



XVIII SIMPURB
Simpósio Nacional
de Geografia Urbana 2024 Niterói

**Uma agenda para
a democratização
da cidade**

3 a 7 DEZ

Universidade Federal Fluminense
Instituto de Geociências - Campus da Praia Vermelha

GT – 23: Urbanização, Turismo e Lazer

“MARAHEY, O PARAÍSO NA TERRA”:

**a APA de Maricá (RJ) como pano de fundo para megaempreendimentos
turísticos**

Adriene dos Santos Duarte:
Escola Nacional de Ciências Estatísticas – ENCE/IBGE:
adriene.duarte@yahoo.com.br:

Romay Conde Garcia:
Escola Nacional de Ciências Estatísticas – ENCE/IBGE:
romaygarcia@gmail.com:

RESUMO: Maricá - RJ vem passando por transformações impulsionadas por projetos inovadores promovidos pela gestão municipal. A produção do espaço urbano reflete as dinâmicas de uma sociedade imersa em um modo de produção. No processo de urbanização, áreas naturais são impactadas, e Maricá, prioritária em UCs, enfrenta pressões imobiliárias. Essas pressões são exemplificadas pelo projeto Maraey, um empreendimento turístico-residencial, na APA de Maricá, tornando-se central na discussão sobre transformação urbana e apropriação da natureza. A relação entre o mercado imobiliário e a natureza é econômica, relacionada à forma como os empreendimentos incorporam e exploram a natureza. A inserção da natureza no circuito do capital ocorre de diferentes maneiras: 1) como imagem, paisagem ou símbolo; 2) como substrato físico que abriga e sustenta o empreendimento.

Palavras-chave: Maricá; Apropriação da Natureza; Projeto Maraey.

1. INTRODUÇÃO

A sociedade reconstrói constantemente a sua relação com o ambiente, desencadeando e vivenciando os efeitos das transformações no espaço. O espaço urbano é o resultado das intervenções humanas ao longo do tempo, que transformaram as paisagens naturais em ambientes construídos. A cidade, por sua vez, é o fruto desse processo de produção do espaço, impulsionada pelo progresso econômico e social. Pensar sobre a produção do espaço urbano é compreender a cidade como um produto da sociedade na qual ela está inserida, moldada pela lógica do modo de produção. Em qualquer sociedade, há um modo de produção que requer uma sociedade e um espaço para atender às suas demandas.

Atualmente, as cidades são frutos do modo de produção capitalista, e, portanto, falar sobre a produção do espaço urbano é discutir a construção da cidade sob a lógica do capital. Ademais, no mundo contemporâneo, a produção do espaço urbano é influenciada por uma série de abordagens que direcionam como as cidades são produzidas. O espaço se transforma dialeticamente, modificando as relações que nele ocorrem. Tendo em vista a intensificação e transformação da dinâmica dos processos urbanos no contexto neoliberal, entre o final do século XX e as primeiras décadas do século XXI, Lencioni (2013) salienta que estamos inseridos em novos processos de produção e organização do espaço vinculadas a produção capitalista, produzindo diferentes formas de espacialidades.

Carlos (2007) analisa que o espaço urbano, do ponto de vista do capitalismo, entra no processo de reprodução do capital como meio de produção. A degradação ambiental é um dos resultados desse processo, juntamente com a expansão urbana, acentuado por tensões e resultando em crescentes vulnerabilidades das cidades. Sabe-se que ocupações urbanas em alguns espaços geram impactos ambientais, econômicos e sociais. A dinâmica populacional nas áreas urbanas está diretamente ligada às mudanças sociais que ocorrem no espaço urbano.

Durante o século XX, as características únicas da paisagem litorânea, como condições de sol e vento, foram extensivamente exploradas e propagadas. Isso resultou numa expansão significativa da ocupação desses espaços, impulsionada por políticas públicas e iniciativas do setor público e privado para fomentar o turismo e a especulação imobiliária. Esse crescimento rápido trouxe mudanças tanto físicas quanto conceituais para essas áreas. No entanto, a valorização imobiliária e o estímulo ao turismo nas regiões litorâneas não são uniformes nem constantes. Esses processos ocorrem de forma seletiva em áreas com potencial para gerar lucro,

muitas vezes seguindo um modelo de desenvolvimento que prioriza o lucro imediato, às vezes às custas da sustentabilidade ambiental.

O município de Maricá, situado na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, tem sofrido uma série de transformações em decorrência do incremento das atividades industriais e turísticas, com a espacialização de grandes empreendimentos urbanísticos e pelo aumento de investimentos públicos e privados (ROCHA et al., 2011), provocando um crescimento populacional acelerado que altera a dinâmica urbana.

O processo de urbanização prejudica e afeta o meio ambiente, inclusive a paisagem. Para Santos (1996), a paisagem é um conjunto de formas que refletem a herança de diversas iterações entre homem-natureza. Ou seja, é uma determinada disposição de formas e objetos, composta por elementos sociais, culturais e naturais, contendo espaços e tempos distintos.

As questões ambientais começaram a surgir como um problema, demonstrando a irracionalidade do modelo de desenvolvimento capitalista adotado pelas sociedades humanas. As práticas sociais no cenário global são caracterizadas pelo descaso com o meio ambiente, o que torna necessária a compreensão da problemática ambiental no mundo globalizado.

À medida que a urbanização aumenta, áreas naturais podem ser afetadas. Maricá tem se mostrado uma cidade promissora e desperta o interesse de investidores, tanto nacionais quanto internacionais. É notório que o capital estrangeiro tem desempenhado um papel relevante em projetos imobiliários, particularmente em espaços urbanos em crescimento e de relevância estratégica. Na maioria das vezes, esses investimentos do capital estrangeiro transformam áreas naturais em espaços urbanos construídos.

Nos últimos anos, a APA-Maricá tem sido alvo de pressões imobiliárias visando à ocupação com base na política de turismo sustentável. No entanto, essa ocupação causa inquietações em relação aos impactos nos três pilares fundamentais: desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. Essa proposta conta com o apoio da Prefeitura de Maricá, fazendo parte de um conjunto de iniciativas respaldadas pelo órgão.

O projeto Maraey, desenvolvido pela empresa IDB Brasil, é uma iniciativa ambiciosa e visa estabelecer um “paraíso na Terra”, unindo desenvolvimento sustentável, inovação tecnológica e harmonia com a natureza, tornando-se um modelo de comunidade autossuficiente e sustentável, inspirando outras regiões a adotarem práticas semelhantes. O processo de licenciamento do empreendimento vem sendo marcado por inúmeros entraves e conflitos ambientais e sociais: por se tratar de uma Área de Proteção Ambiental e por abrigar a

comunidade pesqueira de Zacarias e aldeia indígenas da etnia Guarani M'byá sobreposta à APA de Maricá.

A construção de empreendimentos imobiliários em áreas de proteção é uma realidade no Brasil, apesar dos esforços para inibir essa prática. Essas contradições são estratégicas para a reprodução e acumulação do capital na produção imobiliária, tornando-se cerne da produção do espaço urbano, desterritorializando comunidades tradicionais que já estão instaladas nessas áreas, intensificando o processo de especulação imobiliária e degradando áreas protegidas. “O uso do solo urbano dá-se, pois, mediante disputa determinada quer pela necessidade do uso - e mesmo expansão de certos tipos de uso” (CARLOS, 2007, p.80). Henrique enfatiza que:

As consequências destas modificações na natureza devem ser consideradas não só em seu aspecto físico visível, mas também do ponto de vista simbólico ou moral, pois carregam consigo um forte e significativo componente ideológico (HENRIQUE, 2009, p.78).

A valorização dos espaços para fins imobiliários está carregada do discurso de natureza no tom de desenvolvimento sustentável, mas visando acima de tudo o lucro. Esse discurso é repetido no processo de produção espacial pelos agentes hegemônicos, como os promotores imobiliários e o Estado. Nesse contexto, investidores estrangeiros se articulam com o poder local para a implantação de empreendimentos turísticos-imobiliários, criando mecanismos de estratégia para estabelecer uma relação harmoniosa entre o desenvolvimento local e à sustentabilidade (GONÇALVES, 2008).

Ambas as estratégias, portanto, articulam-se tendo como fio condutor a transformação da produção do espaço urbano em um grande negócio através da associação entre o complexo imobiliário-financeiro e o Estado. Esse processo carrega como elemento central e estratégico a apropriação da natureza, tanto no sentido material quanto no sentido simbólico. A gestão municipal de Maricá tem se dedicado a promover o município, diversificando as atividades econômicas e criando oportunidades para o seu crescimento. Esses projetos são voltados para a implementação de programas sociais, que são importantes para o processo de valorização

atual do município, atraindo novos moradores e turistas, dando novos usos ao solo e ao espaço urbano. Partindo destes pontos, a ideia do artigo é analisar a interação entre a urbanização de Maricá e a apropriação da natureza, especificamente na implementação do megaempreendimento turístico-residencial Maraey dentro dos limites da APA de Maricá.

2. ESPAÇO URBANO E APROPRIAÇÃO DA NATUREZA: PROCESSOS E CONCEITOS

O espaço urbano e a apropriação da natureza são temas centrais na análise das dinâmicas urbanas e metropolitanas. O espaço urbano é um produto social e cultural, resultante das diversas formas de ocupação e das interações sociais que nele ocorrem. Essa visão é fundamentada em uma abordagem que considera a historicidade, socialidade e espacialidade das interações humanas. Sua compreensão envolve uma análise das dinâmicas sociais, econômicas e políticas que moldam e são moldadas pelo ambiente urbano.

Lefebvre (2006) propõe que o espaço urbano é uma construção social, moldada pelas relações de produção e influenciado pelo contexto histórico. Essa perspectiva enfatiza a natureza dinâmica e processual do espaço urbano, que é continuamente produzido e reproduzido pelas práticas sociais. O autor destaca que o espaço não é um mero cenário onde ocorrem as ações humanas, mas sim um elemento ativo que influencia e é influenciado pelas interações sociais.

Harvey (2014) e Swyngedouw (2001) ampliam essa discussão, argumentando que a cidade deve ser entendida como um processo contínuo de produção espacial, marcado por conflitos sociais, onde diferentes grupos lutam pela apropriação do território. Para entender melhor o espaço urbano, Lefebvre (1991) propõe uma tríade conceitual composta por práticas espaciais, representações do espaço e espaços de representação. As práticas espaciais referem-se às atividades cotidianas que configuram e utilizam o espaço. As representações do espaço são as concepções teóricas e abstratas que orientam o planejamento e a organização espacial. Finalmente, os espaços de representação são os lugares onde as experiências e as interações sociais ocorrem.

Essa concepção tridimensional do espaço articula os espaços percebido, concebido e vivido, destacando a importância das interações sociais na configuração do espaço urbano. O espaço urbano é, portanto, um produto das relações sociais e um elemento ativo na dinâmica

dessas relações. O desenvolvimento do espaço urbano está intrinsecamente ligado à produção capitalista, funcionando tanto um produto quanto como condição para a reprodução do capital. As cidades emergem como resultado do modo de produção capitalista, sendo a urbanização um processo essencial para a acumulação de capital. A lógica capitalista transforma o espaço urbano, fragmentando-o e simultaneamente articulando-o para diferentes usos da terra, refletindo e condicionando as relações sociais e de poder. A urbanização capitalista envolve a transformação contínua do espaço, com o objetivo de maximizar a acumulação de capital.

As cidades estão em constante transformação, refletindo as mudanças sociais, econômicas e culturais. A urbanização envolve a apropriação do espaço pela lógica do capital, resultando em novas formas de espacialidade e na reconfiguração das dinâmicas urbanas, tornando-se palco de interações sociais e de disputas de poder, moldado pelas forças econômicas e políticas que visam à acumulação de capital. A urbanização, ao transformar continuamente o espaço, implica a criação de novas infraestruturas e a remodelação das antigas.

A expansão urbana frequentemente incorpora áreas naturais, que são convertidas em espaços urbanos através de processos de construção intensiva. Este fenômeno está relacionado à expansão das metrópoles e ao crescimento das periferias urbanas, que trazem consigo novos desafios em termos de planejamento e gestão urbana.

A apropriação da natureza no contexto urbano é um aspecto fundamental desse processo. A natureza é tanto um recurso material quanto um símbolo cultural e estético. Lefebvre (2006) e Swyngedouw (2001) destacam que a apropriação da natureza envolve tanto a destruição quanto a construção e valorização dos espaços. A relação entre o urbano e o natural é complexa e multifacetada, envolvendo processos de destruição, construção e reconfiguração de territórios.

A apropriação da natureza no contexto urbano envolve práticas de uso e transformação dos recursos naturais que estão intimamente ligadas às dinâmicas sociais e econômicas. Essa apropriação pode ser vista como material e simbólica. Materialmente, envolve o uso de recursos naturais para a construção de infraestrutura urbana, como edifícios, estradas e parques. Simbolicamente, a natureza é apropriada como elemento estético e cultural, incorporado ao espaço urbano de formas que refletem valores e ideologias sociais.

Essa dualidade da apropriação da natureza é evidente em práticas de urbanização que promovem a sustentabilidade e a integração dos elementos naturais ao planejamento urbano. No entanto, também é observável em processos de gentrificação, onde áreas naturais ou espaços

verdes são valorizados e transformados para atender a interesses econômicos específicos, muitas vezes em detrimento das comunidades locais.

A natureza é integrada ao processo urbano não apenas como um recurso, mas como uma parte essencial da transformação e produção dos espaços urbanos. A urbanização é um processo dinâmico e contínuo, que transforma e é transformado pelas práticas sociais, políticas e econômicas.

3. BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

O município de Maricá, localizado na porção leste da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, possui uma extensão territorial de 361 km². A cidade conta com 42 km de orla marítima e um extenso sistema lagunar, além de ter 36% do seu território coberto por maciços rochosos. Nas últimas décadas, o município de Maricá vem passando por um intenso processo de urbanização e transformação socioeconômica. Este desenvolvimento tem transformado a cidade de um destino predominantemente turístico e de veraneio para uma localidade de residência fixa, atraindo novos moradores e promovendo melhorias na infraestrutura e nos serviços públicos.

Segundo o Censo Demográfico de 2022, Maricá possui uma população de 167 mil habitantes, representando um aumento de 54% em relação ao censo de 2010. Esse crescimento significativo é resultado de programas e ações implementados pela gestão municipal nos últimos anos, focados em urbanização, desenvolvimento econômico e melhorias na infraestrutura.

Maricá tem se destacado como uma cidade promissora, atraindo novos moradores e grandes investimentos. A cidade investiu em diversos projetos de mobilidade urbana, como a construção de novas vias e a melhoria do transporte público, o que tem facilitado a vida dos residentes e contribuído para o desenvolvimento econômico local.

Além disso, a administração municipal tem promovido políticas de incentivo ao empreendedorismo e à inovação, criando um ambiente favorável para a instalação de novas empresas e startups. A cidade também tem investido na educação e na qualificação profissional, oferecendo cursos e programas de capacitação que visam preparar a população para as demandas do mercado de trabalho.

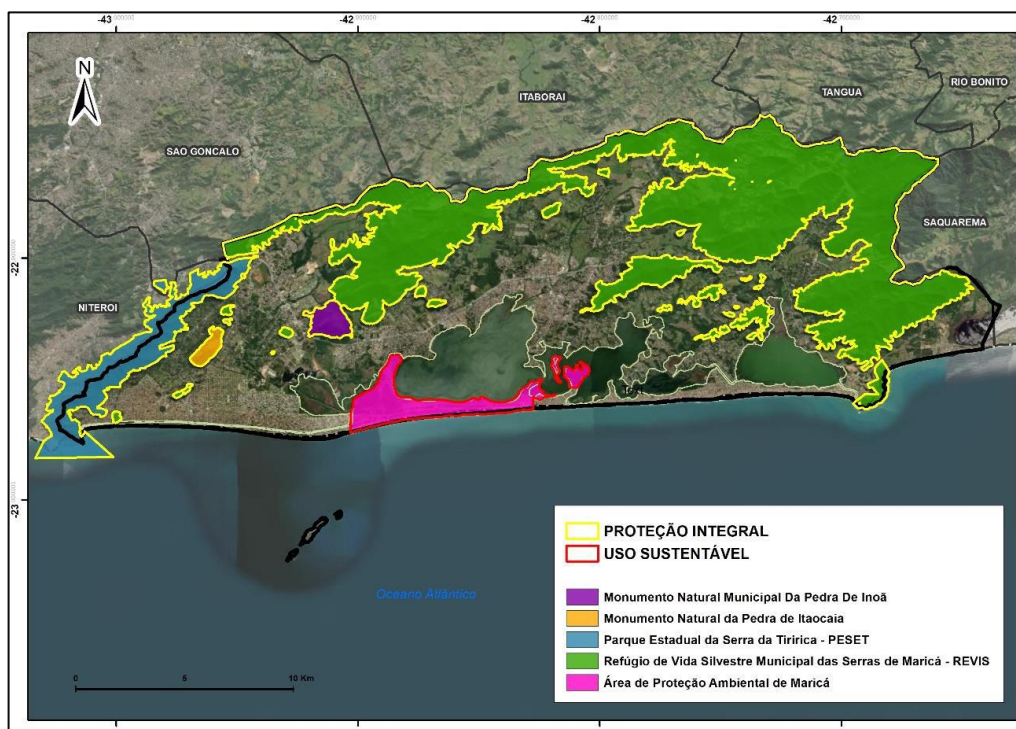
Com uma infraestrutura em constante melhoria e uma gestão voltada para o desenvolvimento sustentável, Maricá está se consolidando como um polo de crescimento na

Região Metropolitana do Rio de Janeiro, despertando o interesse de investidores e se tornando uma opção atraente tanto para quem busca um novo lugar para viver quanto para aqueles que procuram oportunidades de negócios.

É amplamente reconhecido que o capital internacional exerce uma influência significativa sobre investimentos imobiliários de grande porte em áreas urbanas em crescimento. Muitas vezes, esses investimentos são direcionados para ambientes naturais, levando à transformação de paisagens e à urbanização de áreas que, até então, eram predominantemente preservadas. A busca por locais com potencial de valorização frequentemente ignora a necessidade de um planejamento urbano que considere a integração entre crescimento econômico e proteção ambiental.

Maricá é classificada como uma área prioritária para conservação, apresentando um dos maiores percentuais do seu território abrangido por Unidades de Conservação, que variam em diferentes categorias de uso conforme o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC). Destacando, como foco de estudo, a Área de Proteção Ambiental de Maricá, que tem enfrentado, nos últimos anos, pressões imobiliárias. (Figura 1).

Figura 1 - Localização das UCs do Município de Maricá



Fonte: MMA. Elaboração Própria, 2024.

A Área de Proteção Ambiental (APA) é a categoria de unidade protegida menos restritiva do SNUC. A categoria oferece a possibilidade de ocupações humanas e uma variedade de atividades socioeconômicas. As Áreas de Proteção Ambiental (APAs) são um tipo de UC de uso sustentável, que têm como principal objetivo a proteção da qualidade ambiental e do bem-estar das populações locais:

É uma área em geral extensa, com um certo grau de ocupação humana, dotada de atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais especialmente importantes para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas, e tem como objetivos básicos proteger a diversidade biológica, disciplinar o processo de ocupação e assegurar a sustentabilidade do uso dos recursos naturais (BRASIL, 2000).

A Área de Proteção Ambiental (APA) de Maricá foi estabelecida em 1984, antes da criação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), o que significava que, na época, não era obrigatório que o Estado indenizasse os proprietários de terras dentro da área designada para conservação. Isso resultou na manutenção da APA em uma situação de propriedade privada.

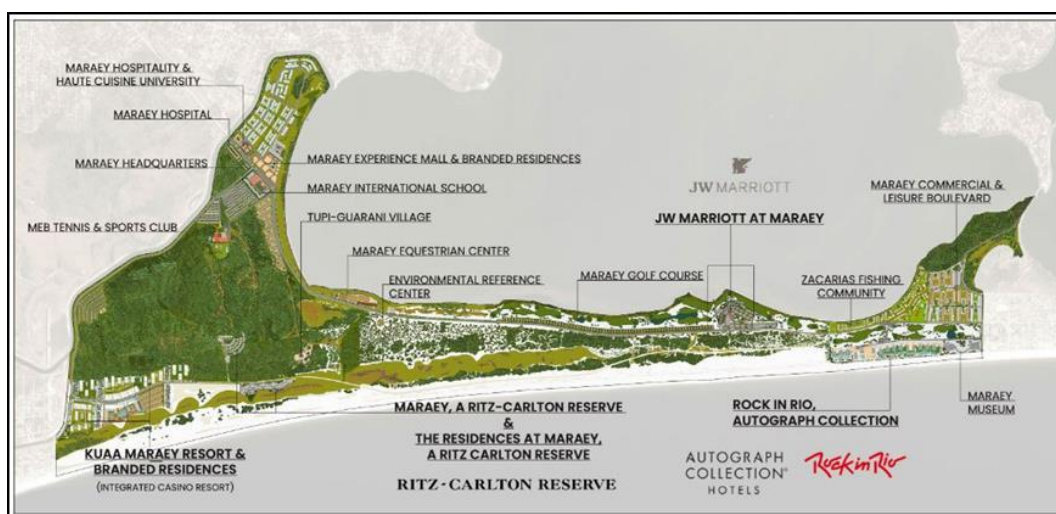
Como uma Unidade de Conservação de Uso Sustentável, a APA abrange uma área de 840 hectares, composto pelo bioma da Mata Atlântica e predominante em ecossistema de restinga. É reconhecida pela UNESCO como Reserva da Biosfera da Mata Atlântica. Nos últimos anos, a APA tem enfrentado desafios significativos, incluindo pressões imobiliárias que ameaçam sua integridade.

Além de abrigar uma rica biodiversidade, a APA de Maricá é o lar da comunidade tradicional de pescadores de Zacarias, que vive da pesca de galho e está na região desde o século XVIII. Atualmente, cerca de 200 famílias residem nos limites da APA. A área também abriga a Aldeia Mata Verde Bonita, estabelecida em 2013 por decreto municipal, formada por pessoas que fugiram de Camboinhas, Niterói, devido à pressão do Estado e à especulação imobiliária. Atualmente, a APA enfrenta a ameaça de um grande empreendimento turístico-residencial, conhecido como projeto Maraey, planejado para ser instalado dentro de seus limites.

O projeto Maraey é uma iniciativa ambiciosa da empresa IDB Brasil, que busca criar um verdadeiro “paraíso na terra” dentro dos limites da APA de Maricá. Adquirido em 2006, o projeto pretende se tornar um marco global em turismo sustentável. No entanto, o discurso de sustentabilidade muitas vezes contrasta com a realidade, onde o desenvolvimento imobiliário pode resultar na degradação ambiental e na perda de biodiversidade.

O projeto Maraey prevê um investimento superior a 11 bilhões de reais, com a geração de mais de 36 mil empregos diretos e indiretos, além de uma arrecadação anual estimada em 1 bilhão de reais. O empreendimento ocupará 6,6% da área da APA, incluindo a construção de quatro hotéis em locais distintos, integrados a zonas residenciais. O projeto também contempla a criação de áreas comerciais, serviços, espaços culturais e de lazer (Figura 02).

Figura 02 – Masterplan do projeto Maraey nos limites da APA de Maricá.



Fonte: Maraey, O projeto.

A valorização desses espaços é frequentemente envolta em um discurso de desenvolvimento sustentável, mas visa, acima de tudo, o lucro e a acumulação de capital. O modelo de urbanização influenciado pelo mercado imobiliário e pelo capital financeiro tem provocado profundas transformações na estrutura social da cidade, muitas vezes em detrimento das políticas sociais e dos investimentos em infraestrutura pública.

4. APROPRIAÇÃO DA NATUREZA NO CONTEXTO DO MARAEY

A maneira como a natureza é percebida, compreendida e apropriada é crucial para a construção da identidade e conexão com o ambiente ao redor. Há um crescente interesse em estabelecer uma relação mais íntima com a natureza, embora essa conexão muitas vezes seja mediada por conceitos e imagens moldadas pelos valores capitalistas. Nesse contexto, é comum

observar a natureza sendo transformada em mercadoria, impulsionada por interesses comerciais e de consumo.

A valorização da natureza é um fenômeno dinâmico, sujeito a mudanças ao longo da história, como destacado por Abreu (1922, p.55): “a relação entre a natureza e a sociedade é sempre historicamente determinada”. Os significados e valores atribuídos aos elementos naturais variam conforme o contexto econômico e social em que as sociedades vivem, refletindo as transformações sociais ao longo dos séculos. Historicamente, nota-se que a percepção da natureza passou por transformações significativas. Anteriormente, era reverenciada como poderosa e misteriosa, essencial para a sobrevivência humana e vista como uma extensão da própria existência das pessoas.

(...) vive-se um novo período de profundas transformações nas ideias de natureza; além da permanência dos modelos quantitativos, observa-se uma restauração de uma ideia mítica da natureza, um reencantamento da natureza, não com um viés ‘sobrenatural’, mas, sim, seguindo um projeto específico de valorização financeira da natureza (HENRIQUE, 2006, p. 65).

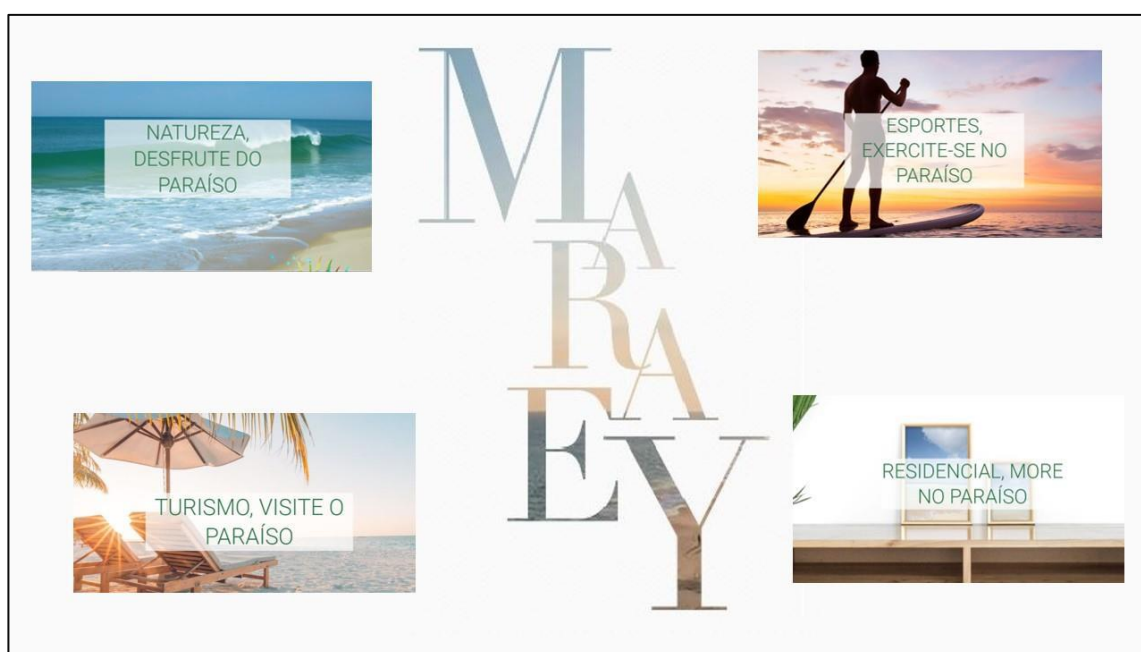
O Maraey é promovido como um empreendimento que respeita os valores e a tradição dos guaranis, destacando a harmonia com a natureza e um estilo de vida saudável e equilibrado. Descrito pela empresa IDB Brasil como um local de tranquilidade, abundância e prosperidade. Assim, eles definem:

“Diz a lenda que os indígenas guaranis acreditavam que ao Leste, onde nasce o Sol sobre o Oceano Atlântico, encontrariam o “Yvy Mara Ey”, “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. Nossa missão é transformar a lenda em realidade e converter MARAEY num empreendimento de renome mundial pela sua consciência ambiental, inovação e sustentabilidade econômica, cultural e social. NOSSO PARAÍSO NA TERRA”

Parafraseando Alves (2023), a apropriação do empreendimento vai além da simples adoção da língua Guarani; ela integra os valores e tradições culturais essenciais. A transformação da paisagem começa com o uso da língua Guarani nos nomes do empreendimento e dos resorts destinados aos turistas, cada um projetado para destacar elementos naturais específicos: o Hotel Tembey à beira-mar, o Yvyra no coração da reserva natural e o Yno ovu entre o mar e a lagoa com vista para a serra. Além disso, há o Resort Kuaa, focado em convenções (ALVES, 2023, p. 17).

No contexto do projeto Maraey, a natureza é vista como parte essencial do processo de acumulação de capital. A apropriação da natureza assume várias formas, como a transformação da APA em um grande empreendimento turístico-residencial, supostamente baseado em princípios de sustentabilidade. Essa mudança redireciona um espaço antes dedicado à preservação para atividades turísticas e residenciais. Além disso, essa transformação impacta profundamente as percepções e conexões da população local com o ambiente, moldando de maneira significativa suas narrativas e relações com a natureza. A apropriação é evidente nas mensagens promocionais do empreendimento (Figura 03):

Figura 03 - Apropriação da Natureza nas Mensagens publicitárias do Maraey



Fonte: MARAEY, o projeto. Elaboração própria, 2024.

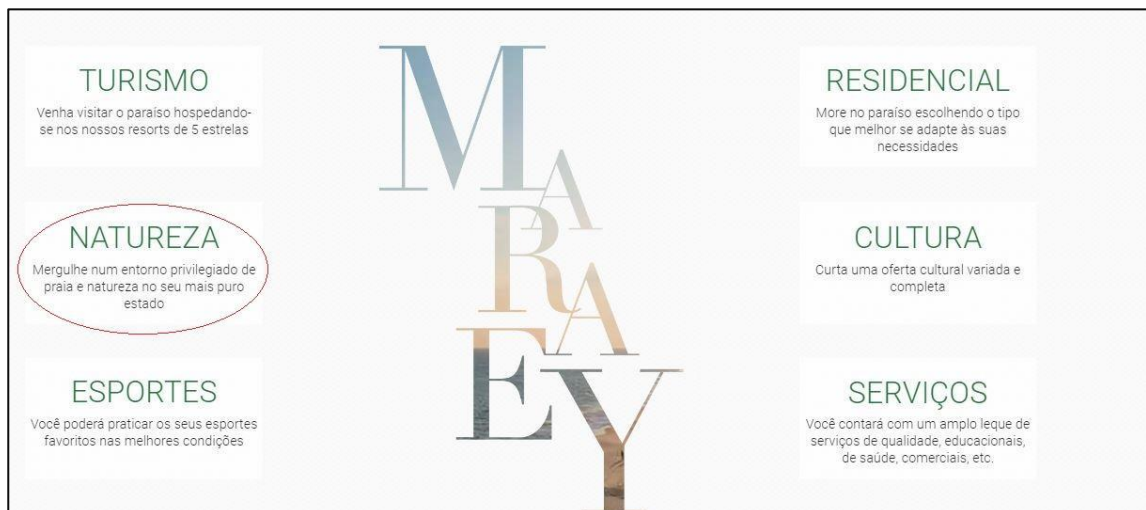
As expressões como “Natureza, desfrute do paraíso”, “Esportes, exercite-se no paraíso”, “Turismo, visite o paraíso” e “Residencial, more no paraíso” ilustram como as estratégias de marketing são aplicadas nos espaços concebidos pelo empreendimento, associados à ideia de “Paraíso”, cujo objetivo é despertar o interesse e a procura pelo empreendimento. Essas mensagens sedutoras transmitem uma imagem de felicidade, exclusividade, beleza e qualidade de vida, reforçando a percepção da natureza como recurso a ser desfrutado e comercializado. A utilização do conceito de “Paraíso” visa agregar valor comercial, provocando o desejo de

pertencer a um lugar paradisíaco, único e capaz de proporcionar uma experiência de vida distinta:

A oferta (venda) da natureza como elemento indispensável para a qualidade de vida, fato que tem promovido inúmeras campanhas publicitárias que não condizem com a realidade do que está sendo oferecido na mercadoria ofertada, em muitos casos não oferecem verdadeiramente nada do que pregam as propagandas. A apropriação da natureza é uma artificialidade do capital imobiliário para, a seu critério, construir o espaço urbano de forma a agregar a ele o maior valor comercial (MOTA, 2021, p. 33).

O projeto aborda a complexa interação entre o desenvolvimento imobiliário e a preservação da natureza, onde recursos naturais são transformados em ativos privados que aumentam o valor da propriedade. Isso ocorre ao integrar áreas verdes e características naturais como elementos centrais no mercado imobiliário, transformando-os em atrativos que valorizam e, simultaneamente, gerenciam esses recursos como verdadeiros espaços exclusivos. As mensagens promocionais do projeto (Figura 04) destacam a experiência única de viver, convidado compradores a desfrutar de um ambiente natural intocado. Ao enfatizar a localização à beira-mar e o estilo familiar do resort, essas narrativas reforçam a visão da natureza como um recurso privilegiado, posicionando o Maraey como um destino exclusivo e luxuoso.

Figura 04 – Apropriação da Natureza nas Mensagens publicitárias do Maraey



Fonte: MARAEY, o projeto. Elaboração própria, 2024.

Oliveira e Oliveira (2015) destacam que o marketing imobiliário tem um forte poder de persuasão ao criar a ilusão de que a felicidade pode ser encontrada em locais considerados “privilegiados” ou “paraísos naturais”. Lefebvre (1996, p.28) complementa essa ideia ao descrever o projeto dos promotores imobiliários como um espaço idealizado onde a vida cotidiana se transforma milagrosamente em um lugar de felicidade. Essa análise sublinha a capacidade do marketing imobiliário em construir narrativas envolventes que retratam os empreendimentos como garantias de felicidade:

Um imóvel que esteja localizado próximo à natureza, como se a felicidade não fosse, em verdade, um sentimento abstrato e subjetivo que, de tão complexa definição e entendimento não pode ser simplificada numa sentença rasa: imóvel + natureza + compra = FELICIDADE, ou em outras palavras: imóvel + suposta natureza (promessa de natureza) + compra = RESOLUÇÃO DE TODOS OS PROBLEMAS (OLIVEIRA & OLIVEIRA, 2015, p.17).

A oferta de benefícios como luxo, natureza e felicidade é predominantemente direcionada para as camadas mais privilegiadas da sociedade. “O verde, o “natural” são meios simbólicos de unir os que de alguma forma podem pagar” (MOTA, 2021, p. 22). A capacidade financeira dessa camada da sociedade proporciona vantagens na disputa por recursos urbanos, o que contribuiu para a manutenção das disparidades sociais. É importante destacar que, embora a propaganda do empreendimento tenha um amplo alcance, a aquisição do produto é direcionada a uma camada mais específica e financeiramente privilegiada:

(..) as áreas verdes preservadas e os grandes projetos paisagísticos tornaram-se importantes chamarizes dos empreendimentos imobiliários, especialmente aqueles focados no consumo das classes média alta e alta (JUNQUEIRA, 2010, p. 6).

A influência das estratégias de marketing na percepção pública e decisões é evidente na introdução de um novo padrão global de integração com a natureza nas cidades, exemplificado pela tendência de lançamentos imobiliários adotarem nomes em línguas estrangeiras, como no próprio empreendimento Maraey. Nomes como Kuaa Maraey Resort & *Branded Residences*, Maraey, a *Ritz-Carlton Reserve* & *The Residences* at Maraey, Maraey, a Ritz Carlton Reserve, JW Marriott at Maraey e Rock in Rio, *Autograph Collection Hotel*, se destacam nessa tendência. Essa prática não apenas busca um apelo internacional e associação com marcas globais, mas também indica uma redefinição da relação entre cidade e natureza. Isso não apenas abrange questões culturais. Mas também evidencia a intrincada interação entre urbanização, mercado imobiliário e a percepção contemporânea da natureza globalizada.

O projeto Maraey envolve a apropriação material da natureza através de intervenções significativas para o desenvolvimento imobiliário, justificado pelos responsáveis com base em benefícios econômicos, turísticos e na retórica da conservação, incluindo a preservação da Área de Preservação Ambiental e o estímulo ao turismo. Henrique acredita que:

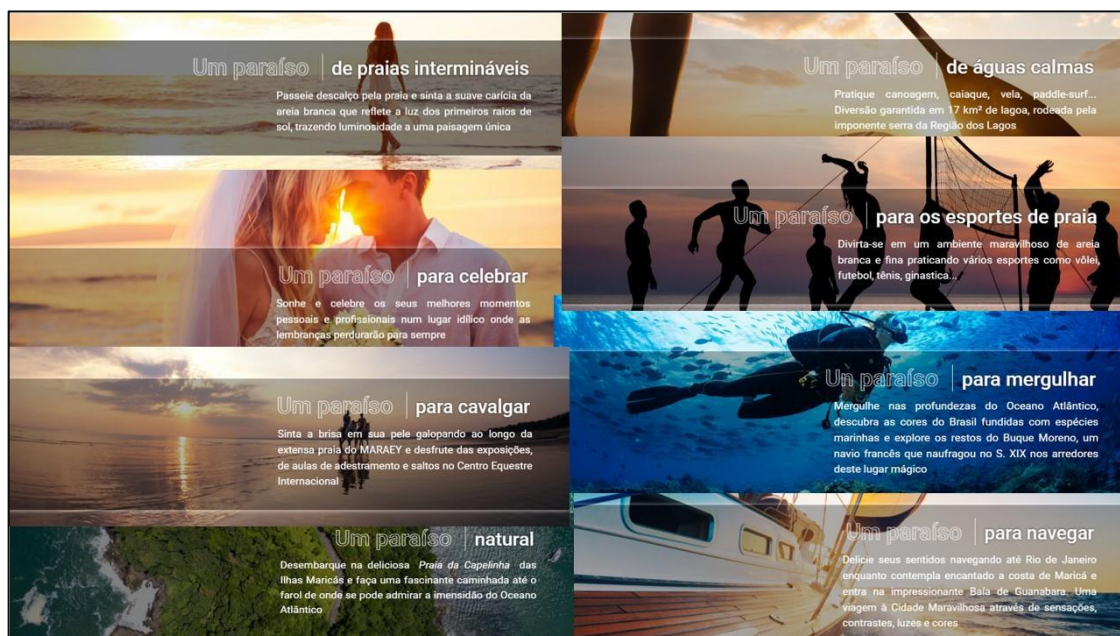
Apesar da perversidade desta forma de produção e apropriação do espaço, é cada vez mais comum observamos os poderes públicos incentivarem e viabilizarem sua difusão, pois estes empreendimentos teriam a força de promover o “desenvolvimento local” de áreas tradicionais, atrasadas e rurais. O que se constata é a imensa força dos agentes do capital imobiliário que comandam, a partir de ordens distantes, a produção de formas parcialmente ocupadas, mas que atuam concorrencialmente sobre um espaço até então produzido e usado sob outras ordens, mais solidárias e cooperativas (HENRIQUE, 2009, p. 160).

A distribuição estratégica de espaços concebidos para proporcionar um contato com a natureza é profundamente influenciada pelos investimentos, o que demonstra uma utilização desses locais como parte das estratégias para valorizar o capital. Essa dinâmica não é apenas uma relação simbólica com a natureza, mas na verdade, representa a integração desses espaços nas lógicas do capital. Mota diz que:

O comércio do “verde” pelo capital imobiliário é uma demonstração evidente de que ele produz o espaço urbano a seu bem querer, não encontrando elementos jurídicos e políticos que de fato possam atrapalhar a sua ação. E, assim, costumam elaborar planos de qualidade de vida e oferecê-los como a mais absoluta verdade (MOTA, 2021, p.17).

Assim, a integração desses espaços na lógica do capital revela como a visão romântica da natureza pode ser instrumentalizada para atrair investimentos e moldar a paisagem urbana contemporânea. Essa valorização estética e experiências sugestivas (Figura 05) não só enriquece a representação visual da natureza, intensificando o sentimento estético em relação ao ambiente natural, mas também influencia diretamente a maneira como esses espaços são percebidos e utilizados dentro das dinâmicas econômicas e culturais da sociedade moderna.

Figura 05 - Apropriação da natureza na representação visual projeto Maraey.



Fonte: MARAEY, o projeto. Elaboração própria, 2024.

A inserção da natureza no circuito do capital ocorre de diferentes maneiras, destacando duas em particular: 1) como imagem, paisagem ou símbolo; 2) como substrato físico que abriga e sustenta o empreendimento. As implicações do empreendimento nessas duas situações são distintas, resultando em mercadorias diversas. Em alguns casos, o impacto do empreendimento pode ser devastador para a paisagem, enquanto em outros nem sempre. Por vezes, a representação visual cria uma ideia enganosa do local, gerando uma espécie de “falso lugar”. As bolhas imobiliárias muitas vezes se alimentam de imagens e visões, e os efeitos nem sempre correspondem às expectativas dos investidores.

Essa abordagem simbólica representa uma conexão mais ampla com a natureza, incorporando elementos naturais como parte essencial da identidade e proposta de valor do Maraey. Assim, além da apropriação material, há uma estratégia consciente de incorporar o discurso da natureza como uma ferramenta poderosa para a valorização do projeto, alinhando-se com a tendência contemporânea de empreendimentos se tornarem protagonistas em “harmonia” com o meio ambiente. “A apropriação da natureza pelo capital imobiliário na produção do espaço urbano é, entre outros, mais um elemento, não deixando de destacar o uso do lugar, da paisagem, do acesso, da cultura e da geomorfologia” (MOTA, 2021, p. 24).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A urbanização redefine o significado das cidades, agora vistas como ativos valiosos no mercado global em busca de investimentos lucrativos. As metrópoles competem intensamente por investimentos lucrativos. As metrópoles competem intensamente por investidores que procuram infraestruturas modernas e condições favoráveis aos negócios. A APA de Maricá exemplifica esse fenômeno, atraindo investimentos imobiliários de alto padrão devido ao seu potencial natural. Esse processo não apenas transforma a cidade em uma mercadoria disputada, mas também evidencia a competição por espaços que ofereçam vantagens econômicas.

O projeto Maraey destaca-se ao integrar a paisagem natural diretamente ao empreendimento, não apenas esteticamente, mas também como ativo comercial valioso. A estratégia de marketing enfatiza um cenário paradisíaco, idealizando uma “fuga” da urbanização. No entanto, essa transformação levanta questões sobre a preservação efetiva e a sustentabilidade, especialmente se a integração da natureza é apenas uma fachada para atrair investidores.

No coração do projeto Maraey, duas formas distintas de apropriação se entrelaçam. De um lado, há uma apropriação material, com o uso pleno daquele substrato, daquela área e daquela UC como parte essencial do projeto. Por outro lado, há uma apropriação mais sutil e simbólica da natureza, usando-a como um ativo publicitário para promover o projeto. Isso se dá pela necessidade de adquirir ou estar em posse do terreno, mas usando a beleza natural da Região dos Lagos, de Maricá e da sua paisagem, como promoção do projeto.

No contexto capitalista, a natureza é cada vez mais vista como um recurso escasso e lucrativo. A urbanização não apenas explora essa “raridade”, mas também contribui para a segregação social, onde o acesso à natureza torna-se um privilégio para poucos. Em suma, enquanto projetos como Maraey prometem desenvolvimento e melhorias, a realidade mostra uma complexidade maior, onde o valor simbólico da natureza muitas vezes é substituído por uma narrativa de progresso e luxo. A questão crucial é se tais empreendimentos podem realmente equilibrar crescimento urbano com sustentabilidade, ou se acabam por priorizar o lucro em detrimento do ambiente e das comunidades locais.

6. REFERÊNCIAS

- ABREU, M. A Cidade, a Montanha e a Floresta. In ABREU, M. (org.). *Natureza e Sociedade no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, 1992, pp. 54-103.
- ALVES, Ana Claudia Nunes. Um lugar ao sol: paisagens em disputa na APA de Maricá/RJ. XX ENANPUR, 2023.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *A cidade*, 8 ed. São Paulo: Contexto, 2007.
- GONÇALVES, Jennifer Christie do Nascimento et al. Maricá: dilemas e tendências de uma cidade em crescimento. Dissertação (mestrado) – Universidade do estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Serviço Social. 2008.
- HARVEY, David. *Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana*. 2014.
- HENRIQUE, Wendel. O direito à natureza na cidade. Ideologias e práticas na História. 215 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências, Rio Claro, 2004.
- HENRIQUE, Wendel. *O direito à natureza na cidade*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- JUNQUEIRA, Antônio Hélio. Construções retóricas na publicidade imobiliária brasileira contemporânea: encantamento e cinismo frente às aspirações do morar bem. V ENEC, Encontro Nacional de Estudos do Consumo. I Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo, v. 15, p. 16-17, 2010.
- LEFEBVRE, Henri. A produção do espaço. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La production de l'espace*. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: início - fev.2006.
- LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ática, 1991. Tradução: Alcides João de Barros.
- LEFEBVRE, Henri. A produção do espaço. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La production de l'espace*. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: início - fev.2006
- LENCIONI, Sandra. Metropolização do espaço: processos e dinâmicas. In: FERREIRA, A; RUA, J.; MARAFON, G. J.; SILVA, A. C. P. (org.). *Metropolização do espaço: gestão territorial e relações urbano-rurais*. Rio de Janeiro, Consequência. 2013.
- MOTA, Antônio Andrade. *Ações do mercado imobiliário: produção do espaço, apropriação da natureza e legislação* / Antônio Andrade Mota. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.
- OLIVEIRA, Juliana Campos de; OLIVEIRA, Rafaela Campos de. A Apropriação da Natureza pelo Marketing Imobiliário em Salvador, Bahia, no Contexto de uma Sociedade de Risco Ambiental. *Revista de Direito Ambiental e Socioambientalismo*, v. 1, n. 1, p. 1-20, 2015.

ROCHA, Rita; BIENENSTEIN, Regina; SIQUEIRA, Washington Luiz Cardoso. Mobilidade urbana e dominância viária em cidades médias: influências do COMPERJ e AMRJ em maricá RJ-brasil. *Revista Geográfica de América Central*, v. 2, p. 1-15, 2011.

SANTOS, Milton. *Espaço e Método*. São Paulo: Nobel, 1985.

SWYNGEDOUW, Erik. A cidade como um híbrido: natureza, sociedade e “urbanização-cyborg”. In: ACSELRAD, Henri (org.). *A duração das cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas*. Rio de Janeiro: D, P & A, 2001.