

# Discursos sobre a Sustentabilidade no Turismo Aracajuano: reflexões para uma transformação social efetiva

Lucas Osório  
Acadêmico do Bacharelado em Turismo  
Universidade Federal de Sergipe (UFS)  
*E.mail:*lucas\_nadador@hotmail.com

## Resumo

Este estudo analisou diferentes discursos sobre sustentabilidade no turismo em Aracaju-SE, buscando entender as relações de poder envolvidas, a fim de compreender se estes discursos estão alinhados a uma transformação efetiva da sociedade ou se estão apenas reproduzindo o capitalismo e aplicando algumas técnicas de proteção do meio ambiente. Foi realizada uma pesquisa exploratória documental (em reportagens divulgadas pela mídia e em documentos oficiais) para recolher discursos dos setores público e privado, além do terceiro setor. A metodologia para compreensão dos dados foi a análise de discurso. Empreendeu-se também uma contextualização teórica e histórica para dar suporte a análise. Os resultados demonstraram que a maioria dos discursos sobre sustentabilidade, no contexto aracajuano, podem ser entendidos como reprodutores do capitalismo, o qual foi historicamente insustentável; ou seja, a maioria dos discursos sobre sustentabilidade não propõem uma transformação social efetiva.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Discursos. Turismo. Aracaju. Transformação Social.

## Introdução

Esse trabalho analisa discursos acerca da sustentabilidade no turismo em Aracaju. O tema fora escolhido, devido aos conflitos inerentes ao conceito e a necessidade de reflexão. Na atualidade, o uso do termo/expressão 'sustentabilidade' fora sendo utilizado em diversos âmbitos, transformando-o em ações, ferramentas, marketing, modelos, metodologias, dentre outros. Houve transformações através da própria mudança do modelo econômico capitalista (puro > socialmente responsável > sustentável > humano), onde, ao se desenvolver, toma para si uma nova perspectiva, a do capitalismo 'sustentável' e em seguida 'aperfeiçoa-se' para o capitalismo humanizado.

Swarbrooke (2000), afirma que quando fora proposto executar a teoria da sustentabilidade na prática, não se obteve sucesso. Isso se deu, porque há a tentativa de sistematizar, ou, enquadrar o turismo (surge como fenômeno, porém torna-se uma ferramenta de mercado para que possa ser consumida) em um processo metódico, tratado por etapas. Para Leff (2002), é complexo extrair os conceitos de sua concretude teórica e fazê-lo funcionar dentro de uma 'metodologia sistêmica'. Em relação a essas falhas, que são geradas nesse processo de sistematização, torna-se questionável, como e por que alguns dos gestores/empreendedores dos setores públicos, privados, ONG's no turismo, utilizam do discurso da sustentabilidade.

Desta forma, o objetivo geral do trabalho é analisar discursos sobre o tema da sustentabilidade no turismo tendo como parâmetro o município Aracaju-SE, a partir de casos na esfera pública, privada e não-governamental. Foi identificada a perspectiva dos gestores/empreendedores sobre a sustentabilidade a partir de seus discursos mapeados através de uma pesquisa exploratória documental (em reportagens divulgadas pela mídia e em documentos oficiais). A metodologia para compreensão dos dados foi a análise de discurso, que será explicada a seguir juntamente com uma contextualização teórica e histórica para dar suporte à análise. Após esta parte conceitual e contextual (item 2), será apresentada a análise dos discursos pesquisados (item 3).

## **Referencial teórico-metodológico e contextualização**

### 1. Para entender as tramas do discurso/poder

Este trabalho utilizou a metodologia da análise do discurso, com a obtenção dos dados através de reportagens e documentos encontrados em domínios virtuais (fontes secundárias) a partir de pesquisa exploratória. Pôde ser identificada os sentidos e significados que foram agregados ao conceito da sustentabilidade pelos diferentes atores sociais (setor público, privado e não-governamental).

Segundo Tomazzoni (2006, p.341): “a análise do discurso proporciona a interpretação de situações, fatos e fenômenos sociais que não estão evidentes, mas que estão inseridos subliminarmente no conteúdo da mensagem”. É através dessa interpretação, que há a busca por clareza sobre o intuito/interesse daqueles que usufruem da ferramenta do discurso como forma de legitimação e/ou (re)afirmação entre as relações de poder existentes na sociedade.

No que tange a sustentabilidade, há a necessidade de se questionar como se dá sua relação com a indústria/empresa, lucro e consumo. Na verdade, o questionamento mais plausível para essa relação é: *Sustentabilidade de quê e para quem?* Seguindo o modelo atual (modo de produção capitalista), que almeja o lucro como foco principal, sucateando/ignorando as condições de trabalho e a forma de obtenção dos recursos, a única coisa que se torna conservada ao decorrer do tempo é a (in)sustentabilidade de um padrão de produção usurpador. Neste sentido, analisando discurso e poder, colocam-se as questões: Como ser um (eco)capitalista ou um capitalista humanizado tendo como fator primário o lucro? A mudança para a sustentabilidade deve ser de um grau maior, uma transformação social efetiva ou isso

só passa de mais uma retórica do próprio capitalismo para se reinventar.

Coriolano (2005, p.54) afirma que “os discursos e as práticas políticas dos governos e dos grandes empresários diferem dos discursos das comunidades e dos pequenos empreendedores porque tem foco de interesses específicos – para os primeiros [...] é a ‘acumulação de capital’ que diferem dos outros, por terem o foco mais humanista”.

Entendendo o discurso desta maneira contextualizada, torna-se importante apresentar brevemente os contextos que se relacionam com os discursos de sustentabilidade. Tendo como ponto de partida histórico de grande relevância para esse trabalho a Revolução Industrial (1750) e a Revolução Francesa (1789), pois estas acarretam no surgimento do capitalismo, e, posteriormente do turismo moderno ocidental, até o surgimento do termo sustentabilidade.

## 2.O advento da sociedade capitalista

A Grã-Bretanha foi pioneira no processo de industrialização, sendo necessário verificar o seu contexto durante o século XVIII, onde a hegemonia vigente no elo clero-nobreza, estava em processo de decadência ao passo que os burgos foram tomando espaço no cenário britânico. O sistema de transporte e de comunicação vigente haviam prosperado devido ao avanço tecnológico e da expansão do império inglês em relação a seu mercado nacional/internacional (HOBBSAWM, 1962). Sem contar, que boa parte dos camponeses que ainda viviam no campo, foram sendo realocados para os centros urbanos. Somado a isso, o acúmulo de capital que a Grã-Bretanha havia adquirido durante suas expedições marítimas em seu período feudal. (HOBBSAWM, 1962)

De acordo com Hobsbawm *apud* Sardica (1993), a Grã-Bretanha havia se tornado uma nação de comerciantes, onde os próprios setores aristocráticos davam as boas-vindas a ética progressista do lucro. No período inicial desse processo revolucionário (1750 - 1801), Wrigley *apud* Sardica (1993) afirma que já em seu início, a Inglaterra já possuía o menor índice de população rural da Europa, com 1/3 da sua população em contrapartida dos 2/3 da média do continente. Os ex-trabalhadores rurais, acostumados ao trabalho servil onde obtinham como resultado de sua mão de obra o direito pela terra, tornam-se os novos trabalhadores nas indústrias de produção, passando de camponeses para proletários obtendo seu esforço convertido em dinheiro e, com esse dinheiro, tornavam-se consumidores. Vries *apud* Sardica (1993, p. 165), afirma que de acordo com a linha de pensamento marxista há "a reconversão das relações de propriedade e dos métodos de exploração" que "transformava os

camponeses por ela expropriados em contingentes de futuros operários industriais e de futuros compradores de produtos industriais".

Devido a desapropriação das terras, junto com a mudança de cenário e péssimas condições de trabalho, vão surgir os efeitos sociais gerados pelo processo de industrialização, como, por exemplo, o distanciamento entre a classe dominante econômica (burguesia) ante sua mão de obra, a classe operária. Junto ao processo de industrialização iniciou-se o processo de marginalização da classe de menor poder de consumo.

Foucault (p.24, 1979) declara que "homens dominam outros homens e é assim que nasce a diferença dos valores, classes dominam classes e é assim que nasce a ideia de liberdade". A Revolução Industrial gerou a desigualdade material entre as classes; a Revolução Francesa gerou o discurso de liberdade que foi usurpado pela burguesia e gerou a desigualdade simbólica que alimenta a desigualdade material (todos são livres, se alguém é pobre é porque não usou sua liberdade de forma a merecer riqueza). A Revolução Francesa se tornou burguesa. Foucault aprofunda a análise, em termos culturais e simbólicos, sobre o processo de desenvolvimento capitalista, afirmando que com ele emergiu o discurso de liberdade, que esteve associado ao discurso da burguesia: a liberdade significava liberdade de lucrar.

Engels apud Ribeiro; Azevedo; Farias (s/d. p.4) afirma que "a indústria não poderia existir sem a massa do operariado, sem a miséria que os rodeava e a servidão a que estes se obrigavam". Pois enquanto a pobreza e a miséria forem rentáveis no modelo atual, não sairemos do ponto em que chegamos. Nota-se que ainda hoje existe a disputa entre burguesia e proletário, o qual ainda é oprimido e posto em condições de trabalho precário. Também se nota que a marginalização é um efeito do sistema no qual se vive, enraizado desde a Revolução Industrial.

### 3. O turismo como atividade capitalista

No decorrer desses processos, tem início o Turismo Moderno, devido ao desenvolvimento dos meios de transportes e suas rodovias/ferrovias, junto com o crescente acúmulo de capital pela classe burguesa, bem como, o direito a férias conquistado pelos trabalhadores. Como personagem marcante e de grande respaldo no turismo, temos Thomas Cook, que de acordo com Ferreira (2007) fora a pessoa que gerenciou/organizou/agenciou pela primeira vez, viagens turísticas completas junto com transporte, acomodação e atividades na localidade em questão (Inglaterra) no ano de 1851. Ferreira (2007) afirma que no ano de 1869, Cook havia realizado o primeiro *tour* ao Oriente Médio, três anos depois inaugurou a primeira agência de

viagens no continente americano em Nova York, e, em 1878 levou 75 mil pessoas para visitar a Exposição Mundial de Paris. Tendo em 1892 a mais importante agência de viagens do mundo. O Turismo se torna um produto consumido em larga escala e de forma global.

Durante e após o século XIX, com o processo de uso das matérias primas na produção dos produtos industrializados em escala global, as mazelas passaram a ocorrer também no âmbito ambiental, além do social. O turismo também contribui nestes impactos.

Durante a década de 1920, após a Primeira Guerra Mundial, as marcas causadas na Europa de modo geral haviam repercutido pelo mundo todo. Crescia o número de veículos automotores (devido à produção em larga escala estabelecida pelo Fordismo) e com isso o deslocamento dos consumidores do turismo, onde nos interiores de seus países, devastados pela guerra, buscavam no litoral uma rota de escapatória e lazer. Crescia também o ramo hoteleiro, tendo somente diminuído sua produção junto a crise de 1929, fazendo com que a década seguinte fosse bastante difícil para o turismo de modo geral.

O conceito do turismo sai da explicação meramente econômica e adentra nas razões e necessidades pelo qual o turista busca a nova localidade, sem abordar ainda o fator comunidade. Como pode-se analisar pela conceituação de Arthur Bormann (1930, *apud* Ferreira 2007, p.31), afirmando que o turismo é “o conjunto de viagens que possuem como objetivo: o prazer, motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante os quais, é temporária sua ausência da residência habitual”. Ainda ressaltando que, ‘no entanto, as viagens realizadas para locomover-se ao local de trabalho não constituem em turismo’.

Inicia-se a década de 1940, com o decorrer da Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945), conhecida como a maior e pior de todas as guerras ocorridas no mundo, onde a maior parte (se não todo) dos investimentos dos países envolvidos era voltado para as indústrias bélicas, prejudicando de forma bastante intensiva o mercado/estudo à cerca do turismo.

Mesmo assim os autores desse período, conseguiram avançar na conceituação de turismo. Walter Hunziker e Kurt Krapf (1942, *apud* Ferreira 2007, p.31) explicam o turismo como “conjunto das inter-relações e dos fenômenos que se produzem como consequência das viagens e das estadas de forasteiros, sempre que delas não resultem um assentamento permanente nem que eles se vinculem a alguma atividade”.

Durante a década de 1970, o mundo encontrava-se no período da Guerra Fria, onde as nações tentavam captar/influenciar o maior número de aliados através de golpes de Estado, das mídias e das tecnologias em uso. Neste período a indústria cultural agiu de forma intensiva e massificadora junto à população, incentivando o consumo.

Junto a essa abordagem, nota-se então o processo de alienação do consumidor, gerando assim a “necessidade” do consumo e satisfação pelo mesmo. Tanto que Robert McIntosh (1977, *apud* Ferreira 2007, p.31), produz uma abordagem acerca do turismo a fim de se adaptar ao modelo vigente de consumo, definindo-o como “a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos”. Produzindo de forma massificada, são postos no cenário mundial diversos pacotes turísticos, com profissionais ainda não qualificados e com protagonismo de grandes empresas do ramo (e não do setor público ou da comunidade). Assim, o processo de impacto ambiental se multiplica ante a forma desordenada da execução turística (FERREIRA, 2007).

Paralelo ao aumento da cultura do consumo, durante este período, surgiram muitos movimentos sociais pelo mundo, sintetizados no “Maio de 1968”. Temas anteriormente polêmicos, proibidos e considerados desnecessários de serem debatidos e externados, são finalmente reconhecidos como importantes pela sociedade, através das reivindicações. Pode-se citar os movimentos contra a Guerra Fria e outras as guerras como Vietnã, movimento feminista, luta pelos direitos civis e pela igualdade racial e o movimento ambientalista. A preocupação com o meio ambiente pode ser caracterizada pelo livro “Primavera Silenciosa” (1962) de Rachel Carson e pela Reunião de Estocolmo, liderada pela Suécia ante a ONU, onde surge o conceito de sustentabilidade como o princípio de suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas.

O conceito de sustentabilidade surgirá também no Turismo. A partir do pensamento de Leff (2002, p.21), a aplicabilidade do termo tem como fator crucial a heterogeneidade das práticas produtivas, onde foram criadas "formas de percepção e técnicas específicas para a apropriação social da natureza e da transformação do meio" como sendo dependentes do meio ambiente e da estrutura social das diferentes culturas.

#### 4. A emergência dos discursos sobre sustentabilidade

São notáveis as semelhanças entre os padrões de produção e escoamento dos produtos durante a revolução industrial em relação as empresas/industrias existentes ainda no final do século XX. Ainda se caracteriza o meio ambiente como provedor da matéria prima e como fonte inesgotável de recursos. Ainda o objetivo maior é o lucro e por isso é incentivado o consumo em grande escala.

No entanto, em 1987 surgiu o relatório de Brundtland, onde o termo desenvolvimento sustentável é formalmente apresentado ao mundo, que de acordo com Leff (1999) se trata do

desenvolvimento que busca atender as necessidades daquelas pessoas existentes em uma localidade sem prejudicar/comprometer a possibilidade das suas futuras gerações consumirem/satisfazerem suas próprias necessidades. Em 1992, na Cúpula da Terra (popularmente conhecida como Eco-92) o conceito é debatido, criando ações concretas em 1995, durante a Agenda 21, que de acordo com Marcouniversal (s/d.), mais de 170 países se 'comprometeram' a cooperarem em prol de um mundo 'melhor', através de metas.

Entre as metas levantadas durante a Agenda 21, ONU (1995, p.78) cita por exemplo: "promover a formulação de programas de turismo ambientalmente saudáveis e culturalmente sensíveis"; "promover maior abrangência no uso e contribuições econômicas nas áreas florestais, incluindo o turismo ecológico". Junto a esses fatos, torna-se perceptível a variação do conceito no turismo. La Torre (1992, *apud* Barreto 1995), traz uma abordagem mais humanizada (menos mercantilizada), condizente da influência dos documentos criados durante esse período, porém sutilmente retoma o termo econômico em sua caracterização.

Outros autores também introduziram a perspectiva da sustentabilidade no turismo. Mas vale ressaltar, como afirma Leff (1999, p.123), que o discurso do desenvolvimento sustentável:

Não é homogêneo. Pelo contrário, expressa estratégias conflitantes que respondem a visões e interesses diferenciados. Suas propostas vão desde um neoliberalismo econômico, até a construção de uma nova racionalidade produtiva.

É neste sentido, partindo da não homogeneidade do discurso sobre sustentabilidade, que serão analisados os discursos sobre sustentabilidade no turismo em Sergipe. Conforme aponta o autor citado, o discurso de sustentabilidade pode ser utilizado a partir do neoliberalismo (para manter o capitalismo) ou a partir de uma nova racionalidade (para transformar a sociedade). A seguir serão melhor definidas estas duas perspectivas do discurso de sustentabilidade.

Esta análise discursiva serve, inclusive, para que as pessoas entendam melhor suas posições sobre sustentabilidade. Já que com o crescimento dos problemas ambientais e seus efeitos, também tende a crescer a preocupação da sociedade com o tema. Junto com os resultados anteriores, a 'onda eco' populariza-se durante o século XXI, tanto na perspectiva de sensibilidade, debates, políticas, ações, academia, quanto mercadológica. A ecologia de maneira geral, vem sendo utilizada como produto de mercado, onde Zizek (s/d.) diz que "apesar da infinita adaptabilidade do capitalismo, que no caso de uma catástrofe ecológica ou uma crise, pode facilmente transformar a ecologia em um novo campo de investimentos e competições do capitalismo", deve-se tratar com cautela os discursos que venham a usar dessa bandeira como padrão ideológico.

Em relação ao turismo ante a 'onda verde', durante o ano de 2002, fora realizada a Cúpula Mundial de Ecoturismo no Canadá contando com 130 países, onde abordaram o 'tripé' da sustentabilidade, sendo esses o lado econômico, social e ambiental (SALVATI, 2002). Com a indústria 'eco' desenvolvendo-se, novos produtos e culturas foram sendo criadas, tendo como resultado hoje, uma alienação em torno do termo 'sustentabilidade'. Até quando as tentativas foram feitas de forma literal, os resultados foram limitados. Ou seja, sabe-se o que querem, somente não sabem como chegar naquilo que se almeja.

Em 2012, Brundtland fora entrevistada e questionada pela Folha de São Paulo, sobre o uso da terminologia sustentabilidade, a mesma afirma que há uma boa parte de empresas que usam do *greenwash* (empresa verde) para se promover e ganhar mercado consumidor. Segundo a pesquisadora: “você precisa olhar cada empresa para saber se ela está adotando a sustentabilidade ou a responsabilidade social corporativa. Palavras sempre podem ser mal usadas”. (Brundtland apud Folha de São Paulo, 2012).

Neste sentido, pode-se afirmar que há um uso do termo sustentabilidade apenas para manter o capitalismo. Mas há também o uso para uma transformação efetiva. Como destaca Mészáros (2013) as crises que ocorrem no capitalismo atualmente, junto com os protestos ao redor do mundo, tornam visível o problema estrutural vigente deste sistema, que urge por uma mudança social efetiva.

#### 4.1. Discursos transformadores

As mudanças sociais profundas no capitalismo vêm adquirindo forma e voz, durante as últimas décadas. Korten (2010) comenta sobre o poder corporativo atuando de forma 'imperialista', consumindo os recursos globais através de violência e explorações das mais diversas formas desde os primórdios de sua criação. Se tornando necessário uma nova ótica e abordagem radical sobre o modelo econômico vigente, quase que de forma antagônica ao padrão existente. Hill (2015) expõe a necessidade de se mudar o todo devido as estruturas ainda serem arcaicas, onde os detentores do poder tendem a influenciar o caminho correto a ser seguido, segundo as suas próprias necessidades.

A sustentabilidade hoje, torna-se popular entre as corporações, mídia e governo porque,

ela se encaixa perfeitamente em seus objetivos. Mantêm o poder e o crescimento. Faz de você um bom rapaz. Faz com que as pessoas acreditem que elas têm poder quando na verdade não têm. Diz a todos para se manterem calmos e seguirem comprando. Controla a linguagem que é usada para debater as questões. Ao criar e reforçar a crença de que votar em pequenas mudanças e comprar mais coisas irá resolver todos os problemas, aqueles que estão no poder têm uma estratégia altamente efetiva para manter o crescimento econômico e a democracia controlada pelas corporações



(HILLS, 2015, s/p.).

Havendo esse controle da linguagem e a necessidade da execução dos objetivos estabelecidos, cada corporação, mídia e/ou governo adequará a sustentabilidade em seu discurso e ação com o intuito de moldá-la de acordo com suas respectivas necessidades. Criando assim uma pluralidade conceitual referente a sustentabilidade de modo geral. Cabe ressaltar que este texto de Hill está associado ao movimento Deep Green Resistance que tem como uma das bandeiras “Pela Reconexão com a Vida. Pela destruição da Sociedade Industrial”.

Assim como o movimento citado há outros espalhados pelo mundo que buscam uma transformação efetiva para a proteção do planeta, do meio ambiente e dos seres humanos. No Turismo, pode-se citar os movimentos pelo Turismo de Base Comunitária, pelo Turismo Alternativo e Solidário.

#### 4.2. Discursos reprodutores

Em oposição aos discursos sobre sustentabilidade que buscam uma profunda e efetiva transformação na sociedade, há discursos que usam a retórica da sustentabilidade como uma ferramenta de marketing ou apenas para adequar em certa medida sua produção (com algumas técnicas de proteção ao meio ambiente), mas sem transformar as estruturas que geraram os problemas ambientais. A charge a seguir sintetiza a crítica feita pelos discursos transformadores aos discursos reprodutores.

Figura 01 – Charge referente as ‘faces’ do capitalismo.



Autor da Charge: Adriano (2014).

Como a própria charge tenta demonstrar, para os transformadores não há como ser um (eco)capitalista ou um capitalista humanizado sem ter como fator primário o lucro (essência do capitalismo). Para os transformadores ou a mudança é de um grau maior, ou isso só passa de mais uma retórica do próprio capitalismo para se reinventar. Já para os reprodutores,

algumas adequações são suficientes para se tornar sustentável. No caso do Turismo, poderão ser vistos muitos hotéis que utilizam o discurso de proteção do meio ambiente para, por exemplo, solicitar aos hóspedes que as toalhas não sejam lavadas todos os dias, assim, se cria uma boa imagem e se economiza.

## **Análise de discursos sobre sustentabilidade no turismo de Sergipe**

Após a indispensável discussão teórica e histórica, bem como, o mapeamento sobre a emergência do conceito de sustentabilidade e suas diferentes perspectivas, parte-se para a parte empírica do artigo. Aqui serão analisados discursos sobre o tema da sustentabilidade no turismo em Sergipe, sobretudo na capital Aracaju, a partir de casos na esfera pública, privada e não-governamental. Os discursos foram recolhidos através de uma pesquisa exploratória em reportagens divulgadas pela mídia e em documentos oficiais (on-line). Destaca-se que este é apenas um recorte, e que uma análise de um número maior de discursos foi realizada no Trabalho de Conclusão de Curso do autor sobre o mesmo tema.

### 1. Discursos do setor privado

Em 2012, o site *gl.globo.com* publicou uma matéria sobre um hotel em Aracaju tendo o seu título expresso da seguinte forma: *Hotel em Sergipe aposta na sustentabilidade para atrair turistas*. O subtítulo: “Local usa energia solar e pretende aproveitar a água da chuva. Empresário investiu R\$ 500 mil para montar pousada”. Já no título da matéria, junto ao seu subtítulo, identifica-se na reportagem a percepção isolada e específica acerca da sustentabilidade, caracterizando-a inicialmente como uma ferramenta de marketing para a empresa e/ou uma possível ferramenta para captação de renda, através da afirmação ‘aposta na sustentabilidade para atrair turistas’, como se o motivo pelo qual houve o investimento na denominada ‘sustentabilidade’ no estabelecimento é para que atraia turistas para aquele empreendimento somente.

Fora o título, logo em seguida, o escritor da matéria pontua a energia solar e a reutilização da água da chuva como pontos referenciais à essa suposta sustentabilidade. Além de expressar quantitativamente um valor de investimento de 500 mil reais para justificar o intuito / comprometimento que o empreendedor em questão possui com a causa referida.

Além dessa afirmação, no corpo da matéria há o seguinte trecho: *Empresas da rede hoteleira*

*apostam num diferencial para manter e conservar este cenário, e atrair ainda mais clientes: a sustentabilidade.* Nota-se que a ‘atração’ ainda faz parte do enfoque do discurso do escritor da matéria, como se a ‘sustentabilidade’ fosse mais uma ferramenta de marketing a fim de ‘conservar’ um cenário, supostamente lucrativo, para os empreendedores, aumentando sua demanda devido a esse fetiche existente em torno da sustentabilidade.

Após o comentário do escritor da matéria, uma representante do SEBRAE de Aracaju/SE, afirma que o mesmo *‘sempre está trabalhando com a parte de ações específicas sobre a parte de sustentabilidade. Energias renováveis, a parte de aquecimento solar para poder preservar a natureza’*. Dos pontos levantados pela reportagem, é notável que o maior fator em destaque é a redução de gastos (placas solares reduzindo o valor final da taxa de energia, caixas de água inteligentes, reduzindo a taxa final da conta de água) sendo ressaltada como forma de preservação da natureza.

Visto que preservar é diferente de conservar em seus conceitos, onde claramente a representante do SEBRAE deve ter se equivocado ao usar o termo preservar, visto que ela está consumindo aqueles produtos/serviços advindos da própria assim denominada ‘natureza’. Onde conservar é quando há a utilização dos recursos existentes, porém de forma que reduza o máximo possível os impactos causados no processo de extração; enquanto preservar é quando não há de forma alguma o uso dos recursos a fim de prolongar a existência daquilo em questão.

Além da representante do SEBRAE Aracaju e do escritor da matéria, o empresário dono do estabelecimento comenta sobre sua consciência ambiental expondo-a da seguinte forma: *‘Serviço de qualidade é um ponto crucial pra nós, mas a gente tem que aliar também a uma política sustentável’*. Ainda afirmando que, *‘você reduz custo e muitos clientes sentem-se satisfeitos, [ao ver] você aplicando uma política dessas na empresa’*.

Este exemplo expressa o que foi encontrado na pesquisa maior do Trabalho de Conclusão de Curso: que o setor privado utiliza a sustentabilidade a partir da perspectiva de reproduzir o capitalismo.

## 2. Discursos do setor público

No ano de 2013, o site *institutomarcelodeda.com.br* publicou a seguinte matéria: *Sustentabilidade é tema de debate na Semana do Turismo em Sergipe*, debate esse ocorrido no Instituto Federal de Sergipe (IFS) com o tema “Turismo e Água, proteger o nosso futuro comum”. O tema abordado durante o debate na semana do Turismo em Sergipe trata-se

claramente ser sobre a gestão / manutenção dos recursos hídricos existentes, ainda utilizando como base somente um dos tripés, da sustentabilidade (o meio ambiente e seus recursos).

Entre os entrevistados, o então na época, secretário adjunto da SETUR fez a seguinte afirmação, *‘há muito tempo se deixou de pensar no turismo apenas como uma atividade de deslocamento e passou-se a discutir os impactos resultantes da atividade turística, como temos feito nos últimos anos’*. Da forma como é levantado, dá-se a entender que esses impactos tratados, nada mais são do que aqueles que são perceptíveis visualmente, quando afirma *‘como temos feito nos últimos anos’* caracterizando a sustentabilidade em tema, como recursos naturais somente.

O mesmo, ainda ressaltou a importância desse evento devido à necessidade da percepção sobre o tema para os alunos em formação acadêmica com a seguinte frase sobre o meio ambiente, que este é *‘uma matéria prima para o turismo, então eu tenho certeza de que ações como a de hoje são de extrema importância para alargar a percepção dos estudantes e também de gestores que trabalham com o turismo’*. Quando há uma afirmação como esta, onde caracteriza o meio ambiente como matéria prima e não como parte integrada do processo, entende-se que por ser matéria prima, torna-se justificável o consumo da mesma na transformação de um produto ‘final’, estando em questão, não o consumo em si da ‘suposta’ matéria prima, mas sim a forma de consumo. Padrão de consumo esse, que se adapta àquilo que está sendo exigido, permanecendo com suas estruturas e essências idênticas, que consequentemente tenderá no futuro a um erro ou problema da mesma espécie.

O caso do setor público ilustra a confusão entre as percepções de sustentabilidade. O conceito aparece como manutenção do meio ambiente para sua própria exploração, como no caso dos discursos reprodutores. No entanto, o enfoque não é tão claramente mercadológico, pois há uma preocupação mais geral com os impactos negativos do turismo.

### 3. Discursos do terceiro setor

Já a ONG Canto Vivo, especializada no âmbito ambiental em Sergipe possui em seu domínio virtual às seguintes informações acerca da sustentabilidade; *‘O movimento se propaga, a ideologia se espalha, a mudança começa de dentro para fora. A educação e a conscientização ambiental cultivam a nova maneira de atuar de forma sustentável.’* Possuindo como missão, *‘Semear [...] uma forma revolucionária de pensar o meio ambiente, associando-o a qualidade de vida e inclusão social, mediante a realização de projetos educacionais e ambientais voltados para a preservação vegetal de forma sustentável e*

*participativa*’. Aparentemente houve o entrelaçamento dos conceitos da educação e proteção ambiental ante a sustentabilidade, notável pela característica de ONG, não houve sequer menção ao lado financeiro, nesta parte.

A parte mais curiosa de todo o site dessa ONG, é a aba denominada de COMPROMISSO, que possui o seguinte título, ‘Equilíbrio Justo’ seguindo pelo texto ‘*Precisamos de sua ajuda para obter um equilíbrio entre natureza e atividades industriais. Somos 100% voluntários, sem lucros, e com muito potencial para investir em mais ações, projetos e iniciativas ambientais. Tenha um relatório de sustentabilidade em sua empresa e seja uma companhia verde, da nova geração*’. Como dito no corpo do texto, por serem voluntários e ‘sem’ lucros, a mesma se prontifica a produzir um relatório de sustentabilidade para as empresas que desejarem entrar em contato com o grupo. Ou seja, de certa forma estão servindo as empresas que visam obter lucros. Neste ponto percebe-se que a proposta não é uma transformação radical que busque superar o modo de produção capitalista industrial, sendo um discurso próximo ao reprodutor.

Próximo a essa aba, há a seguinte ‘Ecoloja’ com a seguinte denominação, ‘*Nossos produtos artesanais são produzidos pelo próprio Instituto Canto Vivo no intuito de reverter os lucros em projetos de reflorestamento e educação ambiental. Mais do que adquirir belos itens, você estará coletando uma semente, plantando uma árvore, contribuindo com o meio ambiente*’. É notável, a engenharia social existente nesse discurso, onde através da agregação de valor e da pressão moral existente quando o mesmo afirma ‘mais do que adquirir [...] você estará coletando [...] contribuindo com o meio ambiente’ tática essa totalmente apelativa.

Ou seja, a ONG analisada também busca utilizar a sustentabilidade como ferramenta de *marketing* para o consumo. Assim, pode-se perceber que até mesmo uma ONG mantém um discurso muito próximo ao reprodutor do capitalismo.

### **Considerações finais**

Esse trabalho buscou contribuir, academicamente e socialmente, através do alerta e da sensibilização que pretendeu provocar, a partir de uma análise crítica, acerca das discussões que envolvam a temática da sustentabilidade. Empreendendo uma discussão teórica e histórica, bem como, mapeando os diferentes discursos sobre sustentabilidade, pretendeu-se identificar (quando possível) os jogos de poderes no âmbito político/social/econômico, evitando a naturalização dos discursos e a crença pouco crítica nos mesmos.

Os resultados demonstraram que a maioria dos discursos sobre sustentabilidade, no contexto

aracajuano, podem ser entendidos como reprodutores do capitalismo, o qual foi historicamente insustentável. Ou seja, a maioria dos discursos sobre sustentabilidade não propõem uma transformação social efetiva, apenas utilizam a sustentabilidade como ferramenta de *marketing* ou associada a manutenção da produção capitalista e do consumo.

Esta análise não tem o intuito de negar o que existe nos dias atuais acerca da sustentabilidade, mas sim de questionar o porquê do discurso da sustentabilidade ser utilizado em alguns contextos (em empresas capitalistas como hotéis, por exemplo). Expondo, assim, de forma mais ampla, as amarras (as relações de poder) que se escondem nos discursos.

De maneira geral, esse trabalho possuiu como intuito social contribuir como ferramenta de discussão para aqueles que queiram pesquisar a temática ou atuar socialmente de forma efetiva em defesa da sustentabilidade. O olhar crítico que demonstrou neste estudo que a maioria dos discursos de sustentabilidade, na verdade, são apenas retóricas de manutenção do capitalismo, não pretende esvaziar a busca pela sustentabilidade. Ao contrário, como afirmou Slavoj Žižek em uma manifestação na Wall Street (frase que se difundiu pelas redes sociais): *“Dizem que somos sonhadores, mas os verdadeiros sonhadores são aqueles que pensam que as coisas podem continuar indefinidamente da mesma forma”*.

## Referências

BARRETTO, M. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. Epistemologia da análise do discurso no turismo. In **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5 n.2. 2005. Encontrado em: <<https://bay173.mail.live.com/mail/ViewOfficePreview.aspx?messageid=mgoHld8Ryb5BGmxAAiZMIDPA2&folderid=flinbox&attindex=0&cp=-1&attdepth=0&n=17946277>> Visitado em: 08/02/2015.

FERREIRA, Victor Henrique Moreira. **Teoria Geral do Turismo**: livro didático. Ed. 2. Palhoça: UnisulVirtual, 2007. Encontrado em: <[http://busca.unisul.br/pdf/88287\\_Victor.pdf](http://busca.unisul.br/pdf/88287_Victor.pdf)>. Visitado em: 19/11/2014

FOLHA DE SÃO PAULO. Ecodebate. Rio+20: Existe um abuso do conceito de ‘sustentabilidade’, entrevista com Gro Harlem Brundtland. 2012. Disponível Em <http://www.ecodebate.com.br/2012/03/23/rio20-existe-um-abuso-do-conceito-de-sustentabilidade-entrevista-com-gro-harlem-brundtland/> Acessado Em 11/10/2014.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**; Organização e tradução de Roberto Machado; Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

G1.GLOBO. **Hotel em Sergipe aposta na sustentabilidade para atrair turistas**. Encontrado em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2012/12/hotel-em-sergipe-aposta-na-sustentabilidade-para-atrair-turistas.html>> Visitado em 07/01/2015.

HILL, Kim. A Sustentabilidade Está Destruindo A Terra *In Sobre as Ruínas da Civilização*. (tradução de Carlos Texeira). 2015 (s/p.) Encontrado em: <<http://sobreasruinasdacivilizacao.blogspot.com.br/2015/04/a-sustentabilidade-esta-destruindo.html>> Visitado em: 25/05/2015.

HOBBSAWM, E. J. **The Age of Revolution, 1789 – 1898**. London; Weidenfeld & Nicolson. 1962. Encontrado em: <<https://libcom.org/files/Eric%20Hobsbawm%20-%20Age%20Of%20Revolution%201789%20-1848.pdf>> Visitado em: 10/02/15.

KORTEN, David C. **A grande virada: do império global à comunidade da Terra** / David C. Korten ; tradução, Pedro da Costa Novaes, Bruno Costa. São Paulo, 2010.

LEFF, Enrique. **Epistemologia ambiental**. 02ed. - São Paulo; Cortez, 2002.

LEFF, Enrique. Educação ambiental e desenvolvimento sustentável. In: REIGOTA, M. (Org.) **Verde Cotidiano, o meio ambiente em discussão**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999 (pg. 111 – 129).

MARCOUNIVERSAL. **RELATÓRIO BRUNDTLAND “NOSSO FUTURO COMUM”** – definição e princípios. (S/d.), Encontrado em: <<http://www.marcouniversal.com.br/upload/RELATORIOBRUNDTLAND.pdf>>. 21/12/2014.

MÉSZÁROS, István. **O capitalismo hoje promove uma produção destrutiva**. Entrevistado por Eleonora de Lucena - Folha de São Paulo. 2013. Encontrado em: <[http://pcb.org.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6974%3Aaqo-capitalismo-hoje-promove-uma-producao-destrutivaq&catid=43%3Aimperialismo](http://pcb.org.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6974%3Aaqo-capitalismo-hoje-promove-uma-producao-destrutivaq&catid=43%3Aimperialismo)>.

MIRANDA, Fernando Silveira Melo Plentz. A Mudança do Paradigma Econômico, a Revolução Industrial e a Positivização do Direito do Trabalho *In Revista Virtual Direito Brasil*.

Vol. 06 n.01. 2012. Encontrado em: <<http://www.direitobrasil.adv.br/arquivospdf/revista/revistav61/artigos/fer.pdf>>.

ONU. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. 1992, Rio de Janeiro. *In Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias: Agenda 21*. 1995, Brasília. Encontrado em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>>.

REDACÃO, Ecodebate. **Rio+20: Existe um abuso do conceito de ‘sustentabilidade’, entrevista com Gro Harlem Brundtland**. 2012. Encontrado em: <<http://www.ecodebate.com.br/2012/03/23/rio20-existe-um-abuso-do-conceito-de-sustentabilidade-entrevista-com-gro-harlem-brundtland/>>.

RIBEIRO, Hilton; AZEVEDO, Victor Romero de; FARIAS, Victor Hugo. **A Miséria da Classe Operária Inglesa (1830 - 1840)**. S/d. Encontrado em: <<http://www.historia.uff.br/nec/sites/default/files/victorazevedovictorfariashiltonclop.pdf>>

SALVATI, Sergio Salazar. Ecoturismo: Cúpula Mundial define as diretrizes mundiais. 2002. Encontrado em: <<http://ecoviagem.uol.com.br/fique-por-dentro/artigos/turismo/ecoturismo-cupula-mundial-define-as-diretrizes-mundiais-170.asp>> Visitado em: 01/02/2015.

SARDICA, José Miguel. Eric Hobsbawm e os Factores de Génese da Revolução Industrial Inglesa. *In Cooperativa Penélope: Fazer e Desfazer a História*. Edições Cosmos, n.12; 01ed. 1993. Encontrado em [http://www.penelope.ics.ul.pt/indices/penelope\\_12/12\\_16\\_JSardica.pdf](http://www.penelope.ics.ul.pt/indices/penelope_12/12_16_JSardica.pdf).

SECOM GOVSE. **Sustentabilidade é tema de debate na Semana do Turismo em Sergipe**. Encontrado em: <http://www.institutomarcelodeda.com.br/sustentabilidade-e-tema-de-debate-na-semana-do-turismo-em-sergipe/> Visitado no dia: 08/01/2015.

SILVA, Daniel Ribeiro da. Adorno e a Indústria Cultural. *In Revista Urutagua*. Ano 01, n.04. Maringá-PR. 2002. Encontrado em: [http://www.urutagua.uem.br/04fil\\_silva.html](http://www.urutagua.uem.br/04fil_silva.html).

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: Setor público e cenários geográficos**. vol. 3. São Paulo: Aleph, 2000.

TOMAZZONI, Edegar Luis. Análise do discurso turístico da serra gaúcha. In: **Em Questão**, Porto Alegre, v.12, n.2; p.339 – 365, jun/dez. 2006.

TORRE, De La. El turismo: fenómeno social. México, Fondo de Cultura Económica, 1992. *In BARRETTO*, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 8ª ed. Campinas: Papirus, 1995.

ZIZEK, Slavoj. **Censorship Today: Violence, or Ecology as a New Opium for the Masses** part 1. (S/d.). Encontrado em: <http://www.lacan.com/zizecology1.html>.