

***Greenwashing* e a Estratégia dos Empreendimentos Imobiliários na
Comercialização da Natureza**

Carolline Amaral da Silva

Mestranda, UFF, Brasil.
carollineamaral@id.uff.br

Karolyne Linhares Longchamps Fonseca

Mestranda, UFF, Brasil.
klongchamps@id.uff.br

Eloisa Carvalho de Araujo

Professora Doutora, UFF, Brasil.
eloisacarvalhoaraujo@id.uff.br

RESUMO

Este ensaio integra uma pesquisa continuada, com o objetivo de analisar as certificações sustentáveis e a prática de *greenwashing* que estão sendo utilizadas para validar a exploração da natureza em prol do capital. A partir de uma pesquisa bibliográfica e exploratória de fontes primárias e secundárias, propõe-se discutir o fenômeno da instrumentalização do bem natural e do discurso ecológico pelos empreendimentos imobiliários, trazendo como estudo de caso o megaempreendimento MARAEY, localizado na Área de Proteção Ambiental da cidade de Maricá, no estado do Rio de Janeiro. Nesse contexto, discute-se a relação entre a legislação, a política urbana e as manobras exercidas pelo mercado imobiliário junto ao poder público e órgãos reguladores.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade. Percepção Ambiental. *Greenwashing*.

1 INTRODUÇÃO

Há muito tempo vem se refletindo sobre o que haveria de fato de ambiental no urbano. Alguns estudos apontam a noção de risco, o debate sobre a degradação ambiental e o mapeamento da desigualdade socioambiental como questões que podem elucidar a noção de dimensão da natureza na cidade na atualidade. O advento dos lazers, segundo Alain Corbin (2001), introduziu um modo de apreciar e se apropriar da natureza a partir do viés mercantil, incorporando a natureza à lógica atribuída à cidade capitalista, como elemento que agrega valor ao solo urbano, que associa lazer à qualidade socioambiental. Por outro lado, o que separa e o que junta o ambiental do urbano ficou cada vez mais difícil de ser mensurado. Trata-se de associar o lazer, o prazer a uma estratégia espacial que não mais distingue o público do privado. A adaptação do ambiente urbano frente a expansão urbana e sua lógica perversa de reprodução do solo urbano é pautada por conflitos de escalas e competências.

Ademais, o discurso da sustentabilidade, com ênfase a partir da Conferência Rio-92, vem por reforçar que as cidades que dispõem de um desenho urbano que permite aos habitantes desenvolverem atividades e manterem um estilo de vida próximo à natureza utilizam o significado do verde em empreendimentos sustentáveis e exigem que os governos municipais tenham políticas públicas associadas às práticas de convívio com a natureza. Com base nessa perspectiva, poderíamos pensar que tais práticas possibilitam trazer a natureza ou mesmo reintroduzir a proteção da natureza existente, a fim de produzir políticas que se apresentam com posturas em prol da vida.

No entanto, verificamos nesses últimos anos o crescente surgimento de empreendimentos que avançam sobre ambientes naturais, apoiando-se no discurso de que nos tempos atuais é fundamental desfrutar da natureza. Vivemos um momento que se perde a perspectiva da transformação dos ambientes urbanos sem rupturas em que o discurso dos direitos é pouco reconhecido nos instrumentos de planejamento, tais como nos Planos Diretores, legislação de uso e ocupação do solo e até nos planos municipais setoriais. Vários elementos devem ser hoje associados ao quadro legal e institucional que vem norteando as ações sobre a questão ambiental no país, tais como as crises climática, urbana, ambiental, sanitária, energética e a escassez da água. Atualmente é necessário repensar a urbanização, ou melhorar a dimensão do urbano no ambiental e a dimensão da natureza na cidade.

Nesse contexto recente de produção capitalista advertimos sobre a incorporação da natureza como mercadoria, praticamente como âncora da expansão do processo de produção da cidade, propondo formas diferenciadas de apropriação das estruturas verdes e hídras das cidades.

Este ensaio integra uma pesquisa continuada¹, com o objetivo de discutir a questão da natureza como produto a ser consumido, assim como a prática do *greenwashing* como estratégia adotada por empreendimentos que se apropriam e se aproveitam do discurso sustentável para vender um estilo de vida mais saudável, tendo seus efeitos sobre a paisagem revelados pela percepção da sociedade em relação à natureza. Tratam-se de reflexões que se apoiam em uma revisão bibliográfica sobre o tema e sua repercussão sobre um estudo de caso na cidade de Maricá, no estado do Rio de Janeiro. Espera-se contribuir para o debate contemporâneo sobre o tema a partir de um olhar crítico e de pesquisa exploratória.

2 O DISTANCIAMENTO DO HOMEM E A NATUREZA E AS CONSEQUÊNCIAS ATRIBUÍDAS À NATUREZA

Milton Santos (1992) compreende que a natureza vem sendo redescoberta pelos homens a cada momento de sua existência. Isso se dá por uma progressiva ruptura entre o “homem e o entorno, acelerada pela mecanização” (p. 106) advinda da globalização tecnológica e econômica. Para Santos (1992), o homem sempre se utilizou da natureza para apreender os elementos indispensáveis à sua sobrevivência, o uso era tido a partir de cada grupo humano sobre uma parcela do território. Ou seja, os recursos obtidos correspondiam a um “modelo particular”. No entanto, isso se perde com a globalização, visto que o homem começa a fazer parte de um todo, de um sistema que dita suas formas de viver, pertencer e obter. De acordo com o autor, esse sistema se reduz a noções de trabalho, dando parâmetros de valor (mais-valia) a tudo e todos a serviço do dinheiro; dessa maneira, “a natureza artificializada marca uma grande mudança na história. Agora, com a tecnociência, alcança-se o estágio supremo da evolução humana.” (SANTOS, 1992, p. 97). E complementa que:

Agora, que todas as condições de vida profundamente enraizadas estão sendo destruídas (A. Wellmer, 1974), aumenta exponencialmente a tensão entre a cultura objetiva e a cultura subjetiva e, do mesmo modo, se multiplicam os equívocos de nossa percepção, de nossa definição e de nossa relação com o meio (SANTOS, 1992, p. 100).

Desde meados dos anos 1980 e 1990 o pensamento ambientalista ganha espaço nas discussões sociais, governamentais e empresariais com propostas que permeiam noções de qualidade e manutenção da vida a partir da proteção da natureza. Isso é resultado das discussões sobre as mudanças climáticas e crises ambientais promovidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) entre a Conferência de Vancouver 1976 (Habitat I) e a de Istambul 1996 (Habitat II), que tinham por objetivo fomentar soluções para mitigar os impactos ambientais ocasionados pelos crescentes e acelerados assentamentos urbanos (GROSTEIN, 2001). Todavia, é sabido que as discussões permanecem dentro de um pensamento de preservação para quem pode pagar para obtê-la, firmando assim a exploração do bem natural em prol da querência e bem-estar de uma minoria. Isso também se dá pela mudança da percepção do homem com o

¹ A pesquisa de mestrado, em andamento, vem sendo ambientada no grupo de pesquisa Cidade, Processo de Urbanização e Ambiente cadastrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), realizada no Programa de Pós-Graduação de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal Fluminense (PPGAU/UFF).

meio ambiente de acordo com a mudança dos parâmetros de sociabilidade ocorrida no neoliberalismo (CASTELLS, 1999).

A criação desse sistema neoliberal implicou obviamente muita destruição, não somente para as estruturas e poderes institucionais (como a suposta existência prévia de uma soberania estatal sobre os assuntos político-econômicos), mas também sobre as relações estruturais da força de trabalho, relações sociais, políticas de bem-estar social, arranjos tecnológicos, modos de vida, pertencimento à terra, hábitos afetivos, modos de pensar e outros mais (HARVEY, 2007, p. 3).

O neoliberalismo pode ser entendido como uma política econômica mantida pelo Estado a fim de favorecer a liberdade empresarial a partir da manutenção dos direitos de propriedade privada, liberdade individual, livre mercado e livre comércio, entendendo que esse é o caminho para alcançar o bem-estar humano (HARVEY, 2007). Assim sendo, é possível acompanhar o controle tanto sobre o homem quanto sobre a natureza e o espaço – a serviço do “tempo do capital” (GONÇALVES, 2006, p. 119) – e, conseqüentemente, a destruição advinda desse processo. O consumo se torna a grande cultura que alimenta e motiva o processo cultural neoliberal. Ou seja, todo o desenvolvimento socioespacial está entrelaçado às demandas do mercado empresarial, transformando tudo em mercadoria e bens de consumo. Até mesmo a paisagem urbana se torna moeda a partir da valorização de objetos e espaços ao mercado.

Tem-se então a necessidade de preservação do meio ambiente e a manutenção da sociabilidade produzida pelo neoliberalismo. Foi a partir disso que os setores público e privado se aproveitaram dessa fragilidade socioambiental para transformar a sustentabilidade em um grande negócio promissor e rentável. Empreendimentos se apropriam e se aproveitam do discurso sustentável para vender um estilo de vida mais saudável. Atrelado a esse discurso oportunista, nota-se a “criação” da natureza como produto, sendo uma estratégia de marketing geradora de lucro, aliada ao discurso ecológico dos empreendimentos imobiliários. Não se pode deixar de associar também o recurso à noção de sustentabilidade urbana e estratégias de implementação da metáfora cidade-empresa que projeta na “cidade sustentável” alguns dos supostos atributos de atratividade de investimentos, no contexto da competição global. Conduzir as cidades para um futuro sustentável significa nesse caso “promover a produtividade no uso dos recursos ambientais e fortalecer as vantagens competitivas.” (ACSELRAD, 1999, p. 81-82).

Por conta do neoliberalismo, os interesses econômicos ganham prioridade, afetando a preservação ambiental e transformando a paisagem em produto a ser consumido, com isso, as cidades passam a ser percebidas como mercadoria, assim como tudo aquilo que as compõem. Acselrad (2013, p. 237) colabora com esse pensamento, quando afirma que “a cidade é o lugar preferencial da realização do consumismo de bens. Mas, também, vale dizer – com o advento do urbanismo competitivo – é o lugar do consumismo de lugares”. Dessa forma, fica mais fácil entender como a sustentabilidade pode ser usada para favorecer a venda da paisagem, transformando a natureza em produto ideológica e ecologicamente correto. Os discursos, principalmente socioambientais, são utilizados a favor do capital para viabilizar projetos e ter aprovação da sociedade, sem que, necessariamente, sejam efetivos ou materializados.

A vulnerabilidade socioambiental nas grandes cidades é notória. Observa-se que os recursos e paisagens naturais são modificados e cada vez mais explorados pelo desenvolvimento neoliberal adotado pela sociedade, dessa maneira, conciliar a crescente expansão das cidades

com a preservação do meio ambiente tem sido um grande desafio. Nesse contexto de paisagens de ambientes naturais como produto, da valorização do ambiente visando à exploração, do mercado imobiliário oferecendo um “viver bem próximo à natureza”, da burla à legislação urbanístico-ambiental vigente e da preservação para explorar, tratamos da importância de ter um planejamento de cidades realmente mais sustentável, não se limitando apenas ao discurso.

3 GREENWASHING E CERTIFICAÇÕES COMO ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

O discurso da sustentabilidade está presente em nossa realidade através de discursos políticos e das grandes corporações, transformando a sustentabilidade em um grande negócio. Tem sido cada vez mais frequente ver o mercado imobiliário se apropriando de paisagens naturais e se aproveitando de culturas das comunidades tradicionais locais para vender empreendimentos atrelados a um estilo de vida mais saudável e uma melhor qualidade de vida.

Com esse discurso oportunista, temos a “criação” da natureza como produto a ser consumido, o aumento do investimento em publicidade e a prática do *greenwashing* – estratégia que tem como objetivo criar uma imagem favorável do produto ou empreendimento numa tentativa de persuadir a opinião pública e de burlar a legislação ambiental vigente, ocultando ou desviando a atenção sobre os impactos ambientais negativos gerados por essas organizações ou pessoas, bem como suas atividades ou produtos, sendo uma estratégia de *marketing* geradora de lucro, aliada ao discurso ecológico dos empreendimentos imobiliários.

A prática de *greenwashing* é caracterizada quando a população busca ter uma relação responsável com o meio ambiente e a indústria ou um político apresenta práticas “sustentáveis”, de forma a persuadir e iludi-la quanto a sua real intenção. *Greenwashing* é uma estratégia de *marketing* (HOFFMAN; HOFFMAN, 2008, p. 67, tradução nossa).

Figura 1: A natureza como *slogan*



Fonte: MARAEY, n.d.²

A busca por uma vida mais saudável e sustentável tem se apresentado como modismo, impulsionando o mercado imobiliário e colocando em evidência ainda mais a mercantilização da paisagem. Embora a paisagem seja, teoricamente, um bem de todos, o seu tratamento como

² MARAEY. **Residencial, more no paraíso**. Rio de Janeiro, n.d. Disponível em: <https://www.maraey.com/pt/maraey-o-projeto/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

bem de consumo por parte dos setores privado e público tem privilegiado a classe de alta renda. Em outras palavras, o movimento ecológico está na moda e se torna superficial. Tal prática contraditória é utilizada pelas grandes corporações e pelo poder público, sendo ambientalmente corretos por interesse. Temos, mais uma vez, diferentes percepções sobre o que é preservar e sua real importância para cada uma dessas instituições que apresenta uma lógica “determinada pela política global de atração de investimentos e não pelo valor intrínseco da questão ambiental” (GONÇALVES, 2006, p. 15).

Se tratamos esses discursos como estratégia de publicidade ou *greenwashing*, podemos observar o uso de alguns recursos:

Os clamores do publicitário são usados para convencer a população de que o novo desenvolvimento suburbano promete uma relação mais saudável com a natureza, uma forma mais satisfatória de sociabilidade e de vida diária, novas tecnologias de vida e uma localização brilhante para o desenvolvimento futuro (HARVEY, 2011, p. 158).

Para Foucault (1996) em *A ordem do discurso*, o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta, o poder de que queremos nos apoderar, e mostra que um discurso pode não retratar a legitimidade das ações, e sim, o interesse por trás dele. O ecológico fica subordinado ao econômico, conforme Gonçalves (2006, p. 112) comenta: “enquanto os ecologistas falam do uso racional dos recursos naturais, os economistas se preocupam com o preço e com o valor de troca das mercadorias”.

Separar o homem da natureza é, portanto, uma forma de subordiná-los ao capital. O pior é que mais recentemente surgiram empresas que vendem “ar puro”, “água limpa” ou companhias imobiliárias que vendem paisagens despoluídas, fazendo uso, inclusive, de jargões ecológicos em sua propaganda (GONÇALVES, 2006, p. 116).

Com isso, o *greenwashing* tem se mostrado mais presente em empreendimentos imobiliários, usando de forma indevida os conceitos de sustentabilidade em prol da valorização de imóveis. São os chamados edifícios verdes, certificados, trazendo a ideia de um projeto mais eficiente, saudável e confortável. Nesse contexto, temos o aumento da procura por certificações, como uma tentativa de validar um discurso e convencer a população de que aquele projeto é totalmente viável e sustentável. Porém, é importante salientar que um edifício certificado, ou pré-certificado, não é necessariamente sinônimo de sustentabilidade integrada. É possível encontrar projetos que utilizam apenas estratégias de uso de materiais e equipamentos, em seu interior ou exterior, para alcançar níveis mínimos de qualidade e certificação, limitando-se a atender padrões internacionais, sem se preocupar realmente com a região na qual pretende ser inserido e com os fatores sociais.

Outra questão da certificação é a venda da ideia de sustentabilidade e de um estilo de vida, em que o consumidor finalmente tem a oportunidade de viver em harmonia com a natureza, sem o peso de estar usufruindo dela. Uma estratégia verde utilizada por empreendimentos que visam persuadir o público-alvo, que pode e está disposto a pagar pelo “concreto verde”.

Como exemplo da influência das certificações em projetos de alto padrão, temos o megaempreendimento MARAEY, que será instalado na Área de Proteção Ambiental da cidade de Maricá, no estado do Rio de Janeiro – que será abordado de forma mais detalhada

posteriormente – e que buscou como forma de convencer e validar seu discurso sustentável em diversas pré-certificações, além da criação de um selo próprio, o Maraey Eco-Arch, como “uma garantia de sustentabilidade em todo o empreendimento”³.

No entanto, é muito delicado justificar um discurso de suposto desenvolvimento sustentável em um projeto – nesse caso em uma área de proteção ambiental de 840 hectares, que influencia e é relevante para toda uma região – com o auxílio de pré-certificações, sobretudo quando a certificação é criada pelo próprio empreendimento e quando sabemos que projetos desse porte e nível socioeconômico estão associados à devastação de áreas de preservação e fragmentação do território.

Figura 2: Selo próprio do projeto MARAEY



Fonte: MARAEY, n.d.⁴

4 ESTUDO DE CASO: MEGAEMPREENHIMENTO MARAEY

O mercado imobiliário tem grande influência nas formas de gestão – inclusive social – do território. De acordo com David Harvey (2012, p. 74), a “necessidade perpétua de encontrar terreno lucrativo para a produção e absorção de excedente de capital molda a política do capitalismo”. Ou seja, o mercado imobiliário ajuda a alimentar a dinâmica capitalista e o crescimento do acesso a terrenos incorporados pelo setor imobiliário, favorecendo a transformação urbana e influenciando na modificação de sua paisagem. Como consequência, temos o impulsionamento do mercado, fazendo crescer a procura por terrenos para implantação de todo tipo de empreendimento, incluindo grandes complexos.

[...] o espaço produzido se coloca à serviço da acumulação de um poder econômico, o qual subordina os demais. Dessa forma, estamos falando de um poder político que cria autolimitações para si mesmo, no sentido de ampliar a capacidade de produção de riqueza, e de um poder jurídico que regula, normatiza e disciplina os limites da acumulação, e que são (re)atualizados a partir das novas necessidades do capitalismo (SANT’ANNA *et al.*, 2022, p. 490).

³ O discurso pode ser conferido no website da empresa. Disponível em: <https://www.maraey.com/pt/maraey-o-projeto/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

⁴ MARAEY. **Reconhecimentos**. Rio de Janeiro, n.d. Disponível em: <https://www.maraey.com/pt/reconhecimentos/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

No entanto, esses megaempreendimentos necessitam de grandes áreas, que geralmente se encontram em regiões de sensibilidade ambiental, como áreas de proteção ambiental (APA) ou áreas de proteção permanente (APP). Apesar de essas áreas demandarem estudos específicos e complexos para licenciamento, muitas vezes, tais megaempreendimentos conseguem ser viabilizados, contando com o apoio do poder público e órgãos reguladores.

Em busca de um diferencial, esses empreendimentos trazem estratégias ambientais com projetos e, principalmente, discursos, como forma de se destacar em um mercado cada vez mais competitivo e exigente, adequando seu projeto às tendências internacionais de certificação ambiental e responsabilidade social.

O megaempreendimento Maraey, que pretende ser inserido integralmente na APA da cidade de Maricá, é um exemplo que confirma essa lógica. Em sua página virtual, encontramos o mesmo discurso⁵: preocupação com o desenvolvimento sustentável e os três pilares em que estão apoiados – ambiental, econômico e social –, trazendo a sustentabilidade integral ao projeto.

Figura 3: Slogan principal do projeto MARAEY



Fonte: MARAEY, n.d.

Esse projeto lançado pela empresa IDB Brasil, que atualmente é formada por um grupo de empresários internacionais, liderados pelos Grupos Cetya e Abacus, não havia sequer considerado as comunidades tradicionais inseridas na região da APA de Maricá inicialmente. Entretanto, como dito anteriormente, esses empreendimentos traçam estratégias para se destacar no mercado e se adequar às tendências, que atualmente estão voltadas para “o ser sustentável” ou “o viver bem e em harmonia com a natureza e culturas locais”, porém, usufruindo o que eles têm de melhor para oferecer.

Como em todas as fases precedentes, esta expansão mais recente do processo urbano trouxe com ela incríveis transformações no estilo de vida. A qualidade de vida urbana tornou-se uma mercadoria, assim como a própria cidade, num mundo onde o consumismo, o turismo e a indústria da cultura e do conhecimento se tornaram os principais aspectos da economia política urbana. A tendência pós-moderna de encorajar a formação de nichos de mercado – tanto hábitos de consumo quanto

⁵ O discurso pode ser conferido no website da empresa. Disponível em: <https://www.maraey.com/pt/maraey-o-projeto/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

formas culturais – envolve a experiência urbana contemporânea com uma aura de liberdade de escolha, desde que se tenha dinheiro (HARVEY, 2012, p. 81).

Antes chamava-se Fazenda São Bento da Lagoa e atualmente Maraey, o empreendimento de luxo foi remodelado, mudando seu discurso, além do nome. Conforme consta no site do projeto (n.d.), o nome Maraey foi inspirado em uma lenda indígena guarani: “A Terra Sem Mal, um lugar onde os recursos naturais nunca se esgotam e onde se desfruta o bem-estar do corpo e da mente; a plena felicidade”. A própria mudança para um nome guarani já é por si só algo bastante problemático, tendo em vista que a empresa se aproveita e se apropria de uma cultura, que a princípio não era nem reconhecida no projeto e que, ainda hoje, não temos garantias da sua permanência no local futuramente. Encontramos mais uma vez o mercado imobiliário se apropriando de uma cultura como *marketing* para favorecer um empreendimento.

Segundo a IDB Brasil, a missão seria transformar a lenda em realidade e converter Maraey em um empreendimento com consciência ambiental, sustentabilidade econômica, cultural e social. Ocupando uma área de 840 hectares, com um investimento de R\$ 11 bilhões, será um complexo turístico, esportivo, comercial, empresarial e residencial de alto padrão. Nesse contexto,

[...] constata-se o surgimento de novos interstícios urbano-metropolitanos, à custa da privatização de espaços públicos de acesso à praia, por exemplo, ou até mesmo na apropriação sob a égide da parceria público-privada de reservas florestais e manguezais. Esses elementos de ordem natural passam a integrar a mercadoria imobiliária através da estética anunciada na publicidade (BARBOSA; GOMES, 2016, p. 344).

Porém, como apoiar tal discurso sustentável quando se pretende inserir um projeto de luxo integralmente em uma área de proteção ambiental, onde também encontramos comunidades tradicionais existentes no local?

Figura 4: Práticas da cultura local



Figura 5: Comunidade pesqueira e indígena



Fonte: MARAEY, n.d.

A área de proteção ambiental da cidade de Maricá, no Rio de Janeiro, foi criada em 1984 como resultado da mobilização de cientistas, ambientalistas e comunidades locais, que buscavam proteger a região da pressão do capital imobiliário, que já acontecia naquela época. No local, também encontramos a comunidade tradicional pesqueira de Zacarias, que habita o local ao menos desde 1797 e foi reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural da cidade, e a aldeia guarani Mata Verde Bonita. No entanto, apesar de reconhecida como APA, a área

continuou vulnerável às pressões do mercado imobiliário, por estar enquadrada em categoria que não exige desapropriação, permanecendo como propriedade privada.

Atualmente, o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (MPRJ), por meio da Assessoria de Recursos Constitucionais Cíveis, e a Associação Comunitária de Cultura e Lazer dos Pescadores Zacarias (ACCAPLEZ), representada pela Defensoria Pública do Rio de Janeiro, além da comunidade científica atuante no município, questionam a instalação do empreendimento em área de proteção ambiental, através de ações judiciais, e a licença concedida pelo Instituto Estadual do Ambiente (Inea), que contraria a decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ) que impede “todos os pedidos de licenciamento, loteamento, construção ou instalação de qualquer empreendimento no interior e entorno da APA de Maricá pelos agravados” (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2021, n.p.). Tais ações têm impedido o licenciamento ambiental do projeto, buscando proteger a área de restinga e de outros ecossistemas inseridos na APA de Maricá.

Assim, foram restaurados os efeitos do acórdão proferido pela 18ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro no Agravo de Instrumento nº 00228812-96.2013.8.19.0000, que determinou a suspensão de “todos os pedidos de licenciamento, loteamento, construção ou instalação de qualquer empreendimento no interior e entorno da APA de Maricá pelos agravados”, ante a possibilidade de haver dano irreparável à Área de Proteção Ambiental em questão caso se concretize a construção pretendida no local (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2021, n.p.).

Há também uma Ação Civil Pública (ACP) ajuizada pelo MPRJ, por demanda da Associação de Preservação Ambiental das Lagunas de Maricá (Apalma), contra o estado do Rio de Janeiro, o Inea e o município de Maricá, para que seja reconhecida a inconstitucionalidade do Decreto 41.048/2007 que reduziu de 300 para 30 metros a Faixa Marginal de Proteção da APA de Maricá no seu Plano de Manejo.

Apesar das ações judiciais e da decisão do STJ contra o empreendimento, em novembro de 2021, a IDB-Brasil lançou oficialmente o megaempreendimento, contando com a presença do prefeito de Maricá Fabiano Horta, do secretário executivo do Ministério do Turismo Gustavo Tutuca, do secretário do Ambiente e Sustentabilidade do Rio de Janeiro Thiago Pampolha e do governador do Estado do Rio de Janeiro Cláudio Castro. Ou seja, apesar de toda a polêmica envolvendo a instalação do projeto na Área de Proteção Ambiental de Maricá – atuando como condutor de mudanças na região e mercantilizando a terra –, o projeto tem o apoio de autoridades públicas e órgãos reguladores.

O que se sabe é que a proposta da implantação do complexo poderá causar impactos territoriais e ambientais em diferentes escalas, gerando conflitos e rupturas, além de afetar a dinâmica socioespacial, econômica e política da região. Além disso, a inserção de um projeto de tal magnitude tende a atrair a população, gerar valorização fundiária e aumentar a informalidade habitacional, que já existe na área, podendo ter como consequências processos de gentrificação e expulsão das camadas mais pobres, como a da comunidade tradicional de pescadores e da aldeia indígena guarani.

Observamos, assim, um grande problema na implementação de um discurso sustentável, porém, com práticas pautadas em uma ideologia neoliberal, que acabam impulsionando a visão mercantilizada da natureza e práticas de *greenwashing* no planejamento urbano e produções sociais contemporâneas, colaborando para a manipulação da sociedade.

5 CONCLUSÃO

Atualmente a relação homem-natureza está influenciando diretamente nos discursos e conceitos de sustentabilidade e preservação da natureza, favorecendo a implementação de grandes empreendimentos de luxo que visam à exploração do bem natural por meio de noções distorcidas da cultura do capital. Ao mesmo tempo que a sociedade busca uma aproximação com a natureza, o mercado se aproveita desse discurso para gerar lucro – muitas vezes essa aproximação não é feita de forma responsável, devido à percepção ambiental que se molda por noções de mundos particulares, mas que aterriza sobre um sistema cultural mundial, modelando formas de interação com o meio ambiente e o entendimento sobre sustentabilidade.

Com isso, não podemos deixar de dissociar o fato de que a percepção da sociedade em relação à natureza tem grande influência na criação da cidade mercantilizada e da natureza explorada e consumida. De fato, o alto valor atribuído ao solo urbano, a visão da terra como mercadoria e a privatização dos espaços comuns acabam por contribuir para o agravamento da degradação ambiental.

Essa visão da paisagem como riqueza está, sem dúvida, profundamente enraizada na ideologia americana e reflete seus valores culturais. Ela representa a aceitação geral da ideia de que a terra é primeiramente uma forma de capital, e só secundariamente o lar ou uma herança familiar. Toda essa terra, todos os recursos poderão ser vendidos em algum momento se o preço for justo. Esta especulação com a terra é uma maneira honrosa de se ganhar dinheiro. Tal visão é uma marca clara de uma sociedade que é profundamente comercial, pragmática e quantitativa em seu pensamento, e a própria paisagem deve refletir em si mesma tais características (MEINIG, 2003, p. 41).

Por outro lado, ao incorporar um discurso neoliberal e suas práticas, o Estado tende a favorecer o mercado competitivo e a propriedade privada, a liberar os recursos naturais para a exploração privada e a redirecionar o dinheiro público para grandes empresas. Sendo assim, as desigualdades geradas por essas práticas podem causar incômodos e questionamentos e, mais ainda, perguntas sobre como resistir a esse modelo de gestão de cidades.

Saber que tipo de cidade queremos é uma questão que não pode ser dissociada de saber que tipo de vínculos sociais, relacionamentos com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos nós desejamos. O direito à cidade é muito mais que a liberdade individual de ter acesso aos recursos urbanos: é um direito de mudar a nós mesmos, mudando a cidade (HARVEY, 2012, p. 74).

Acreditamos ser necessário repensar a dimensão do urbano no ambiental e a dimensão da natureza na cidade para evitar que práticas como essas se perpetuem na forma de gerir as cidades; principalmente, quando sabemos que essa problemática não é singular à área em questão e que tais práticas são perpetuadas pelo mercado em diversos outros lugares.

Dessa maneira, é necessário buscar e viabilizar um modelo de cidade mais democrática, instaurando um planejamento mais participativo e um desenvolvimento mais compreensível e comprometido com as pessoas e o meio ambiente, e não com o capital de giro e interesses de uma classe. Caso contrário, estaremos apenas reforçando a lógica de exploração ambiental em favor do capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD, Henri. Cidade – espaço público?: a economia política do consumismo nas e das cidades. **Revista da Universidade Federal de Minas Gerais**, Belo Horizonte, v. 20, n. 1, p. 234-247, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistadaufmg/article/view/2682>. Acesso em: 12 jun. 2022.

ACSELRAD, Henri. Discursos da sustentabilidade urbana. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 79-90, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.22296/2317-1529.1999n1p79>. Acesso em: 15 out. 2020.

BARBOSA, Adauto Gomes; GOMES, Edvânia Tôres. A. Reflexão sobre o papel do setor imobiliário na acumulação urbana. **Revista Soc. & Nat.**, Uberlândia, v. 28, n. 3, p. 333-346, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-451320160301>. Acesso em: 12 jun. 2022.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução: Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORBIN, Alain. **História dos tempos livres: o advento do lazer**. Lisboa: Teorema, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **Os (des)caminhos do meio ambiente**. São Paulo: Contexto, 2006.

GROSTEIN, Marta Dora. Metrópole e expansão urbana: a persistência de processos “insustentáveis”. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 13-19, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/mRWNMjWxbhGqfvZJkrdryDG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 jun. 2022.

HARVEY, David. Neoliberalismo como destruição criativa. **Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente**, São Paulo, v. 2, n. 4, 2007.

HARVEY, David. O direito à cidade. **Revista Lutas Sociais**, São Paulo, n. 29, p. 73-89, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/lis/article/view/18497/13692>. Acesso em: 12 jun. 2022.

HARVEY, David. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HOFFMAN, Jane; HOFFMAN, Michael. **Green: your place in the new energy revolution**. New York: Palgrave MacMillan, 2008.

MEINIG, Donald Weinig. O olho que observa: dez versões da mesma cena. **Espaço e Cultura**, Rio de Janeiro, n. 13, p. 15-46, 2003.

MINISTÉRIO Público do Estado do Rio de Janeiro. Excelentíssimo Ministro Herman Benjamin, M.D. Relator do Acórdão na suspensão de liminar e sentença nº 2.528. **Petição eletrônica**, Rio de Janeiro, 2 nov. 2021. Disponível em: http://www.mprj.mp.br/documents/20184/540394/pet_stj_expedir_oficio_ao_inea_rev__assinado_2.pdf. Acesso em: 12 jun. 2022.

SANT’ANNA, Alessandra de *et al.* Comunidades tradicionais: das práticas insurgentes aos múltiplos olhares para uma descolonização do planejamento territorial. **PIXO – Revista de Arquitetura, Cidade e Contemporaneidade**, Pelotas, v. 6, n. 21, p. 488-513, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pixo/index>. Acesso em: 12 jun.2022.

SANTOS, Milton. 1992: a redescoberta da natureza. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 6, n. 14, p. 95-106, 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40141992000100007>. Acesso em: 12 jun. 2022.