”.

A natureza perde sua aura mitológica, torna-se para uma parcela da população, um objeto de consumo, uma mercadoria que, pela escassez, transfigura-se em mercadoria de luxo, produzida e consumida através de uma ideia utilitarista (física ou socialmente). Nos usos humanos da natureza, esta deixa de ser reconhecida como algo em si mesma, exceto em ocasiões de grandes eventos cataclísmicos, como a erupção de vulcão, uma *tsunami*. Todo o conhecimento humano produzido sobre o funcionamento da natureza, suas leis e movimentos, configuram-se como formas de dominação e utilização de suas potencialidades dentro do mundo do consumo ou dos meios de produção. Para Harvey (1973, p. 214), esta conceituação do mundo natural, no qual a natureza é vista como um “recurso” para o uso do homem, demonstra a concepção materialista da natureza no pensamento científico moderno¹¹⁰.

Além disto, as classes economicamente mais privilegiadas desenvolveram mecanismos de superar esta “alienação” com a natureza, desenvolvendo formas que supram os prazeres e valores estéticos da proximidade com a natureza, em um tipo de zona proteção da natureza. De acordo com Soper (2000), as sociedades que mais abusaram da natureza também foram aquelas que mais valorizam os caminhos na direção do artifício (reflorestamentos, estufas, entre outros), como tentativas de valorização da saúde e da qualidade de vida.

Para as classes com maiores poderes de compra empregam-se uma imagem pastoril, uma imagem campestre ou qualquer imagem que evoque a natureza como a mais bem sucedida das convenções para incrementar os ganhos no mundo das mercadorias, desde a margarina até os carros. Para Ítalo Calvino (1994), a natureza é cada vez mais falsificada e está comprometida com os interesses do capital. Segundo Schmidt (1976), isto ocorre justamente porque o mundo trata o homem melhor como objeto de usufruto. O elogio da natureza assume um tácito caráter ideológico quando não se considera o aspecto da utilização imediata, como ocorre, por exemplo, em sua contemplação a partir do ônibus de turismo. Se a natureza cessa de ser matéria prima, tampouco necessita que se a adore.

Hoje a natureza (capitalizada e mercantilizada) tem seus consumidores, seus clientes, aqueles que a percorrem, compram e a consomem, literal e metaforicamente, símbolo, imagem, ícone, poder, qualidade de vida, qualidade ambiental e cidadania.

Parece estar próxima a ideia de Marx (1980), onde todo o mundo sensível também passa a ser produto da indústria, indo desde os objetos mais simplificados do uso corriqueiro até as máquinas mais complexas. A natureza é a base material transformada em extensão da vontade humana.

A VALORIZAÇÃO DA NATUREZA

De acordo com Marx (1980), o dinheiro se apropriou do mundo todo. A natureza passa a ser valorizada sob a ótica da propriedade privada. O modo de produção capitalista terminou por alienar o homem do produto de seu trabalho, do mundo dos objetos e da natureza. Além disto, acrescenta Harvey (1973, 1996), a natureza acaba por ser reduzida aos seus elementos mais simples. São naturezas enquadradas, individualizadas, particularizadas e isoladas como elementos fragmentados sobre os quais se dão os direitos da propriedade privada, da compra e da venda.

Neste processo de valorização da natureza, da natureza como recurso, o dinheiro se torna o padrão de avaliação do que a natureza pode oferecer. O preço é dado à seus elementos como coisas particulares: o ar, as árvores, a água. Segundo Harvey (1973), o mundo do mercado acaba por reduzir a natureza e o homem ao status de uma *commodity* ou mercadoria. O fetichismo da mercadoria e do *commodity* criando identidades relacionadas ao “eu sou o que eu posso comprar ou eu sou o que eu possuo”¹¹¹. A valorização monetária da natureza reforça formas de valorar a natureza, tais como o romantismo, o esteticismo, o ambientalismo e o ecologismo¹¹².

Harmonia e equilíbrio; beleza, integridade e estabilidade; cooperação e ajuda mútua; crueldade e violência; hierarquia e ordem; competição e luta pela existência; caos e desordem passam a ser identificados como ‘valores naturais’.

Mas será que estes valores de beleza, estabilidade e integridade, entre outros princípios morais e virtudes, são inerentes à natureza?

Harvey (1996), responde dizendo que não. Se estes valores residem na natureza não há formas científicas de se afirmar o que eles são, independentemente dos valores implícitos nas metáforas empregadas na montagem de linhas específicas de um questionamento científico. Assim, a definição de valores para a natureza liga-se aos homens e não a própria natureza bem como da ideia de uma vida em harmonia com a natureza. Como foi visto anteriormente, os homens primitivos e até mesmo algumas sociedades atualmente, vivem em constante luta contra a natureza para sobrevivência.

No caso do estudo realizado sobre a natureza e os empreendimentos imobiliários, observa-se o uso da ideologia para dominar os compradores de uma ideia de vida confortável dentro da natureza. Os clientes/consumidores/adoradores da natureza são dominados e não percebem que esta natureza vendida não passa de uma mentira, um engodo. Estes empreendimentos transformam, desta maneira, a natureza numa “coisa-mercadoria” onde estas passam a ter seu valor definido em função das ideologias impregnadas em seu conteúdo e aparência, “como se fossem sujeitos sociais dotados de vida própria (um apartamento estilo ‘mediterrâneo’ vale um ‘modo de viver’, um cigarro vale ‘um estilo de vida’, um automóvel zero km vale ‘um jeito de viver’, uma bebida vale ‘a alegria de viver’, uma calça vale ‘uma vida jovem’ etc. etc.)” (CHAUÍ, 1984, p. 57)

Em um primeiro momento da relação que estabelece entre a ideologia e a natureza nos empreendimentos é a do fetiche, num sentido quase religioso, definido por Chauí (1984), como uma “coisa que existe por si”. O segundo momento marca a dominação das pessoas e a ideologia da vida na natureza se transforma num poder sobre os adoradores (da mercadoria) da natureza e da vida confortável e segura no seu interior¹³.

Este poder define-se pela situação econômica do grupo social e, no caso dos proprietários dos imóveis, numa forma de manutenção de seu poder político e cultural. Comprar, consumir e residir em um condomínio que preserva, protege e valoriza a natureza é um símbolo de *status*. Se o empreendimento receber uma certificação verde maior será o poder de sedução empregado para conquistar o comprador. A natureza agradece, mesmo estando confinadas em pequenos claustros e reduzida a alguns poucos exemplares de poucas espécies vegetais, na maioria dos casos, exóticas.

A definição da natureza na cidade como uma mercadoria destinada a ratificar esta ideologia dominante implica a exclusão das classes economicamente inferiores do acesso à vida com a natureza. Legitima-se, no mundo das ideias e do mercado, a dominação ou a manutenção de privilégios. Enquanto as classes dominantes vivem com sua natureza enclausurada e controlada em seus jardins, nos bairros dos excluídos observa-se a natureza relegada “ao mato” ou “as enchentes” e, em muitos lugares, a total falta de qualquer natureza.

O conceito de “Renda de Monopólio”, resgatado por David Harvey, também será útil para se entender o uso da ideia de natureza no mercado imobiliário. Segundo Harvey (2001), a renda de monopólio aplicada às relações de cultura, de estética, de valores afetivos, da vida social e do coração, pode parecer muito técnica e árida para carregar o peso das relações humanas além dos cálculos possíveis do financista, do incorporador, do agente imobiliário e do proprietário da terra. Continua o autor (*op.cit.*), que este termo busca os nexos entre a globalização capitalista, o desenvolvimento político-econômico local e a evolução dos significados culturais e valores estéticos. A renda de monopólio se realiza pelo desejo de grupos sociais em utilizar um item, direta ou indiretamente negociável, o qual é, em algum aspecto crucial único e não duplicável. Um recurso com qualidades especiais, commodities ou uma localização são exemplos de itens pelos quais as pessoas no mundo todo estão dispostas a pagar, a partir das taxas extras. Garantindo-se, assim, por um período longo de tempo o seu controle exclusivo.

Repete-se uma velha lei do mercado. A escassez de algum produto, no caso da natureza, faz seu preço aumentar. O mundo capitalista parece ver, nas palavras de Heidegger (citado por HARVEY, 2000), a natureza como um posto de combustível para a exploração humana.

Estes recursos podem ser apenas um recurso estético, um valor estético, materializado num lote, num vinho, numa pintura etc. A qualidade especial destes objetos pode ser tão única – ar puro, vista, tranquilidade – que é difícil de se atribuir um valor. Entretanto, a publicidade e a venda maciça de um produto ou de uma ideia por si leva a destituição desta aura de exclusividade que os cerca, tal como um lugar selvagem ou remoto, a pureza de alguma experiência estética da paisagem. O problema do capital é achar meios de cooptar, subjugar, mercantilizar e monetarizar tais diferenças para torná-las propícias à apropriação das “rendas de monopólio”.

A constatação da instalação do consumo como a possibilidade de satisfação individual e como mediação entre o homem e o território (e com a natureza) é a grande perversão do período atual. A busca pela satisfação pessoal encerra um poder que transforma o cidadão em consumidor. Segundo Santos (2000a, p. 17), vê-se uma glorificação do consumo na mesma proporção de uma glorificação do indi-

vidualismo cruel e opressor, que destrói os traços da individualidade, da personalidade, levando assim a uma padronização do consumo, dos desejos e dos ideais. Instaura-se a perda da diversidade, que é uma das riquezas da vida em sociedade¹¹⁴.

Uma visão emancipatória, no momento histórico atual, nas relações da sociedade com a natureza é, portanto, um resgate do papel da coletividade perante a individualidade e o individualismo. Deve-se retomar os aspectos da produção e do uso da natureza para a satisfação coletiva. Resguardando as possibilidades deste uso não ao utilitarismo exacerbado que se assistiu nos últimos dois séculos de ação intensiva do modo de produção capitalista. Construir uma vida coletiva a partir das necessidades fundamentais da vida e da natureza coletivizada¹¹⁵. Nesta opção pelo coletivo, assistir-se-ia, segundo Santos (1997), a instauração de um Período Popular na História, que pode ser lido de acordo com a abordagem da emancipação coletiva. Neste processo, torna-se fundamental uma desfetichização do homem, entendido como o ato de revalorização do próprio homem e de seu trabalho, apagando qualquer traço dos símbolos que escondam a riqueza de sua ação. Considerar o próprio homem, a natureza e a cidade em razão de um valor de troca, conduzindo, portanto, a uma desfetichização do homem, do espaço e uma “desnaturalização” dos processos sociais é a possibilidade de transformar as relações atuais entre a cidade e a natureza em uma relação emancipatória.

NOTAS

⁹⁷ Segundo Santos (1978, p. 163), “pela produção o homem modifica a Natureza Primeira, a natureza bruta, a natureza natural, socializando, dessa forma, aquilo que Teilhard de Chardin chama de ‘ecossistema selvagem’. É por essa forma que o espaço criado como Natureza Segunda, natureza transformada, natureza social ou socializada. O ato de produzir é, ao mesmo tempo, o ato de produzir espaço”.

⁹⁸ Para Santos (1999, p. 88), as formas [e a natureza] por si só não participam do jogo dialético, “uma casa vazia ou um terreno baldio, um lago, uma floresta, uma montanha não participam do processo dialético senão porque lhes são atribuídos determinados valores, isto é, quando são transformados em espaço. O simples fato de existirem como formas, isto é, como paisagem, não basta. A forma já utilizada é coisa diferente, pois seu conteúdo é social. Ela se torna espaço, porque forma-conteúdo”. Já Bachelard (1983), faz uma crítica sobre as formas mais idealistas ou românticas de entendimento da natureza, pois estas não são as melhores opções para a compreensão da natureza. Segundo o autor (op. cit. 111), “quando um idealista estabelece uma filosofia da natureza, ele se contenta em por em ordem às imagens que ele faz da natureza, satisfazendo-se com o que estas imagens têm de imediato. Ele não ultrapassa os limites de um sensismo etéreo.”

⁹⁹ A natureza no período atual também pode ser entendida de acordo com a proposta de Bertrand (1978), como o universo físico transformado em sistema, ou fenomenologicamente, como escreve Merleau-Ponty (2000), definindo a natureza como vida e tudo aquilo que tem um significado não dado pelo pensamento humano. Para Merleau-Ponty (op. cit.), a natureza é tudo aquilo que é primordial, sem ser física ou mentalmente construída, como o solo, mas não aquilo que se vê e sim aquilo que é o suporte.

¹⁰⁰ Lenoble (1969, p. 205).

¹⁰¹ Salienta-se que a provocação colocada por Milton Santos infelizmente foi incorporada por algumas correntes da Geografia “Humana”, que, ao invés de discutir e aprofundar o debate sobre a natureza (atrelada a Geografia Física), optaram pela simplificação da ideia do fim da natureza, excluindo a natureza de suas análises.

¹⁰² Para Schama (1996), a invenção do arado, como uma faca que ataca o solo, aumenta a produtividade agrícola e marca uma forma de libertação do homem do domínio da natureza. O desenvolvimento da técnica irá, de acordo com Fernández-Armesto (2001), permitir que o homem passe a encontrar a natureza através de suas técnicas e ferramentas. A natureza exteriorizada, tanto pela técnica quanto pela cultura, passa a ser objeto de exploração, como uma entidade exterior.

¹⁰³ De acordo com Santos (1994, p. 17), “a história do homem sobre a Terra é a história de uma ruptura progressiva entre o homem e o entorno. Esse processo se acelera quando, praticamente ao mesmo tempo, o homem se descobre como indivíduo e inicia a mecanização do Planeta, armando-se de novos instrumentos para tentar domina-lo. A natureza artificializada marca uma grande mudança na história humana da natureza. Hoje, com a tecnociência, alcançamos o estágio supremo dessa evolução”.

¹⁰⁴ Para Ortega y Gasset (1973), o destino do homem implica num gasto contínuo de energia, tendo que adaptar este mundo para suas necessidades constitutivas essenciais, as quais são precisamente aquelas pelas quais ele é inadaptado. Ele tem, então, que forçar a si mesmo para transformar este mundo que não coincide com ele, o qual é estranho para ele, o qual, conseqüentemente, não é ele. Ele precisa transformá-lo em outro mundo no qual seus desejos serão atingidos. O homem é um sistema de desejos que neste mundo são impossíveis. Portanto, para criar um outro mundo, a ideia do mundo deve coincidir, com seu desejo, isto é chamado de felicidade [...] Para transformar este mundo num outro mundo, que pode ser dele e coincidente, não existe outro instrumento que não o técnico.

¹⁰⁵ Escrevendo a respeito das relações entre técnica e natureza no campo, Santos (1994, p. 143), escreve que “foi o período técnico-científico-informacional da humanidade, isto é, a possibilidade de inventar a natureza, de criar sementes como se elas fossem naturais, isto é, o progresso da biotecnologia, que permitiu, no espaço de duas gerações, que o que parecia um deserto [de gente e produção], como o cerrado, na região Centro-Oeste e na Bahia, se transformasse num vergel formado por um caleidoscópio de produções, a começar pela soja”.

¹⁰⁶ Pode-se pensar este controle, a dominação e a transformação da natureza pelo homem através de uma comparação com o ideal alquimista, trabalhada por Bachelard (1983, p. 68). “O alquimista procurava uma mudança de qualidades. Ele tentava, por exemplo, uma troca de cores, confiante no caráter substancial da cor. Que possa amarelar o chumbo, eis um primeiro sonho, eis um programa. Com uma semente cinza, com o germe do chumbo, que grande sonho conseguir amadurecer a substância e obter, concretizando as metáforas, amontoados de ouro. Mais profundamente ainda, se o trabalho alquimista pudesse tornar pesado o chumbo, se o chumbo pudesse ficar tão pesado quanto o ouro, a transmutação estaria muito perto de ser bem sucedida!”. Este sonho de transformação da qualidade das coisas em algo que é útil e valioso ao homem é um sonho e uma busca antiga da humanidade.

¹⁰⁷ Pode-se citar o exemplo do lago formado na construção de uma barragem para uma usina hidrelétrica. Muitas vezes o lago em si é visto como algo natural, quando na verdade possui uma naturalidade, a água, pela sua estrutura molecular, mas como forma, aparência e função, é algo completamente construído pelo homem.

¹⁰⁸ Diferentes culturas têm algumas particularidades no entendimento da natureza. Fernández-Armesto (2001, p. 10), dá um interessante depoimento de como diferentes culturas lidam com a natureza. Os ingleses, supostamente preferem a natureza à cultura, com seu gosto pela vida no campo, esportes rurais, cirurgia veterinária, caminhadas em sob qualquer tempo e jardins, que imitam uma paisagem natural. Mas esta natureza é uma natureza enquanto ideia. É uma metáfora que remete a um ideal romântico, pois todas estas atividades ligadas à natureza são enquadradas dentro de uma cultura refinada. Muitas vezes, esta mesma natureza, é vislumbrada a partir de uma janela, de um quadro ou separada por um muro.

¹⁰⁹ Na pesquisa de mestrado sobre a Ilha Comprida (litoral sul do Estado de São Paulo), Henrique (2000) constatou que todo apelo as ‘belezas naturais intocadas’ do lugar e a possibilidade de se colocar fora da agitação dos grandes centros urbanos não conseguiu, no fluxo de turistas, superar a realidade do isolamento do lugar, do difícil acesso e da falta de infra-estrutura. Somente quando um trecho da rodovia BR 116 foi duplicado, uma ponte ligando a Ilha Comprida ao continente foi construída, as redes de água e esgoto chegaram às casas, é que se observou um crescimento urbano impulsionado pelo turismo.

¹¹⁰ “This conceptualization of the natural world, in which nature is viewed as a ‘resource’ for the use of man, underlies the materialist conception of nature in modern scientific thought”. (HARVEY, 1973, p. 214).

¹¹¹ Harvey (2001, p. 278/279)

¹¹² A valorização da natureza também é um processo historicamente datado, conforme mostra Abreu (1992, p. 55), “[...] a relação entre natureza e sociedade é sempre historicamente determinada. Em outras palavras, o significado e o valor que uma sociedade atribui aos elementos da natureza irão sempre variar no tempo, acompanhando o processo histórico de seu desenvolvimento econômico e social. Valores ambientais que são hoje tão disputados pela população do Rio, como viver próximo à praia, por exemplo, seriam considerados extremamente exóticos (ou mesmo irracionais) pelos cariocas do passado”.

¹¹³ “O mundo se transforma numa imensa fantasmagoria”. (CHAUÍ, 1984, p. 57)

¹¹⁴ Esta constituição de um individualismo exacerbado produzirá uma dependência do consumidor ao novo mundo dos objetos, o que “limita sua vocação para obter uma individualidade e reduz a possibilidade dos encontros interpessoais diretos e enriquecedores, porque simbólicos em sua própria origem. A comunicação entre as pessoas é frequentemente intermediada por coisas. [...] A socialização capitalista, originária da divisão de trabalho que a monetarização acentua, impede movimentos globais e um pensamento global. A reivindicação de uns não raro representa um agravo para o outro. A força da alienação vem dessa fragilidade dos indivíduos, quando apenas conseguem identificar o que os separa e não o que os une”.

¹¹⁵ Segundo Santos (1979, p. 291), deve-se colocar a produção a serviço da humanidade, do coletivo, sendo “necessário, antes de tudo, que a ideia de produtividade econômica ceda lugar a ideia de produtividade social. As tecnologias teriam então um papel subordinado. O crescimento não teria sentido se não estivesse a serviço de todos. A procura do lucro apagar-se-ia diante das preocupações com a equidade. O consumo não seria mais comandado pelas necessidades do aparelho produtivo, mas este seria ordenado em função de um consumo cuja definição coincide com o bem estar coletivo”.