

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

MYRLLA MACIEL DE MELO

**A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA NA IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES
AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS POR PARTE DOS HOTÉIS DA ORLA
DE SÃO LUÍS**

São Luís

2013

MYRLLA MACIEL DE MELO

**A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA NA IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES
AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS POR PARTE DOS HOTÉIS DA ORLA
DE SÃO LUÍS**

Monografia apresentado ao curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão - UFMA, para
obtenção do grau de bacharel em turismo.

Orientador: Prof. Ms. David Leonardo Bouças da
Silva.

São Luís
2013

Melo, Myrlla Maciel de

A importância da ética na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos hotéis da orla de São Luís/ Myrlla Maciel de Melo. __2013.

101 f.

Impresso por computador (Fotocópia)

Orientador: David Leonardo B. da Silva.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Turismo, 2013.

1. Gestão ambiental hoteleira 2. Sustentabilidade ambiental 3. Marketing 4. Ética I. Título.

CDU 640.41: 502.13 (812.1)

MYRLLA MACIEL DE MELO

**A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA NA IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES
AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS POR PARTE DOS HOTÉIS DA ORLA
DE SÃO LUÍS.**

Monografia apresentado ao curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão, para obtenção
do grau de bacharel em turismo.

Orientador: Prof. Ms. David Leonardo Bouças da
Silva.

Aprovado em: __/__/____

Prof. David Leonardo Bouças da Silva(Orientador)

Mestre em Desenvolvimento Sustentável

Avaliador 1

Avaliador 2

A Deus, por ser meu refúgio seguro.
Aos meus pais pela dedicação desmedida
em função de um futuro cada vez melhor
para mim e para minhas irmãs.

AGRADECIMENTOS

A Deus, de onde vem minha alegria, minha paz, de onde vem inspiração para sempre prosseguir, e pra quem dedico minha juventude. São dEle todas as minhas vitórias até aqui e as que ainda virão.

Aos meus pais Carlos Galvão e Maria Luzinete pela criação que me foi proporcionada, pelo amor e pelas abdições pessoais em função do meu progresso e de minhas irmãs.

As minhas irmãs pelos exemplos deixados pra mim.

Um agradecimento especial ao meu orientador prof^o David Bouças por ter me aceitado como orientanda. Pelo acompanhamento, pela paciência, pelo incentivo, por humildemente compartilhar tanto conhecimento e por ser exemplo de professor e de profissional a ser seguido por seus alunos e colegas de profissão.

A prof^a Thaís Moraes por nortear meus estudos para a elaboração da monografia e por ampliar minha visão a respeito de tudo que me cerca.

A professora Marilene Sabino pelos conselhos amigáveis e valiosos durante minha vida acadêmica.

A prof^a Rosélis Câmara pela introdução nos estudos sobre meio ambiente.

A Mauro Damasceno pelo companheirismo e incentivo para elaboração deste trabalho.

A todos os demais professores do curso de turismo, letras, hotelaria, psicologia, ciências contábeis, administração, e filosofia, que, cada um a seu modo, incontestavelmente contribuiu para minha formação acadêmica.

Aos meus amigos em geral por me incentivarem na busca pela realização de meus sonhos e pelo apoio em momentos difíceis.

Aos colegas de curso que através do voto, confiaram a mim, a presidência da Empresa Junior Labotur, me proporcionando experiência profissional e aprendizado geral sobre a vida.

Aos colegas de trabalho na gestão 2008-2009 da E. J. de turismo Labotur que contribuíram positivamente para o progresso viável na gestão da época: Stéphanie Cristine, Neziney Simões, Maysa Azevedo, Paulo Victor, Cíntia Raquel, Camila Beatrice, Karla Polyanna, Nayara, estagiários e colaboradores.

Á amiga de fé a jornada cristã Caroline Serra pela ajuda e amizade.

“A abordagem da questão ética no turismo reflete a crise ética do desenvolvimento das sociedades humanas.”

(Marta de Azevedo Irving.)

RESUMO

Este estudo, inicia-se a partir de pesquisa bibliográfica, examinando temas como: turismo, sustentabilidade ambiental, estudo sobre moral e ética, gestão ambiental e marketing, com o propósito de melhor instruir a construção de subsídios referente aos objetivos específicos deste trabalho, os quais são: realizar estudo conceitual sobre sustentabilidade ambiental, marketing e ética, pesquisar hotéis da orla de São Luís, afim de identificar suas preocupações em exercer ações sustentáveis no aspecto ambiental, e sugerir ações para os hotéis da área estudada, que se direcionem ao comportamento ético dos gestores dos mesmos com relação à realização de atividades ambientalmente sustentáveis. O objetivo prioritário da presente pesquisa é estudar a importância da ética na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos hotéis da orla de São Luís. A metodologia utilizada fundamentou-se em pesquisa documental de fontes primárias e secundárias sobre turismo, história, economia e filosofia, e em trabalho de campo, através do qual foi possível verificar a realidade correspondente à interação dos hotéis com o meio ambiente, assim como, quais os motivos predominantes dos gestores hoteleiros quanto ao desenvolvimento de ações sustentáveis. A técnica de investigação baseou-se em uma amostragem qualitativa, utilizando aplicação de questionário em oito hotéis alocados na área de estudo, contendo perguntas abertas e fechadas. A análise dos dados permitiu a verificação de uma realidade de interação desarmônica entre os referidos hotéis e o meio ambiente, identificando divergências entre os interesses prioritários dos gestores quanto ao desenvolvimentos de ações de preocupação ambiental e os valores morais necessários para a orientação de um comportamento eticamente correto frente às questões ambientais.

Palavras-chave: Sustentabilidade Ambiental, Gestão ambiental hoteleira, Marketing, ética.

ABSTRACT

This study starts from literature, examining topics such as tourism, environmental sustainability study on morals and ethics, environmental management and marketing, in order to better educate the construction of subsidies related to the specific objectives of this study, the which are: to perform conceptual study on environmental sustainability, ethics and marketing, research hotels the edge of St. Louis, in order to identify their concerns to exert actions on sustainable environmental aspect, and suggest actions for the hotels in the area studied, which is to target the ethical behavior of managers of the same with respect to performing environmentally sustainable activities. The primary objective of this research is to study the importance of ethic in the implementation of environmentally sustainable actions on the part of the waterfront hotels in São Luís. The methodology is based on desk research of primary and secondary sources on tourism, history, economics, philosophy and in field work, through which it was possible to verify the reality corresponding to the interaction of the hotels with the environment, as well as the motives of the predominant hoteliers as the development of sustainable actions. The technical research was based on a qualitative sampling, using a questionnaire in eight hotels allocated in the study area, containing open and closed questions. The data analysis allowed for a reality check disharmonious interaction between these hotels and the environment, by identifying divergences between the interests of managers regarding the priority development of stocks of environmental concern and moral values necessary for the guidance of ethically correct behavior face the environmental issues.

Keywords: Environmental Sustainability, Environmental Management hospitality, marketing, ethics.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Resultado mais importante para a empresa na adoção de um SGA	66
Gráfico 2 - Porque as empresas cada vez mais implantam a gestão ambiental?	69
Gráfico 3 - Ações de preocupação ambiental mais implantadas	71
Gráfico 4 - Sobre a influência da poluição das praias nos negócios atrelados a atividade hoteleira	73
Gráfico 5 - Simulação de valor bruto arrecadado pelos hotéis em 6 meses, com ocupação de 50% das UH's, levando em consideração o valor da diária mais alta cobrada pelo hotel	74
Gráfico 6 - Confronto de afirmações dos entrevistados	75
Gráfico 7 - Quantos gestores souberam discernir benefícios ecológicos de econômicos.....	77
Gráfico 8 - Quando os entrevistados que não confundiram benefícios ecológicos com econômicos tiveram o primeiro contato com lições sobre ética	79
Gráfico 9 - Dados sobre missão e visão dos hotéis.....	82

SUMÁRIO

	LISTA DE GRÁFICOS	10
	LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	11
1	INTRODUÇÃO.....	12
2	TURISMO E MEIO AMBIENTE	16
2.1	O Turismo: Homem X Natureza.....	16
2.2	Abordagem conceitual de Meio Ambiente.....	24
2.3	Hotelaria: Considerações sobre Gestão Ambiental	31
3	SUSTENTABILIDADE.....	37
3.1	Desenvolvimento Sustentável.....	37
3.2	Sustentabilidade Ambiental no Turismo.....	42
3.3	Marketing e destinações turísticas: cuidado e oportunidade	46
4	ÉTICA: Bem estar do homem	51
4.1	O que é ética? (concepções e necessidade de estudo).....	51
4.2	A emergência da questão ética.....	57
4.3	Ética e Sustentabilidade	60
5	METODOLOGIA.....	63
5.1	Tipo de pesquisa.....	63
5.2	Universo e Amostra.....	63
5.3	Instrumento de coleta de dados	64
5.4	Limitações dos métodos.....	65
5.5	Resultados e discussões	65
5.5.1	Percepção sobre implantação de SGA.....	65
5.5.2	Contexto das ações de preocupação ambiental implantadas	71
5.5.3	Confronto de Valores	75
5.5.4	A realidade dos hotéis quanto ao norteamento das ações de seus colaboradores.....	82
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
6.1	REFERÊNCIAS	89
6.2	APÊNDICES	98

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OMT – Organização Mundial do Turismo

CNUMAH – Conferência das Nações Unidas sobre meio Ambiente Humano

CMMAD – Comissão Mundial sobre o meio Ambiente

DS – Desenvolvimento Sustentável

CNUMAD – Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento

PVC – Policloreto de Vinila

ONU – Organização das Nações Unidas

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

CNUMAD – Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento

CF – Constituição Federal

1 INTRODUÇÃO

O avanço da preocupação ambientalista, segundo muitos autores, tomou amplitude significativa, a partir da constatação de inúmeros acidentes ambientais causados pela ação antrópica, a exemplo do ocorrido na Baía de Minamata, em 1950, quando o Japão assistiu milhares de cidadãos sofrendo de uma doença neurológica que levava grande parte de suas vítimas à morte, comprovadamente causada pelo mercúrio, usado como catalisador por uma fábrica de Acetaldeído e PVC (CUNHA; GUERRA, 2008, p. 29).

Destarte, a indústria do turismo também pode ter como consequência, desastres ambientais de grande amplitude. Diante dessa perspectiva, vale ressaltar a generalizada preocupação ambiental dos cidadãos (turistas), que cada vez mais fundamentam seu consumo em mercadorias e serviços atrelados à ideia de ambientalmente sustentáveis, criando assim, um nicho de mercado e motivando o comportamento eticamente duvidoso de empresas, no âmbito geral, quando estas veiculam uma suposta preocupação com o meio ambiente em suas ações de marketing, sem estarem devidamente de acordo com a ideologia da sustentabilidade. Portanto, representando amplo risco para a sociedade.

Reconhecendo o crescimento do turismo em São Luís, cidade designada como a mais nova metrópole brasileira, segundo dados do IBGE (2010), tendo 94,4% da população vivendo no perímetro urbano, constitui-se relevante desenvolver estudos que denunciem o crescimento desordenado da atividade turística, tendo em vista que esta lida diretamente com a sociedade e o meio ambiente, apresentando grande probabilidade de interferir no mesmo.

Nessa conjuntura de crescimento urbano, investimentos em infraestrutura são inevitáveis e necessários, logo, institui-se o desafio de evitar que o turismo, enquanto promotor de desenvolvimento, seja convertido em um agente degradante do meio ambiente em que está inserido. Deste modo, ponderando sobre os investimentos em equipamentos turísticos, mais especificamente, sobre os hotéis existentes na orla marítima de São Luís, é que se propõe o presente estudo.

Durante a delimitação deste problema de pesquisa, surgiram questionamentos que orientaram as discussões desenvolvidas, tais como: Os empresários do ramo hoteleiro estão realmente preocupados com a sustentabilidade, ou implantam ações ambientais em seus empreendimentos por conta da necessidade de economizar custo?; Estes empresários e gestores hoteleiros conseguem ter uma visão sistêmica a respeito da importância da preservação do meio ambiente?; Os hotéis localizados nas praias do Calhau e Ponta D'areia passam por algum tipo de fiscalização ambiental?; Os gestores hoteleiros percebem alguma mudança na demanda devido à poluição das praias de São Luís?

Com base nessas premissas, realizou-se um estudo conceitual sobre sustentabilidade ambiental, marketing verde e ética; pesquisou-se hotéis da orla de São Luís, a fim de identificar suas preocupações em exercer ações sustentáveis no aspecto ambiental e sugerir ações que direcionem ao comportamento ético dos gestores desses empreendimentos, quanto à realização de atividades ambientalmente sustentáveis. Estes constituem os caminhos lançados ao alcance do objetivo geral da presente pesquisa, cuja finalidade principal é a de **estudar a importância da ética na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos empreendimentos hoteleiros da orla de São Luís**. A pesquisa compreendeu as áreas de maior concentração de empresas hoteleiras da capital maranhense, correspondendo às praias do Calhau e Ponta D'areia.

Considerando que o turismo tem sido desenvolvido em celeridade ascendente, por vezes desprivilegiando as populações locais e, frequentemente, sendo culpado pela descaracterização cultural, exclusão social e degradação ambiental, sobretudo em regiões mais pobres, mas que usufruem de privilégios quanto ao seu acervo cultural e ambiental (IRVING, 2002), faz-se oportuno averiguar o contexto das ações ambientais desenvolvidas pelos gestores hoteleiros para uma busca de melhorias no ambiente em que estão alocados.

A preocupação mote deste estudo é a de que as ações ambientalmente responsáveis desenvolvidas pelos hotéis não sejam apenas mais uma marca de consumo turístico, porquanto estudos contemporâneos relatam a caracterização do consumo atual como uma busca por valores éticos, em que um número cada vez maior de consumidores logra produtos e serviços advindos do comércio socialmente correto. Afirmação conceitual ratificada por pesquisa junto aos europeus, que afirmam estarem

dispostos a pagar mais caro por produtos que acatem as normas ecológicas ou éticas (LIPOVETSKY, 2007).

Entender quais são as motivações que norteiam as posturas ambientalmente (ir)responsáveis dos hotéis da orla de São Luís, torna-se imprescindível na busca de metodologias que assegurem a sustentabilidade ambiental da área, antes que esta ultrapasse sua capacidade de resiliência, dificultando o envolvimento dos empresários na busca por um equilíbrio de interesses e valores quanto à exploração do espaço em questão.

Perante esta problemática, ratifica-se a importância de um estudo que objetive verificar as principais motivações dos gestores hoteleiros ao empreenderem ações ambientalmente sustentáveis, buscando responder indagações do tipo: A ética é um fator determinante na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos hotéis da orla de São Luís ou há outros interesses de natureza mercadológica que influenciam essas atitudes? Entendendo a relevância de verificar tal aspecto na realidade de São Luís, procurar-se-á desenvolver um estudo que analise a equivalência do discurso ecologicamente correto proferido pelos gestores hoteleiros, com as atividades de cunho ambiental desenvolvidas pelos mesmos.

Para tanto, a metodologia utilizada se fundamentou em pesquisa documental de fontes primárias e secundárias referentes tanto ao estudo do turismo como de ciências distintas, quais sejam: História, Economia e Filosofia, na busca de melhor conceber e correlacionar as temáticas envolvidas no trabalho. Lançou-se mão, do mesmo modo, de uma pesquisa de campo, através do qual foi possível verificar a realidade correspondente à interação dos hotéis com o meio ambiente, assim como, quais os fatores determinantes para os gestores hoteleiros desenvolverem ações sustentáveis e divulgarem as mesmas. A técnica de investigação baseou-se em uma amostragem qualitativa, com aplicação de questionário do tipo misto, junto a oito hotéis alocados na área em comento.

Uma vez realizadas todas as etapas da pesquisa, dentre as já citadas, levantamento de tópicos pertinentes ao estudo, escrita de comentários mais latentes sobre a realidade observada, seleção de notícias relevantes e tabulação dos dados obtidos através do questionário aplicado, partiu-se para a redação final. A princípio foi realizada uma discussão teórica sobre turismo e meio ambiente, interpretando o homem

enquanto agente principal do turismo e, portanto, buscando averiguar a busca deste pela natureza ao longo da história.

A posteriori, estabeleceu-se um estudo sobre as noções de Sustentabilidade, procurando mostrar a relevância da sustentabilidade ambiental para a prática do turismo, a fim de revelar os perigos de um marketing enganoso praticado em uma destinação turística. Por fim, apresentou-se uma discussão com o intuito de identificar o entendimento dos gestores hoteleiros acerca da importância da preservação ambiental, se os valores éticos que fundamentam uma nata procura por um equilíbrio de interesses e se a obrigação coletiva permeia o processo decisório destes gestores no momento em que decidem desenvolver uma ação ambientalmente sustentável.

Dessa forma, espera-se que este trabalho possa proporcionar para o leitor, assim como para a comunidade científica, contribuição significativa sobre o comportamento ético dos gestores quanto à prática de ações sustentáveis e a veiculação destas, instigando novas pesquisas que investiguem a forma como o desenvolvimento sustentável está sendo percebido e valorizado pela iniciativa privada inserida no mercado turístico ludovicense.

2 TURISMO E MEIO AMBIENTE

2.1 Turismo: Homem x Natureza

O conceito de turismo varia de acordo com a linha de pesquisa estudada pelo autor que o elabora. Todavia, mesmo com perspectivas diferentes, os autores preservam, dentro de seus variados conceitos, alguns fatores comuns e diretamente relacionados à atividade turística. Dois destes chamaram a atenção na elaboração deste estudo: (I) o deslocamento humano, ainda que em determinados períodos da história da humanidade não se assemelhe a conceitos modernos, como a viagem turística; (II) a relação entre homem e natureza, matéria prima para o desenvolvimento turístico. É o que destaca MacCannel apud Camargo (2001, p.39):

[...] turismo não é apenas um agregado de atividades meramente comerciais, é também uma combinação ideológica de história, natureza e tradições, combinadas que têm o poder de adaptar cultura e natureza as suas necessidades.

Não é atual o interesse humano em conhecer outras realidades, culturas e locais. É claro que tal necessidade, ao longo da história, modificou-se. Na pré-história, por exemplo, o nômade mantinha o hábito de se deslocar com frequência em função da escassez de recursos naturais, sendo o deslocamento essencial à sua sobrevivência, o que era agravado, à época, em virtude da ausência de conhecimento técnico de cultivo da terra. E mais, o meio ambiente era tratado com maior zelo, haja vista os povos pré-históricos entenderem a natureza enquanto dádiva, entidade divina e cultuada, mãe de todos os seres vivos, possuidora de poder, capaz de impor punições caso agissem de forma a prejudicá-la. Nesse sentido, corrobora Gonçalves (2008, p. 2) ao relatar que:

No princípio as relações do homem com a natureza eram permeadas de mitos, rituais e magia, pois se tratava de relações divinas, Para cada fenômeno natural havia um deus, uma entidade responsável e organizadora da vida no planeta: o deus do sol, do mar, da Terra, dos ventos, das chuvas, dos rios, das pedras, das plantações, dos raios e trovões etc. O medo da vingança dos deuses era o moderador do comportamento dessas pessoas, impedindo uma intervenção desastrosa, ou, sem uma justificativa plausível ante a destruição natural.

Para Backes et al (2009), na Idade Antiga, a natureza era pensada como imutável e não sujeitável a ação humana. Conseqüentemente, as pessoas deviam se submeter às regras da natureza, sendo-lhes permitido apenas desvelá-la e contemplá-la para

conhecê-la. Fato que caracterizava a sociedade da época como “fisiocêntrica”, pois prevalecia à vontade da natureza (ASSMANN, 2007apud BACKES, 2010).

Já na Idade Média, o racionalismo, antes encontrado apenas no individualismo do homem grego, começou a tornar nítido para os indivíduos daquela época, que a natureza antes protegida por autoridades espirituais e míticas, em troca de uma boa relação entre homem e natureza, premiavam-nos com uma boa colheita e que, além disso, esta poderia ser comercializada. É o que se observa em Koshiha (2000, p.171) ao dizer que na época feudal:

De início, como aconteceu com outros povos, o comércio medieval dependia da agricultura, nada mais sendo do que a troca daquilo que se produzia a mais por algo que não se tinha. Mas, com o tempo, não só o comércio se emancipou da agricultura, como impôs a ela os seus padrões.

Essa relação do homem com a natureza em que este estabelece à agricultura os seus padrões, deve ser encarada também como o início do surgimento de um novo sistema social que perdura até a atualidade, o capitalismo. E, para que se trace um paralelo entre períodos – a idade média e a atual – torna-se válido citar Marx (1985 apud CUNHA; GUERRA, 2008, p. 20) quando este se refere ao capitalismo dizendo que “a produção de um excedente é a condição necessária para que ocorra a troca regular de valores de uso. Com a produção para intercâmbio, o objetivo imediato para a produção passar a ser o valor de troca”.

É nítido o fato de que a relação homem-natureza se tornava cada vez mais ditada pelos valores antropocêntricos e econômicos vigentes na sociedade. Além do fator cultural de o homem não mais idolatrar a natureza como sua mãe, geradora de toda a sua subsistência, o homem do racionalismo medieval via na natureza uma oportunidade de exploração que o levasse ao lucro, conforme observa Backes et al. (2009, p. 7):

Esse período pode ser caracterizado por uma “nova ordem” que coloca em jogo as regras estabelecidas pela ordem cosmológica. Se por um lado, o homem foi inserido na natureza como um ser ativo, participativo, isto é, um ser que pensava em Deus como criador e, por isso situava-se dentro da natureza por ter sido criado por Deus, por outro, sua relação com a natureza começa a assumir uma nova dimensão, ou seja, antropocêntrica, que começa a colocar o ser humano no centro da natureza, podendo usá-la e dominá-la.

Ainda na Idade Média, ocorreram fatos importantes para a história do turismo, a exemplo das peregrinações religiosas, que consistiam em grandes expedições

organizadas para visitação dos centros religiosos da Europa e para libertar Jerusalém do domínio dos  rabes (IGNARRA, 2003), afora motivações comerciais que induziram a uma maior movimentação do homem pelo mundo. Nessa mesma época, os alojamentos foram reconhecidos como de grande importância para essas viagens de distintas motivações, como relata Acerenza (2002 apud DIAS, 2003, p. 44):

A hospedagem tornou-se um negócio lucrativo, a tal ponto que o gr mio já contava com 86 pousadas em 1290. Seu sucesso incentivou a formação de outros em várias cidades, como Roma e Veneza, que organizavam eventos especiais para atrair a atenção dos mercadores.

Outro grande momento, que representa verdadeiro marco para a história do turismo, são as viagens em busca de conhecimento e enriquecimento cultural, realizadas por jovens nos séculos XVII e XVIII. Como esclarece De La Torre (1994 apud DIAS, 2003, p. 46):

No século XVII, surge importante corrente migratória entre os países europeus, constituída por pessoas que visitavam os centros culturais e as grandes cidades. O movimento foi de tal magnitude, que na França, em 1672, foi publicado um *Guia fiel dos estrangeiros nas viagens pela França* que empregou as expressões *l  grand e le petit tour* para descrever os passeios nos arredores de Paris.

As diligências também foram um grande avanço na história dos deslocamentos, no século XVII, segundo cita Badaró (2002) v ao tratar do assunto, afirmando que “neste século inventou-se a diligência, cobrindo no princípio os trajetos Frankfurt – Paris e Londres – Oxford e em 1663 o primeiro pedágio foi instalado em Hertfordshire, ao sudeste da Inglaterra”. Contudo, cabe a ressalva de que antes das melhorias de estradas e desfrute de benefícios advindos na área do transporte terrestre, a motivação por tais acréscimos culturais proporcionados pelo *Grand Tour* era tanta, que as mesmas viagens eram realizadas em mulas, muitas vezes enfrentando verdadeiros desafios da natureza (SALGUEIRO, 2002).

Torna-se necessário observar também que, por mais que a motivação principal fosse o embargo cultural advindo das viagens do *Grand Tour*, os viajantes da época estavam constantemente em contato com a natureza e mesmo diante dos desafios, continuavam a desbrav -la, com um tom de contemplação. É o que evidencia Salgueiro (2002, p. 305 e 306) ao narrar que:

As viagens europeias no século XVIII foram também, conforme Monk, responsáveis em grande dose pelo culto ao cenário natural dentro de uma abordagem estética sublime. Homens de gosto e educados que viajavam para a Itália em busca de arte, história e antiguidades, tinham a oportunidade de, na longa e penosa passagem pelos Alpes, desfrutar do selvagem e do grandioso oferecido pelo cenário da paisagem montanhosa.

Na ocasião, existia um intercâmbio cultural como jamais havia ocorrido na história da humanidade. No entanto, foi na Idade Moderna que essa busca se tornou mais confortável e segura, pois a evolução dos meios de transporte, sobretudo da malha ferroviária, é que responde, consideravelmente, pelo desenvolvimento do turismo moderno (DIAS, 2003).

Apesar do salto da sociedade global no que tange à ciência e aos avanços tecnológicos, no âmbito da sua relação com a natureza, o homem pós Idade Média retrocedeu, pois, como relata Gonçalves (2008, p. 04):

Com o Renascimento o homem se coloca no centro do Universo (Antropocentrismo), consagrando a si mesmo um poder absoluto sobre a natureza. A ciência, munida de técnicas mais avançadas de observação e questionamento do mundo, como o método científico inspirado na filosofia de Bacon e de Descartes, na matemática e física de Galileu e Kepler (e depois, de Newton), passa a considerar a natureza sem alma, sem vida, mecânica, geométrica. O homem perdeu o conceito divino de integração com a natureza.

O homem pós Idade Média havia mudado sua forma de perceber tudo o que o rodeava, inclusive a natureza. Não havia mais a exaltação desta como algo a ser zelado pelo homem por ser sua morada, por que este, embebido de um paradigma antropocentrista, a percebia enquanto algo a ser dominado. Destacando estas características, Boff (2004, p.101) relata:

Que diz o antropocentrismo? Tudo na história de 15 milhões de anos tem razão de ser unicamente por causa do ser humano, homem e mulher. Portanto, tudo culmina nele. Nada tem valor intrínseco, nada possui alteridade e sentido sem ele. Todos os seres estão a seu dispor, para realizar seus desejos e projetos. São sua propriedade e domínio. Ele se sente *sobre* as coisas e não *junto* e *com* as coisas. Imagina-se um ponto isolado e único, fora da natureza e acima dela. Arrogantemente se dispensa de respeitá-los.

Para Dias (2003), a Revolução Industrial, na Inglaterra do século XVIII, marcou a história das viagens, pois surgiu a urbanização e também foram delimitadas as horas de trabalho diárias. Diante disso, o deslocamento se tornava mais viável e intenso, e as pessoas não viajavam mais, predominantemente, por busca de conhecimento cultural e

formação educacional. Com a limitação da jornada de trabalho, as pessoas começam a reconhecer suas horas livres e a se voltar para alternativas de descanso, como os que viajavam em busca dos balneários, segundo descreve Ignarra (2003, p. 5):

Nos séculos seguintes (aos séculos XV e XVI), com o florescimento do capitalismo, o hábito de viajar para estações de águas expandiu-se nas classes mais favorecidas. Inicialmente, os SPAs instalaram-se no interior dos países e posteriormente deu-se preferência aos SPAs litorâneos, os quais deixaram de ter uma destinação exclusivamente para tratamento de saúde e passam a ser procurados para eventos sociais, bailes, jogos de azar e outras formas de entretenimento.

Então, logo essa movimentação que outrora era realizada por uma pequena parcela de pessoas, popularizou-se mediante o uso frequente de trens, que facilitaram consideravelmente o deslocamento, conforme Morales (2004, p. 20) ratifica:

(...) com a revolução industrial, por volta de 1760 (segunda metade do século XVIII), o turismo apresentou novo impulso através de viagens mais fáceis devido à fase do capitalismo industrial, com o desenvolvimento de motores a vapor, e, conseqüentemente, sua utilização em navios e ferrovia entre outros, proporcionando, assim, um marco, os meios de transporte, quando se trocaram as carruagens pelas locomotivas.

Nesse contexto, diante de tais facilidades, surge a primeira viagem de grupo, organizada por Thomas Cook. Sobre essa fase, cita Ignarra (2003, p. 5):

O advento das ferrovias no século XIX propiciou deslocamentos a distâncias maiores em períodos de tempo menores. Com isso, o turismo ganhou grande impulso. Na Inglaterra, desde 1830, já existiam linhas férreas que transportavam passageiros. Em 1841, Tomas Cook organizou uma viagem de trem para 570 passageiros entre as cidades de Leicester e Loughboroug, na Inglaterra. O sucesso foi tanto que a sua empresa passou a organizar excursões para os Estados Unidos. A empresa prosperou e passou a ser considerada a primeira agência de viagens do mundo.

A partir de tal fato e da criação dos barcos a vapor – que favoreceram o desenvolvimento das viagens marítimas menos lentas e desconfortáveis, viabilizando a comercialização de viagens internacionais – o turismo começa a adquirir um caráter menos aristocrático (o que o atrelava ao início da era moderna), e começa a criar características do turismo da era contemporânea. É o que Salgueiro (2002, p.308) confirma a seguir:

Na verdade, o *grand tourist* era rico, um privilegiado cujas viagens não eram custeadas pelas economias do seu trabalho. Isso, contudo, é bem diferente do que veio a ocorrer com o turista moderno, aquele do chamado turismo de massa que se expandiu na Europa ao longo do século XIX até os dias de hoje, com muitos “pacotes” para todos os orçamentos, como temos atualmente também no Brasil.

Ainda sobre a criação dos barcos a vapor, e de todas as vantagens advindas da nova era tecnológica iniciada no final do século XIX, é importante frisar que, neste mesmo período, delineou-se um modelo econômico até hoje vigente, o qual auxilia na constituição de um homem dominador de tudo que o cerca, e do conseqüente posicionamento equivocado da civilização a respeito da natureza, uma vez considerada a afirmação de que “a apropriação da natureza pelo indivíduo está sempre inserida numa determinada forma social” (CUNHA; GUERRA, 2008, p. 19). A respeito do posicionamento do homem moderno sobre a natureza, Boff (2004, p. 103) relata que:

Com isso acenamos para a característica fundamental de nossa civilização, o poder-dominação. Ele ganhou corpo histórico-social na tecnologia. Somos indiscutivelmente uma civilização tecnológica. Isto quer dizer, usamos o instrumento (*techne*) como forma primordial de relacionamento com a natureza. Fazemos dela e de tudo o que há nela instrumento para o nosso propósito de poder-dominação. Essa atitude instrumental rompe com a imediatez, com o contato direto, com a experiência de pele em relação à natureza.

Sobre o turismo de massa advindo de todo o aparato científico-tecnológico de meados do século XIX e do século XX e sua relação com o meio ambiente, Ruschmann (1997 apud BARBOSA 2010, p. 798) expõe que “o homem urbano por consequência da deterioração de seu ‘habitat natural’ foge das cidades, em seu tempo livre, em busca do verde. O meio ambiente constitui a ‘matéria-prima’ incontestável do turismo”.

Cabe ressaltar a íntima relação da atividade turística, no final do século XX, com o meio ambiente, uma vez que, este último constitui matéria-prima daquela. Não apenas porque o homem sente a necessidade de utilizar seu tempo livre em uma atividade de fuga da sua rotina (CÂMARA, 2010), mas também porque se desloca para locais diferentes de sua morada, constituindo, assim, a sua relação com o meio ambiente. Desse modo, torna-se necessário ponderar sobre os conceitos de turismo relacionados a essa questão e às inevitáveis e até necessárias relações advindas da atividade turística.

A esse respeito, Wahab (1972 apud TRIGO, 2004, p. 12) relata:

O turismo é uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre povos, tanto dentro como fora de um país. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outras regiões ou países visando a satisfação de outras necessidades que não a de atividades remuneradas.

É importante notar que Wahab, em seu conceito, fala a respeito da função nata de interação do turista com as populações receptoras, e vice-versa, que a atividade proporciona. A esse respeito, torna-se pertinente relacionar também a facilidade do turismo em promover o intercâmbio de informações, cultura e comportamentos. Sendo assim, é válido considerar o conceito de turismo, conforme Barretto (2003, p. 15):

O turismo organizado de nossos dias, aquela atividade econômica chamada metaforicamente “indústria turística” pela escola norte-americana, implica: 1) estrutura de atendimento no local de origem do turista, composta pelas agências ou operadoras, guias ou softwares que preparam a viagem; 2) as transportadoras que viabilizarão o deslocamento, a viagem propriamente dita, e 3) o equipamento receptor no local de destino, os serviços prestados ao turista e toda a trama de relações entre visitantes e residentes do local visitado, faceta que se revela atualmente como a que merece mais atenção dentro do fenômeno turístico.

Considerando que, a partir do século XX, a necessidade de evasão do ambiente cotidiano do homem passa a ser motivação maior para a escolha de seu destino de viagem, as destinações mais procuradas são as que proporcionam o mínimo de contato com o ambiente urbano, resultando em uma grande busca por paisagens naturais. Têm-se, portanto, a conexão de duas características da atividade turística, uma intrínseca a esta, as inter-relações, e outra, uma nova necessidade perante as novas buscas do homem daquele tempo, a necessidade de estar em meio a uma paisagem natural.

Já na atualidade, além da fuga do ambiente urbano, o indivíduo se encontra mais preocupado com as questões ambientais (FULLANA; AYUSO, 2002 apud DIAS, 2003), porquanto percebe que as degradações antrópicas se tornam cada vez mais irreversíveis. Diante disso, as empresas visualizam uma nova necessidade do homem em se envolver com a problemática ambiental.

Emergem, por conseguinte, discursos ambientais por parte das empresas, como forma de abarcar mais esse novo tipo de consumidor. Este procura agora adquirir produtos e serviços de empresas que reflitam um comportamento ambientalmente correto, como forma de tranquilizar sua consciência mediante as ações ambientalmente responsáveis que ele mesmo não toma em seu dia-a-dia, caracterizando assim a valorização de uma ética indolor, que, nas palavras de Lipovetski (2007, p. 147), implicam em uma “generosidade circunstancial, emocional, indolor”.

No século XX, com a percepção de que o turismo se tornara, definitivamente, um instrumento do capitalismo, não mais se limitando a viagens de cunho educacional, começam a surgir estudos específicos sobre o fenômeno. Em outras palavras:

No período compreendido entre as duas grandes guerras mundiais (1919-1938) cresce o interesse no turismo como matéria de pesquisa nas universidades, principalmente sob o viés econômico. Nesse período, assume fundamental importância o papel desempenhado pela chamada Escola de Berlim, pelos esforços empreendidos em procurar sistematizar o conhecimento da atividade turística através da utilização da pesquisa respaldada por métodos científicos adotados pelas ciências da sociedade à época (DIAS, 2005, p. 13).

Depois de algumas décadas de conceitos voltados ao aspecto econômico do turismo, e devido seu reflexo na renda de inúmeros países, a Organização Mundial de Turismo (OMT), em 1994, publica um informe, estabelecendo alguns conceitos a respeito da atividade turística, inclusive o de turismo. Segundo a OMT (apud IGNARRA, 2005, p. 11) “O turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros fins”. Essa definição surge como uma forma de padronização dos conceitos desenvolvidos por todo o mundo.

Ainda hoje, não há consenso sobre o conceito de turismo. Contudo, os estudiosos o compreendem em torno de uma multidisciplinaridade, o que contribui para a tomada de medidas preventivas corretas e eficazes no que diz respeito à prevenção e à redução dos danos que podem advir da atividade, frente à necessidade do homem em seu tempo livre de desfrutar de uma paisagem natural. Tais compreensões viabilizam o entendimento do turismo como um indispensável agente modificador do meio ambiente.

Tais medidas preventivas começaram a ser alvo de discussões mundiais mediante a massificação do turismo no século XX que, auxiliado pelos avanços tecnocientíficos, foi favorecido com rapidez e facilidade em transporte de pessoas e aquisição de produtos turísticos, permitindo com que os viajantes, seduzidos por propagandas de supostas ações turísticas de cunho ambiental, dirijam-se às destinações e usufruam dos equipamentos e serviços turísticos, acreditando que estes agentes estão empenhados em desenvolver a atividade de forma sustentável quando, na verdade, fomentam uma indústria muitas vezes alheia a essas questões.

Em suma, a partir da abordagem acerca da evolução histórica das atividades de turismo, e de perceber que os estudos que envolvem o fenômeno se tornaram necessários devido às ações do homem no meio ambiente, faz-se presente e de extrema importância, o conhecimento de conceituações e considerações relevantes acerca do tema meio ambiente.

2.2 Abordagem conceitual e considerações sobre o meio ambiente

O meio ambiente não corresponde estritamente à natureza, pois como Silva (2008, apud MEDEIROS, 2010, p. 53) defende “meio ambiente é a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciem o desenvolvimento equilibrado da vida em todas as suas formas.” Essa afirmação encontra respaldo na distinção de três subconjuntos do meio ambiente feita por Casasola (2003 apud CÂMARA, 2010, p. 80):

O ambiente transformado, representado pelos espaços criados ou que sofreram grandes modificações antrópicas; o *ambiente sociocultural*, que expressa as bases em que estão assentadas as relações sociais, culturais, as instituições, crenças, valores e sistemas de vida; e o *ambiente natural*, para referir-se ao conjunto de ecossistemas naturais e ao patrimônio natural.

De acordo com o conceito normativo presente na Legislação de Direito Ambiental, Lei nº 6.938/1981¹, Art. 3º, inciso I, Meio Ambiente consiste em “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

Já os estudiosos da ciência ambiental procuram perspectiva mais reflexiva acerca desse conceito, enfatizando a influência mútua de seres como um dos aspectos principais a serem considerados. Assim, Abramovay (2002, p.155) define meio ambiente como:

O meio externo ou ambiente de um organismo é o sistema de elementos físicos, químicos e biológicos, que está do seu “lado de fora”, e que interagem com aquele organismo. Esse sistema envolve o organismo por todos os seus lados e em geral se estende para muito além das fronteiras do organismo. Assim podemos falar no ambiente de um peixe, de um elefante, de uma árvore, de um ser humano etc.

¹ que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências

Com base nas alegações acima, compreende-se que uma atitude a qual comprometa a integridade do meio ambiente local é refletida em toda a natureza, uma vez que o meio ambiente é uma interligação de sistemas (biológicos, físicos, químicos, culturais e políticos). Essa visão sistêmica a respeito da responsabilidade de cada ser com relação à sobrevivência do outro, seja este seu conterrâneo ou o desconhecido do outro lado do mundo, não é algo novo, o próprio alinhamento discursivo do Relatório *Brundtland*, também conhecido como “Nosso Futuro Comum”, contempla tal preocupação. Nesses termos:

Há só uma Terra, mas não um só mundo. Todos nós dependemos de uma biosfera para conservarmos nossas vidas. Mesmo assim, cada comunidade, cada país luta pela sobrevivência e pela prosperidade quase sem levar em consideração o impacto que causa sobre os demais. Alguns consomem os recursos da Terra a um tal ritmo que provavelmente pouco sobrá para as gerações futuras (NOSSO FUTURO COMUM, 1987, p. 29).

Cabe lembrar que o Relatório *Brundtland* não foi pioneiro na história de documentos que objetivavam abordar as problemáticas ambientais que se tornaram mais intensas e evidentes após a Revolução Industrial. Pouco mais de uma década antes da publicação do Relatório em questão, foi publicado, em 1972, o Relatório Limites do Crescimento, fruto do Clube de Roma. Este consistia em uma organização formal que visava promover a compreensão dos variados, no entanto interdependentes componentes do sistema global, sendo eles: econômicos, políticos naturais e sociais. E também obter maior atenção do público em geral e dos tomadores de decisão de alto alcance (MEADOWS et al., 1972 apud BORGES e TACHIBANA, 2005).

Sobre o teor do Relatório Limites do Crescimento, Cavalcanti (2001) afirma que este propunha o congelamento do crescimento da população global e do capital industrial, sugerindo que desta forma seria possível alcançar a estabilidade econômica e ecológica, fundamentando tal ideia, na realidade de limitação de recursos e rediscutindo a tese de Malthus a respeito do crescimento desregrado da população.

Ainda em 1972, em Estocolmo, ocorre outro evento de relevância para as discussões mundiais a respeito de uma forma de desenvolvimento que levasse em consideração o caráter esgotável dos recursos naturais, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano (CNUMAH) que, segundo narra Jacobi (2003, p. 193), tinha como pressuposto:

[...] a existência de sustentabilidade social, econômica e ecológica. Estas dimensões explicitam a necessidade de tornar compatível a melhoria nos níveis de qualidade de vida com a preservação ambiental. Surge para dar uma resposta à necessidade de harmonizar os processos ambientais com os socioeconômicos, maximizando a produção dos ecossistemas para favorecer as necessidades humanas presentes e futuras.

Após a criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) e a publicação do *Nosso Futuro Comum*, através do qual foi consolidada a concepção a respeito de Desenvolvimento Sustentável (DS)², mediante o acoplamento de discussões sobre economia e os debates referentes à ecologia (DIAS, 2003), ocorreu, na cidade do Rio de Janeiro, em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD). A respeito da Eco-92, ressalta Cunha e Guerra (2008, p 36):

A mais importante reunião depois da de Estocolmo, aconteceu no Rio de Janeiro, em 1992. A conferência de Meio Ambiente e Desenvolvimento (ECO 92) foi a grande marca da internacionalização definitiva da proteção ambiental e das questões ligadas ao desenvolvimento, criando elementos importantes como a Agenda 21 e o Fundo Global para o Meio Ambiente, do Banco Mundial. Um dos pontos culminantes da ECO 92 foi a Convenção sobre Alteração Climática, que procurou estabelecer regras para a proteção da atmosfera e a contenção da emissão de gases poluentes.

Torna-se importante perceber que a problemática ambiental tomou amplitude mundial a partir do Clube de Roma, mas as emergências ambientais vinham sendo observadas há muito tempo, tendo em vista acidentes locais como o da década de 1950 na Baía de Minamata, quando o Japão viu seu povo sofrendo de uma doença neurológica que levava grande parte de suas vítimas à morte, comprovadamente causada pelo mercúrio, usado como catalisador por uma fábrica de Acetaldeído e PVC. Naquela localidade, a maioria da população vivia da pesca, o que facilitou a contaminação em grande escala, uma vez que a Corporação Chisso não dava a destinação certa ao metal pesado (CUNHA; GUERRA, 2008).

Atualmente, a preocupação em cuidar do meio ambiente se vincula também ao entendimento de que os recursos naturais tanto quanto os recursos urbanísticos e culturais são, indubitavelmente, fonte de manutenção da economia. Isso pode ser afirmado quando nos deparamos com notícias diárias, a exemplo da veiculada pela

² No Relatório Brundtland, lançou-se o conceito referência sobre o Desenvolvimento Sustentável, entendido como aquele que atende às necessidades atuais sem comprometer à capacidade das futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades.

revista *Veja*³ informando que os danos materiais provocados pelas catástrofes naturais de 2011 superam os registrados em todo período de 2005, considerado o ano recorde de prejuízos. Ou ainda, como o alerta da Organização das Nações Unidas (ONU) que a *Canção Nova Notícias*⁴ veiculou, comprovando que o risco de morte em um desastre relacionado aos fatores climáticos diminui no mundo inteiro, todavia os prejuízos econômicos gerados pelas catástrofes aumentam em todas as regiões. Na mesma publicação, cita-se Maskrey (principal autor do relatório global de redução dos riscos em desastres realizado pela ONU) "Todos nós, seja como indivíduos ou como governos, tendemos a desacreditar enormemente em acontecimentos futuros de baixa possibilidade. Mas está claro pela evidência econômica que prevenir é sempre melhor".

Diante de tais notícias, fica clara a característica humanista e capitalista das reflexões do homem pós-moderno a respeito do meio ambiente, que percebe os acontecimentos ao seu redor a partir da exigência de uma racionalidade em compreender quais lucros ou prejuízos econômicos cada acontecimento pode desencadear. Sendo assim, vale realçar palavras de Zajdsznajder (1994, p. 135), quando este diz que:

A pós-modernidade realiza-se na plenitude do comando capitalista do planeta, pois propicia a liberdade mais completa de iniciativa e de comando [...] Torna-se então possível um vale-tudo nos negócios, na mídia, e mesmo em recantos mais abrigados [...] É que quaisquer resultados significativos, mesmo pequenas diferenças, podem significar uma vantagem que, contada em dinheiro, serve para acumular somas extraordinárias, nos mercados tornados mundiais, com a transmissão instantânea de informações e a possibilidade de mudanças muito rápidas.

Baseado na assertiva acima, questiona-se o comportamento eticamente duvidoso de muitas empresas que veiculam uma suposta preocupação com o meio ambiente, sem estar devidamente de acordo com a ideologia de preservação da natureza. Nesse sentido, Miguel (2007 apud CAMPOS 2009, p.886) faz interessante indagação ao falar sobre as práticas louváveis aos olhos de Maquiavel: “quando existe ameaça da vitória de alguém que sabidamente levará toda uma coletividade para a catástrofe, vale a pena correr tão grande risco apenas para seguir o mandamento de não mentir?”. Ou seja, em se tratando dos gastos gerados por um comprometimento ético em desenvolver ações ambientalmente sustentáveis efetivas, o risco (financeiro) que uma empresa correria em

³ Publicada em 12 de junho de 2011.

⁴ Publicada em 10 de maio de 2011

praticar tais ações não valeria a pena, diante da simples motivação de ser eticamente correto (e comprometido em salvaguardar o meio ambiente para as gerações futuras).

Deve ainda ser ressaltada, a citação de Campos (2009, p. 886) no que tange aos valores cultivados na política e na vida como um todo:

Mesmo que a resposta seja afirmativa, diz Miguel, é preciso ter claro que Maquiavel não via a política como o lugar do vale-tudo. Ele apenas alerta para a funcionalidade das práticas más, inclusive para os projetos políticos que tenham a intenção de promover o bem. Em poucas palavras, Maquiavel aconselha que se deve sempre ter em mente que as regras morais da política são muito diferentes, às vezes opostas, às regras da moral religiosa.

As empresas, em geral, são tentadas a esse tipo de comportamento (eticamente duvidoso) descrito, devido às obrigações do homem contemporâneo, que de acordo com Solomon (2006, p. 67) correspondem a “cobiça abstrata⁵” ligada a valores monetários, e ao mesmo tempo tão esquecidas do próprio homem.

O homem, além de sofrer mudanças individuais pelas vivências no mundo social e cultural, é o “escultor” da sociedade, pois esta é modelada através do comportamento dele, como cita Bock (2008, p. 22) ao tratar da subjetividade enquanto objeto da psicologia:

A subjetividade é a síntese singular e individual que cada um de nós vai constituindo conforme vamos nos desenvolvendo e vivenciando as experiências da vida social e cultural; é uma síntese que de um lado nos identifica, por ser única; e de outro nos iguala, na medida em que os elementos que a constituem são experienciados no campo comum da objetividade social. Essa síntese – a subjetividade – é o mundo de ideias, significados e emoções construído internamente pelo sujeito a partir de suas relações sociais, de suas vivências e de sua constituição biológica; é também, fonte de suas manifestações afetivas e comportamentais. [...] Entretanto, a síntese que a subjetividade representa não é inata ao indivíduo. Ele a constrói aos poucos, apropriando-se do material do mundo social e cultural (a expressão subjetiva coletiva), e faz isso ao mesmo tempo em que atua sobre o mundo, ou seja, é ativo na sua construção. Criando e transformando o mundo (externo), o homem constrói e transforma a si próprio.

Partindo deste ponto de vista, as empresas também sofrem da cobiça abstrata, desvinculando-se, cada vez mais, das responsabilidades ambientais, como por exemplo,

⁵ Solomon cita “cobiça abstrata” se referindo à cobiça características das pessoas dos dois últimos séculos, bombardeadas por imagens da mídia que costumam propagar um desejo de glamour e riqueza incessante. Por isso, o autor dá a caracterização de abstrata ao termo cobiça, pois não se sabe exatamente o que se quer, mas o que se deve querer devido a imposições do meio em que se vive, que ainda é muito influenciado pelo mito da “motivação do lucro”.

autoidentificar-se como agente modificador da sociedade e usar tal posição em função do bem-estar ambiental. Fato que pode ser nitidamente observado em complexos hoteleiros que conseguem construir prédios com altura além da permitida pela lei, sobretudo em áreas litorâneas, sujeitando assim a população local a sofrer com ilhas de calor. A título ilustrativo, cita-se matéria do Tribuna do Norte⁶, onde Bristot⁷, relata que a sensação térmica de áreas urbanas do litoral potiguar aumentara devido a diminuição de ventos e destruição de área vegetal na faixa litorânea, ocorrido em função da construção de prédios, formando ilhas de calor.

Situações aparentemente simples como essas são reflexo de uma radicalização da modernidade, que pode ser observada através de reflexões acerca do que Adam Smith, chamou de “empresa de livre mercado”. Sobre tais reflexões infiéis ao propósito de Adam Smith, Solomon (2006, p. 145) ressalta que a “visão de um mercado livre, isento não apenas de regulação governamental mas de sentimento moral e virtude pública não é em absoluto o que Smith tinha em mente”. Sendo assim, a afirmação de empresas de que a ética de mercado é diferente da ética estudada por filósofos desde a Grécia Antiga, baseando tais afirmações na ideia deturpada do que Adam Smith defendeu como empresa de livre mercado, não se sustenta.

Um exemplo dessa busca implacável por lucro, sem a devida preocupação com as questões ambientais, foi o acidente nuclear de Chernobyl, ocorrido em 1986, em um dos reatores da empresa, que provocou o aparecimento de uma nuvem radioativa composta por iodo, césio e estrôncio em uma extensão capaz de atingir 12 países e, teve como resultado a morte de 5.000 pessoas, e problemas físicos e psicológicos a cinco milhões de indivíduos (VEJA, 2011).

Insta esclarecer que o problema aqui discutido não é atividade das grandes indústrias, haja vista os inúmeros benefícios advindos da atividade industrial: produtos que satisfaçam às necessidades da sociedade, geração de empregos, renda e etc. A questão a ser observada é a importância que os grandes empreendimentos do capital, dão ou não, às externalidades negativas ao meio ambiente oriundas de suas atividades, e sua busca por medidas efetivas, ou mesmo paliativas, de prevenção.

⁶ Publicada em 2 de novembro de 2012

⁷ Gilmar Bristot : metereologista da Emparn.

Ainda sobre a noção errada de que “vale tudo” no mercado, largamente baseada no que Smith escreveu, Solomon (2006, p. 144) expõe:

Mas Smith, por certo, nunca pretendeu celebrar a cobiça em si, e sua defesa da busca de lucros esteve *sempre* contida no contexto de uma sociedade estabelecida e suas tradições [...]. *A Teoria dos sentimentos Morais* deixa claro, mesmo que *A riqueza das nações* não o faça, que a busca do interesse pessoal deve ser sempre mantida em equilíbrio com a benevolência e outros sentimentos morais. A prosperidade da nação é a meta, na visão de Smith, e o interesse pessoal do indivíduo, note-se bem, é defendido por seu papel nessa busca, não como um fim a ser celebrado por si mesmo.

Todavia, a perspectiva de Solomon sobre empresa de livre mercado não é a mesma da maioria das corporações, que acabam se aproveitando de obrigações legais acerca do cuidado ambiental, para disseminar uma imagem de agente ativo na conservação do meio ambiente e assim atrelar valor às suas empresas e instigar o interesse dos consumidores, atualmente exigentes no que diz respeito ao assunto. Circunstâncias estas, bem explicitadas por Hawken et al. (1999 apud VIÉGAS, 2009 p. 4):

De fato, a assunção de responsabilidades ambientais pela empresa transmutou-se de mera obrigação legal (em face dos, em tese, rígidos esquemas legais de responsabilidade civil objetiva pelos danos ambientais) a verdadeiro nicho de criação de vantagem competitiva ao setor privado.

Com base na argumentação acima, paira um questionamento que emerge mais aos olhos dos estudiosos e instituições regulatórias do que, propriamente, na visão dos consumidores, ou seja, até que ponto as empresas adotam posturas ambientalmente corretas motivadas pelo ensejo em contribuir com um mundo mais sustentável, em detrimento das obrigações legais ora impostas pela legislação vigente?

A resposta a esta questão refletiria necessárias ações assertivas em dois possíveis primas: de um lado, fomentar a educação ambiental amplamente na formação de cidadãos mais conscientes ou intensificar os mecanismos preventivos e punitivos concernentes aos crimes ambientais. Em qualquer caminho, entende-se que os efeitos poderiam ser benéficos ao planeta.

Explicitando a abordagem elencada acima, Viégas (2009, p. 4) afirma que:

Sob esse prisma, a implantação de sistemas de gestão ambiental e a busca da certificação de qualidade ambiental pelas empresas justifica-se pela necessidade de manutenção e conquista de novos mercados, transmissão de

maior confiança ao público quanto ao gerenciamento dos impactos ambientais gerados pela atividade produtiva e mitigação dos custos punitivos (advindos, dentre outros, da imposição de severas multas pelos órgãos ambientais fiscalizadores, além de condenação em ações civis públicas e mesmo em processos penais).

Fundamentando-se no autor supra, evidencia-se que a preocupação ambiental *per se* e em muitos casos, é preterida com relação aos aspectos mercadológicos e financeiros da empresa, ratificando, mais uma vez, que a sociedade se vê diante de uma ética indolor (LIPOVETSKY, 2007). Indolor “para quem consome”, porque ao pagar por um produto ecologicamente correto, acredita que está fazendo o suficiente para contribuir para a sustentabilidade ambiental, e indolor “para quem vende” porque se utiliza de uma obrigação legal (e até mesmo natural), para vender melhor um produto ou serviço, quando na verdade o pouco que se faz para a preservação do meio ambiente é proporcionalmente incompatível com os danos ambientais causados pela empresa e com o ganho em termos econômicos financeiros que esta obtém ao associar a sua marca a ideia de ecologicamente correta.

Essa lógica de mercado atual estimula as empresas a buscarem “engajar-se profundamente no novo modo de ver e fazer as coisas” (Dias, 2009, p. 50) , concretizando tal proposta na busca pela adoção de selos ecológicos. Nessa circunstância, insta lembrar que os Sistemas de Gestão Ambiental possuem sim impacto positivo no que diz respeito a mitigação da degradação ambiental, porém muitas vezes ínfimo perante a realidade em que é desenvolvido, estimulando um ciclo vicioso de anestesia da cultura do respeito, para o exercer mecanizado de obrigações cidadãs fundamentadas pela busca de vantagem competitiva. Como forma de entender tal fenômeno, constituirá pertinente fazer breve reflexão sobre o elemento: Gestão Ambiental, dando enfoque a atividade empresarial priorizada nesta pesquisa, a hotelaria

2.3 Hotelaria: considerações sobre Gestão ambiental e exemplo de SGA

Desde meados da década de 1970, o desenvolvimento econômico e seu impacto ao meio ambiente vêm sendo percebidos a partir de uma ótica diferente, o que motivou instituições público-privadas a criar formas de regulamentar e nortear as atividades econômicas capazes de criar impactos negativos ao meio ambiente. Como agentes desse

processo de degradação, as empresas começaram a ser responsabilizadas por essas ações.

Tanto as empresas como a sociedade civil foram instigadas a desenvolver uma consciência ambiental, enquanto forma proativa de lidar com normas e leis que tratam da preservação do meio ambiente. As empresas atuam de forma mais impactante (vide a ampla dimensão de suas ações) sobre o meio ambiente, mas também a sociedade porque além de ações isoladas, usufrui dos serviços oferecidos pelas organizações, ditando o mercado, tornando-se tão responsável pelo meio ambiente que a cerca quanto aquelas.

Desta forma, as organizações, como forma de sobrevivência no contexto de um mercado cada vez mais competitivo, vêm veiculando valores ligados à preocupação com o meio ambiente. Os empreendimentos hoteleiros, enquanto foco deste estudo são peças-chave da atividade turística, portanto, também se utilizam dos recursos naturais, tornando-os vulneráveis a impactos ambientais, advindos da utilização de certos tipos de equipamentos, da dispersão de resíduos sólidos em locais inapropriados, da destinação de dejetos orgânicos, de efluentes líquidos e da destinação de lixo. Afora, o caso de meios de hospedagem – como os *resorts* – que, muitas vezes, têm nos ambientes naturais, os seus próprios atrativos turísticos.

Visando o entendimento das preocupações das empresas sobre o manejo do meio ambiente e dos impactos negativos advindos da atividade imprudente dos hotéis com relação ao mesmo aspecto, faz-se necessário citar, especificamente, quais os predicados existentes naquele, que segundo a lei, caracteriza-se como agente poluidor, colocando em risco a qualidade ambiental e, eventualmente, poluindo o meio ambiente. Portanto, sobre degradação da qualidade ambiental, poluição e poluidor respectivamente, os incisos II, III e IV do artigo 3º da Lei nº 6.938/1981 instituem:

II- degradação da qualidade ambiental, a alteração adversa das características do meio ambiente;

III – poluição, a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente:

- a) Prejudiquem a saúde, a segurança e o bem estar da população;
- b) Criem condições adversas às atividades sociais e econômicas;
- c) Afetem desfavoravelmente a biota;
- d) Afetem condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente;
- e) Lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos.

IV – poluidor, a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental.

Neste sentido, a Lei nº 6.938/1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, incita os atores sociais a cumprirem com suas obrigações referentes ao meio ambiente, sendo além das tendências de mercado, um norteador do planejamento e execução de ações das empresas, inclusive os complexos hoteleiros, facilitando assim a salvaguarda da matéria-prima da atividade turística.

Tendo em vista a conscientização dos empresários do ramo hoteleiro de que os recursos naturais são a fonte de divisas de suas atividades e a percepção desses quanto ao potencial impacto ambiental negativo que eles podem causar – afetando diretamente os seus próprios lucros, a aparência dos destinos e a perpetuação da atividade hoteleira – foi desenvolvido o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) objetivando evitar/mitigar danos ao meio ambiente e também lhes assegurar um bom retorno financeiro, mesmo que em longo prazo. Conforme relata Gonçalves, op. cit. (CHAMUSKA; CENTENO, 2008, p. 34):

Desta forma, o desenvolvimento dos SGA aplicados a determinado empreendimento relaciona-se a toda a organização, fazendo referência à preservação dos recursos naturais, buscando acima de tudo, o desenvolvimento sustentável como um todo. A ideia central da implantação de um SGA é a de que as organizações devem estar em condições de controlar os efeitos ambientais de suas próprias atividades e reduzir sistematicamente seus impactos ambientais causados. Segundo o autor, o setor empresarial do país, pressionado por exigências cada vez mais fortes do mercado internacional, viu-se impelido a adotar estratégias de gestão ambiental, não só para eliminar não conformidades legais e atender às crescentes investidas dos órgãos ambientais, mas também para garantir sua permanência num mercado altamente competitivo.

Sobre Gestão Ambiental, Donaire (1999 apud NICOLELLA, 2004, p. 8) bem diz que:

[...] a gestão ambiental no âmbito das empresas tem significado a implementação de programas voltados para o desenvolvimento de tecnologias, a revisão de processos produtivos, o estudo de ciclo de vida dos produtos e a produção de “produtos verdes”, entre outros, que buscam **cumprir imposições legais, aproveitar oportunidades de negócios e investir na imagem institucional** (grifo nosso).

Diante de tais circunstâncias, compete refletir sobre a motivação empresarial no enfoque aos cuidados ambientais, utilizando-se do discurso do DS para abarcar mais um nicho de mercado, o que incentiva, mais ainda, a iniciativa privada a maqui

responsabilidades ambientais em função de uma imagem institucional compatível com o gosto da demanda.

Nesse contexto, surgiram as normas da série ISO 14000, com o intuito de mitigar impactos negativos e com a intenção de padronização dos procedimentos necessários para uma empresa certificar-se ambientalmente. Sobre as normas da série ISO 14000, Silva et al. (2003 apud NICOLLELA et al., 2004, p. 10) destaca:

Trata-se de um grupo de normas que fornece ferramentas e estabelece um padrão de Sistema de Gestão Ambiental, abrangendo seis áreas bem definidas: Sistemas de Gestão Ambiental (Série ISO 14001 e 14004), Auditorias Ambientais (ISO 14010, 14011, 14012 e 14015), Rotulagem Ambiental (Série ISO 14020, 14021, 14021 e 14025), Avaliação de Desempenho Ambiental (Série ISO 14031 e 14032), Avaliação do Ciclo de Vida de Produto (Série ISO 14040, 14041, 14042 e 14043) e Termos e Definições (Série ISO 14050). No Brasil, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) oficializou as NBR5 ISO: a) 14001; b) 14004; c) 14010; d) 14011 e, e) 14040. Destas, a NBR Série ISO 14001/1996, trata dos requisitos para implementação do Sistema de Gestão Ambiental, sendo passível de aplicação em qualquer tipo e tamanho de empresa.

Para conseguir a certificação ambiental, segundo Lemos⁸ (Brasil PNUMA), uma empresa precisa exercer quatro requisitos básicos presentes na norma ISO 14001, que é a norma certificadora da série ISO 14000: “definir sua política ambiental, ter implantado um Sistema de Gestão Ambiental; cumprir a legislação ambiental aplicável ao local da instalação; e assumir um compromisso com a melhoria contínua de seu desempenho ambiental”.

Na atualidade, é usual presenciar uma Gestão Ambiental em hotéis, que procura integrar o controle ambiental na gestão administrativa, lembrando-se do meio ambiente na tomada de decisões estratégicas e analisando até que ponto a proteção ao meio ambiente pode representar uma ameaça ou uma oportunidade, como forma de reagir às exigências legais e evitar punições, configurando um equívoco segundo relato de Dias (2009, p. 96) acerca da Gestão Ambiental, quando ele afirma que ” A adoção de um Sistema de Gestão Ambiental nas empresas deve vir acompanhado de uma mudança cultural, em que as pessoas têm que estar mais envolvidas com a nova perspectiva.”

Assim, é válido lembrar também que além de uma forma de atender às exigências de um mercado composto por indivíduos cada vez mais preocupados com

⁸ Presidente do Instituto Brasil PNUMA (Comitê Brasileiro do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente).

questões ambientais, a Gestão Ambiental nos hotéis, assim como nas demais empresas, aumenta os benefícios econômicos e estratégicos no negócio. De acordo com Donaire (1999 apud VIEIRA, 2010, p. 31) alguns benefícios são:

-) Benefícios econômicos;
-) Economias proporcionadas pela reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos e diminuição dos efluentes;
-) Redução de multas e penalidades;
-) Aumento da demanda de produtos que contribuem para a diminuição da poluição;
-) Melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunicação e grupos ambientais;
-) Acesso assegurado ao mercado externo.

Vale ressaltar ainda que o envolvimento do corpo administrativo das empresas é um aspecto importante para a realização de práticas ambientais, pois, como cita Ruschmann (1997, p. 76) “a postura de empresários do setor hoteleiro em relação à proteção do meio ambiente constitui o primeiro estágio para a conscientização ambiental de seus clientes”.

Diante dos benefícios econômicos advindos da implantação de SGA's, principalmente quando estão associados a uma veiculação midiática de grande abrangência, torna-se adequado sugerir uma atenção sobre a intenção do empresariado em implantar tais sistemas, indicando para a sociedade, através de um marketing ambiental, que tal certificação garante a inalteração negativa do meio ambiente por parte das empresas que desenvolvem os SGA's. Assim, como existem casos de veiculação de ações de cunho ambientalmente sustentável que na realidade se tratam da aplicação de um Termo de Ajustamento de Conduta, este entendido por Sanchotene (2011, p. 3) como:

Genuína modalidade de alternativa da solução de conflitos. É certo que, uma vez admitido, oferecido e cumprido, não mais subsistirá o denominado dano que deu causa à sua oferta e, desse modo, qualquer lesão ou ameaça a direito difuso, coletivo ou individual homogêneo.

Baseado nessas evidências, fica claro o eventual intuito da sociedade empresarial em se utilizar de tais ferramentas de controle do dano ambiental para, além de se inserir em um novo mercado, reparar sua imagem perante a sociedade, tornando

inocente quem comprovadamente pode ser culpado. Ademais, tendo como base a Nova Classificação Hoteleira⁹, lançada pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), nos dias atuais, a sustentabilidade aparece como um critério técnico específico para atribuir ao empreendimento hoteleiro uma melhor avaliação por estrelas, reforçando, novamente, que as ações ambientais implementadas pelas empresas, além de sugerirem um parâmetro indicativo de qualidade do empreendimento, cada vez mais se confundem com os seus próprios interesses econômicos.

⁹ Para maiores informações, ver site: www.turismo.gov.br

3. SUSTENTABILIDADE

3.1 Desenvolvimento Sustentável

A preocupação do homem com um desenvolvimento que resguarde o ambiente em que vive, não só para si como também para futuras gerações, não se iniciou com o Clube de Roma, todavia, já na antiguidade havia medidas semelhantes:

Muitas cidades e metrópoles do império Romano, segundo alguns estudiosos, teriam sido planejadas com o intuito de se alcançar a sustentabilidade, assim como certas civilizações da Antiguidade teriam desenvolvido um conjunto de técnicas destinadas à conservação da produtividade do solo e à proteção do frágil sistema ecológico, como, por exemplo, os povos da Mesopotâmia, às margens dos rios Tigres e Eufrates (SWARBROOKE apud CUNHA; GUERRA, 2008, p. 169).

Igualmente importante, a necessidade de idealização e a prática de um desenvolvimento alicerçado pela sustentabilidade, foi corroborada com a publicação da obra “Primavera silenciosa”, escrito pela bióloga norte-americana Rachel Carson, a qual chamou a atenção de governantes e ambientalistas, por meio da denúncia de que a fertilização dos alimentos por meio de produtos químicos – como o DDT¹⁰ – causaria sérios problemas à saúde humana. Este fato inseriu as preocupações ambientais em discussões políticas em âmbito mundial (SHUMACHER, 1973 apud CUNHA; GUERRA, 2008).

Depois de décadas de exploração desmedida dos recursos naturais fundamentada em valores econômicos em vigência desde a Revolução Industrial, percebeu-se que não havia quantia econômica que conseguisse tornar um recurso findável em renovável. De acordo com Jatobá et al. (2009, p. 02):

O mundo vivia o *boom* econômico do período pós-guerra e o fordismo e o taylorismo impunham uma nova escala à produção industrial. A produção e o consumo de massa, baseados no uso intensivo do petróleo e da eletricidade como fontes energéticas, geraram uma mudança radical no uso dos recursos naturais e nos seus efeitos ambientais. O uso militar da energia atômica e desastres ambientais como os do *Dust Bowl* nos anos de 1930, nos Estados Unidos; Donora na Pensilvânia USA (1948); o *smog* londrino de 1952; a contaminação da baía de Minamata, no Japão (1956) e outros, alertavam para os grandes riscos das atividades potencialmente poluidoras para o homem e para o meio ambiente.

¹⁰ Sigla de Dicloro-Difenil-Tricloroetano.

Dessa forma, os valores ideológicos de toda a sociedade precisavam ser reavaliados, tendo em vista a preservação do meio ambiente, para a garantia da própria manutenção da vida humana. É claro que os aspectos econômicos que a envolvem, também foram motivações prioritárias para que se tentasse desenvolver uma nova ideologia, que buscasse zelar por uma maior harmonia entre natureza e desenvolvimento humano. Como relata Leff (2006, p. 134):

A visão mecanicista do mundo produzida pela razão cartesiana e pela dinâmica newtoniana converteu-se no princípio constitutivo da teoria econômica, predominando sobre os paradigmas organicistas dos processos da vida e orientando o desenvolvimento *antinatural* da civilização moderna. Dessa forma, a racionalidade econômica desterrou a natureza da esfera da produção, gerando processos de destruição ecológica e degradação ambiental que foram aparecendo como *externalidades* do sistema econômico. A noção de sustentabilidade emerge, assim, do reconhecimento da função que a natureza cumpre como suporte, condição e potencial do processo de produção.

Nessa conjuntura ocorreu, em 1972, a Conferência de Estocolmo, dando origem ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), caracterizada por instigar a população mundial a repensar sua relação com o todo que a cerca, tornou-se fundamental na consolidação da definição do termo “Desenvolvimento Sustentável”. A esse respeito, Câmara (2010, p 71) afirma que:

No ano de 1972 ocorreu um importante evento que deu visibilidade à questão ambiental – a Primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada em Estocolmo. Essa conferência deu origem ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e estabeleceu os fundamentos para as discussões sobre os problemas ambientais a partir de uma perspectiva global de desenvolvimento. Esta postura representaria as bases fundadoras do que mais tarde viria a ser denominado de desenvolvimento sustentável.

Sobre essa marcha do homem à sistematização da preocupação com a sustentabilidade, Vecchiatti (2004) enfatiza que havia a crença de que para resolver os problemas ambientais seria suficiente a modernização dos processos produtivos, e a solução seria encontrada na legislação e em técnicas de controle da poluição como exigiam os representantes dos países industrializados. Porém, ao passar do tempo, chegou-se a conclusão de que essa era uma visão tecnicista e reducionista, fazendo-se imprescindível uma abordagem mais ampla dos problemas e possíveis soluções. Assim, tornou-se necessário discutir o modelo de desenvolvimento internacional.

A esse respeito declara Shiva (apud CUNHA; GUERRA, 2008, p. 91):

[...] A ideologia do desenvolvimento sustentável vem sendo constituída dentro de limites da economia de mercado, oferecendo, portanto, soluções de mercado à crise ecológica. Para ela, essa falsa noção se baseia em três erros ontológicos: o primeiro é a primazia ontológica do capital; o segundo é a separação ontológica entre produção e conservação; e o terceiro erro é dar por sustentada a substituição da natureza pelo capital.

Mas coube ao Relatório *Brundtland* condensar as preocupações com a manutenção dos recursos naturais, expostas até então em publicação de artigos, livros e na realização de reuniões internacionais, conforme ratifica Vecchiatti (2004, p. 92) quando diz que:

O conceito de desenvolvimento sustentável foi consagrado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente – CMMA das Nações Unidas, em 1987, que ocorreu mediante a preocupação em implantar um novo modelo de desenvolvimento para o século XXI, o qual viesse a atender às necessidades econômicas harmonizando-as com as dimensões sociais e ambientais da população global.

No próprio Relatório *Brundtland* (1983, p. XI), logo no prefácio, há o relato de quais são os objetivos da Assembléia Geral das Nações Unidas ao sugerir uma “Agenda global para mudança”: Propor estratégias ambientais de longo prazo para obter um desenvolvimento sustentável por volta do ano 2000 e daí em diante; Recomendar maneiras para que a preocupação com o meio ambiente se traduza em maior cooperação entre os países em desenvolvimento e entre países em estágios diferentes de desenvolvimento econômico e social e leve a consecução de objetivos comuns e interligados que considerem as inter-relações de pessoas, recursos, meio ambiente e desenvolvimento; Considerar meios e maneiras pelas quais a comunidade internacional possa lidar mais eficientemente com as preocupações de cunho ambiental; Ajudar a definir noções comuns relativas a questões ambientais de longo prazo e os esforços necessários para tratar com êxito os problemas da proteção e da melhoria do meio ambiente, uma agenda de longo prazo a ser posta em prática nos próximos decênios, e os objetivos a que aspira a comunidade mundial.

O “Nosso Futuro Comum”, em suma, distinguiu: as ameaças que o mundo vivia diante do crescimento populacional desenfreado e de um modelo econômico sem preocupações além do lucro, ausente de visão crítica sobre o futuro; reconhecendo as políticas internacionais como importante instrumento de disseminação do novo modelo de desenvolvimento, baseado na administração racional de recursos naturais, conjugando questões sociais e ambientais, haja vista serem princípios indissociáveis

deste novo conceito. Mas diferente dos relatórios anteriores, visou quebrar o paradigma de controle do crescimento das populações como fundamento para o Desenvolvimento Sustentável.

Após a delimitação do que seja Desenvolvimento Sustentável, tornou-se imprescindível a tentativa de pô-lo em prática em âmbito global. Diante disso foi realizada, em 1992, a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), ou Rio-92, em que foram formalizados compromissos governamentais como nunca havia acontecido. Sobre os efeitos da Rio-92, Irving (2002, p. 28) afirma:

Como resultado, são firmados importantes acordos internacionais como a Agenda 21, Plano Global de Ação adotado pelos governos presentes na ocasião, portanto de legitimidade internacional, para proteger o futuro do planeta. A Rio 92 teve um impacto significativo na mobilização da sociedade civil organizada e, a partir de então, diversas ONGs passaram a incorporar a educação ambiental como tema prioritário de atuação.

A Agenda 21 pode ser descrita como um compromisso assumido pelos países participantes da Rio-92, com o intuito de desenvolver políticas públicas pautadas no Desenvolvimento Sustentável, decorridas dos debates vigentes sobre a interdependência das dimensões econômicas, sociais, ambientais e institucionais (AGENDA 21 BRASILEIRA, 2004, p. 31)

Outro compromisso do evento foi a necessidade de ratificar a Agenda 21, a fim de que fossem incorporados os princípios desenvolvidos durante a Rio-92. Assim, foi ampliada a ideia de que os problemas ambientais têm raízes nas relações sociais desenvolvidas e mantidas em uma determinada localidade.

Para Cavalcanti (2001, p. 34), a “interligação entre o desenvolvimento sócio-econômico e as transformações no meio-ambiente, durante décadas ignorada, entrou no discurso oficial da maioria dos governos do mundo”. Há de ser observado também, grande progresso entre a realização do Relatório *Brundtland* e a elaboração da Agenda 21, em que esta última valoriza mais ainda a necessidade de articulação dos agentes sociais (Estado, sociedade civil, iniciativa privada) para o desenvolvimento local de uma consciência sustentável, tendo em vista que o todo só pode ser mudado através das ações locais. É o que explica Sachs (apud VECCHIATTI, 2004, p. 93):

A ideia do desenvolvimento local transferiu o foco de atenção da poluição para a gestão, da ênfase na molécula poluidora para a educação ambiental e da técnica de comando-controle para as políticas territoriais. A transição para uma abordagem territorial e informacional da sustentabilidade é extremamente importante para a eficiência na geração e implantação de

políticas públicas, pois o potencial de desenvolvimento de um país depende, principalmente, de sua capacidade cultural de pensar de forma endógena sobre seus futuros desejáveis.

Desde então, os eventos globais de temática ambiental sobre desenvolvimento sustentável dos povos aconteceram com mais frequência em todas as partes do mundo. Cabe destacar o Protocolo de Kyoto, assinado no Japão, em 1997, com o intuito de firmar tratados entre países, para que, em função da observação do aquecimento global e suas implicações para toda a humanidade, fosse visada a diminuição de emissão de gases do efeito estufa (GREENPEACE ¹¹) e a Carta da Terra, a qual consiste em uma declaração que busca inspirar todos os povos, a incorporar valores éticos baseados numa responsabilidade compartilhada, provocando uma ação global contínua pela paz, a justiça e a sustentabilidade dos povos.(A iniciativa da Carta da Terra Brasil¹²).

Em 2002, foi realizada em Joanesburgo, na África do Sul, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável que ocorreu mediante a necessidade de verificação do cumprimento dos compromissos assumidos na Rio-92, entre eles, colocar em prática a Agenda 21 (DIAS, 2003).

Após a consolidação do conceito de DS, percebe-se a sua compreensão no âmbito científico, por conseguinte, vários ramos do conhecimento passaram a se debruçar sobre o tema, alargando seu entendimento e alcance, favorecendo mais ainda a visão sistêmica do Desenvolvimento Sustentável, de forma a instigar os detentores de uma visão não reducionista do assunto, a lutar por uma mudança de paradigmas, para que possa ser alcançada a sustentabilidade nos meios de produção e consumo.

Acerca da definição de Desenvolvimento Sustentável e o conseqüente aumento na facilidade em detectar falhas na tentativa de implantação deste, expõe Dias (2003, p. 49):

Fica claro que o conceito dá margem a interpretações que de modo geral fundamentam-se num desequilíbrio entre os três eixos fundamentais do conceito de sustentabilidade: o crescimento econômico, a preservação ambiental e a equidade social. O predomínio de qualquer desses eixos desvirtua o conceito e torna-se manifestações de interesse de grupos isolados do contexto mais geral, que é o interesse de toda a humanidade.

¹¹ Consultar site: http://www.greenpeace.org.br/clima/pdf/protocolo_kyoto.pdf

¹² Consultar site: <http://www.cartadaterrabrasil.org/>

Assim, percebe-se que desde sua conceituação precípua, tornaram-se mais fáceis e rotineiras as discussões a respeito da real possibilidade de um Desenvolvimento Sustentável que não se restrinja ao campo do discurso. Há teóricos, por exemplo, que afirmam o quanto o discurso do DS tem o fito de permanecer no campo das ideias e mascarar uma realidade latente em nossa sociedade, propondo um posicionamento declaradamente radical a respeito do assunto, indicando que o verdadeiro caminho para sua concretização, sem comprometer os aspectos sociais e ambientais da terra, seja o ecodesenvolvimento ¹³, proposto anos antes do DS (CUNHA; GUERRA, 2008, p.89)

3.2 Sustentabilidade Ambiental no turismo

Conforme já elucidado, o modelo econômico vigente incita, desde a década de 1960, o alastramento da atividade turística de forma massiva (CUNHA; GUERRA, 2008, p. 171), haja vista a rentabilidade muito favorável ao rápido desenvolvimento de uma localidade. Tendo em vista a referida premissa, iniciativa privada e poder público perceberam as vantagens advindas do turismo, o que facilitou o amplo e rápido exercício de sua atividade pelos mais variados lugares mundo afora.

Sobre tal fenômeno, de massificação do turismo, relata Ruschmann (1997, p.15):

Os anos de 1950 a 1970 caracterizam-se pela massificação da atividade; quando os voos *charters* e os “pacotes turísticos” conduziram milhares de pessoas às partes mais remotas do planeta, além de conduzi-las a localidades nos próprios países emissores (turismo interno). Nos anos 80, a prosperidade econômica dos países desenvolvidos fez com que a grande maioria da sua população usufrísse de férias pelo menos duas vezes por ano e as mais diversas categorias profissionais tiveram acesso às viagens turísticas empreendidas em grupo ou isoladamente.

Após o *boom* da atividade turística pelo mundo, emergiu a necessidade de encontrar formas de abrandamento dos impactos advindos dessa prática. Como se pode perceber pelo relato de Dias (2003, p. 52):

Na década de 70, nos países desenvolvidos, intensificam-se os estudos a respeito dos impactos ambientais do turismo no meio físico e nas comunidades. [...] As preocupações com os impactos ambientais do turismo levaram o Banco Mundial, em 1972, a propor que se deveria avaliar o

¹³ Premissa de desenvolvimento que se baseia em três preceitos principais: eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica. (Sachs, I. 1986)

impacto do turismo levando em consideração vários aspectos (BANCO MUNDIAL, 1974 apud BUCHINGER, 1994: 79): vinculação entre meio ambiente e os recursos, *design* e construção do projeto; operações; fatores socioculturais e repercussões na saúde.

Dessa forma, mediante os acontecimentos relatados e as pressões do movimento ambientalista, a partir da década de 1990, a ideia de turismo sustentável ganha grandes proporções, passando a ser encarado como a base para perpetuar uma indústria favorável ao incremento da economia, da cultura e da sociedade. Assim, o turismo sustentável se caracteriza como aquele que apresenta maior potencial para maximizar os benefícios econômicos e socioambientais, e capaz de promover a qualidade de vida das populações autóctones, oferecer maior qualidade de experiências de visitação e conduzir à proteção do ambiente visitado (OMT, 1997 apud GUERRA; CUNHA, 2008).

Sobre tais vantagens, torna-se indispensável observar a análise feita pela Conferência Globo 90, em Vancouver (CUNHA; GUERRA, 2008, p.172):

O turismo sustentável estimula uma compreensão dos impactos do turismo nos ambientes natural, cultural e humano; o turismo sustentável assegura uma distribuição mais justa de benefícios e custos; o turismo gera empregos locais, tanto diretos quanto indiretos, em outros setores de suporte e de gestão de recursos [...] O turismo sustentável procura tomar decisões em todos os segmentos da sociedade, até mesmo nas populações locais, de forma que o turismo e outros usuários dos recursos possam coexistir. Ele incorpora planejamento e zoneamento, assegurando o desenvolvimento do turismo adequado à capacidade de carga do ecossistema [...] o turismo cria facilidades de recreação que podem ser usadas pelas comunidades locais e não apenas por turistas domésticos ou internacionais.

Sob essas circunstâncias, a forma de exploração dos recursos naturais para a prática de turismo se modificou. A preservação do meio ambiente começou a nortear o interesse da demanda turística, fomentando novas práticas mais condizentes com a preservação/conservação dos ecossistemas, a exemplo do turismo ecológico. A esse respeito, Ruschmann (1997, p. 21) afirma que:

Depois da metade dos anos 80, distingue-se um outro período, no qual as práticas turísticas e de lazer da fase precedente perde a sua amplitude. O turismo de natureza ou o turismo ecológico ocorre na maioria das localidades turísticas estabelecidas, e nas novas, evita-se a ocupação de todos os espaços. Caminhadas, ciclismoos, *rafting*, *mountain bike*, *MotoCross* e toda uma série de esportes novos necessitam de uma natureza preservada. A natureza e todos os componentes tornam-se pretextos para a descoberta, a iniciação, a educação e o espírito de aventura e, dessa forma, d o origem a um novo mercado.

Contudo, tendo em conta que essa procura pela natureza e o envolvimento maior da atividade turística com o meio ambiente pudesse acarretar um grande prejuízo ambiental – mediante a fragilidade dos recursos naturais e a atividade humana em seu meio, inclusive os ainda inexplorados – inicia-se a prática do ecoturismo¹⁴.

O ecoturismo se desenvolve não como um produto de publicidade, mas como uma efetiva busca de aplicar na prática o conceito de DS ao turismo, visando a exploração responsável dos recursos ambientais e culturais das destinações turísticas. Assim, pode-se afirmar que o ecoturismo se caracteriza como uma forma de desenvolver a sustentabilidade ambiental em uma destinação turística, não correspondendo ao mesmo que turismo sustentável, porquanto todas as formas de turismo – social, cultural, de aventura, entre outras – devem se enquadrar neste tipo de turismo. Em outros termos, o turismo sustentável deve ser almejado na lógica de qualquer segmento do turismo desenvolvido em uma localidade.

Um modo concreto de busca pela responsabilidade com o meio ambiente pode ser retratado através de documentos acertados em conferências internacionais, como é o caso da Declaração de Estocolmo, que “convidava os governos e povos a desenvolverem esforços comuns para a preservação e a melhoria do ambiente humano e para o benefício de todos e para a posteridade” (MEDEIROS, 2010, p. 17). Ou ainda, a Carta da Terra, que foi aprovada pela UNESCO, em 2000, tendo como função precípua declarar princípios que regessem a vida da sociedade baseada na responsabilidade, incluindo equilíbrio ecológico, a justiça social e econômica e a paz universal (MEDEIROS, 2010).

Corroborando com as preocupações ambientais registradas através desses documentos, em 1988, a defesa ao meio ambiente ganhou a posição necessária no Brasil, através de um capítulo inteiro na Constituição Federal (CF) que trata diretamente sobre meio ambiente. Insta lembrar, que mesmo antes da CF, o país já possuía institutos de tutela do meio ambiente, vide a instituição da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei 6.938/81) (MEDEIROS, 2010) que “tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no país, as condições ao desenvolvimento socioeconômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana” (art. 2º da referida lei).

¹⁴ Embora alguns autores, a exemplo de Dias (2003), diferenciem ecoturismo e turismo ecológico, para a presente pesquisa, não são feitas distinções, porquanto não influenciam o seu entendimento.

Sendo assim, constitui-se a necessidade de esclarecimento através da análise de Sirvinskas (apud MEDEIROS, 2012, p. 16) acerca do que trata o Direito Ambiental, quando afirma que “é a ciência jurídica que estuda, analisa e discute as questões e os problemas ambientais e sua relação com o ser humano, tendo por finalidade a proteção do meio ambiente e a melhoria das condições de vida do planeta”.

Amparadas pela lei, as reivindicações de responsabilidade ambiental se tornaram mais fáceis de serem exigidas do que quando restritas a acordos e pactos internacionais ou manifestações sociais isoladas. Assim, o meio ambiente enquanto matéria-prima do turismo ganhou mais ferramentas de proteção, com vistas a garantir sua permanência em condições favoráveis ao deleite das futuras gerações, apesar de que o cumprimento dessa legislação é algo que permanece como uma preocupação nos dias hodiernos. Desta forma, constitui-se relevante elucidar que a degradação ambiental pode não ter como único fator a prática do turismo, mas é certo que este pode acarretar em desastrosos prejuízos.

Exemplo elucidador é o caso da praia de Pipa em Natal – RN, em que o Ministério Público, agente legitimado na luta contra a degradação, ajuizou ação civil pública contra o empreendimento Acauã Participações Ltda, pois tal empresa principiou construção de uma pousada em área de preservação permanente, inclusive desmatando a vegetação nativa, infringindo as normas de proteção referentes ao assunto: as leis e a própria Constituição Federal (TRIBUNA DO NORTE, 2006). Portanto, cabe lembrar a relevância das empresas turísticas desenvolverem um posicionamento efetivamente comprometido com o meio ambiente no qual estão inseridas, uma vez que representam amplo poder de interferência na comunidade receptora.

Sendo assim, elucidada-se pensamento de Dias (2009) acerca de como a sustentabilidade ambiental deve ser desenvolvida pelas empresas¹⁵, quando este expõe a necessidade destas fundamentarem seus processos produtivos em uma ecoeficiência, possibilitando aos colaboradores o desenvolvimento de uma cultura ambiental organizacional, adquirindo um posicionamento de responsabilidade ambiental através da não contaminação do ambiente natural, e envolvendo-se com todas as possibilidades de parceria com governos locais e regionais em ações de preservação do meio ambiente natural, como forma de ratificação de sua preocupação com o meio ambiente.

¹⁵ Que neste trabalho tem como foco as empresas hoteleiras.

3.3 Marketing e suas implicações nas destinações turísticas

Após as duas primeiras revoluções do setor produtivo, o mundo pós-moderno ingressou na era da informação, em que a tecnologia avançada favorece a obtenção de informações numa velocidade nunca antes vista na história da humanidade. Diante disso, o mercado¹⁶ se mostra cada vez mais competitivo, e então, diante de tantas ofertas, o poder de compra fica estabelecido ao cliente, incitando o mercado a novas formas de angariar demanda para os seus produtos. A respeito dessa fase, Petrocchi (2004, p. 19) afirma que:

Tais mudanças ambientais tiveram grande impacto nas abordagens da teoria clássica da administração. Novos e complexos desafios foram colocados para as funções comerciais, com o reconhecimento de que o poder de compra estava nas mãos dos clientes. As empresas passaram, então, a realizar pesquisas e analisar os desejos de mercado. Os resultados desses estudos foram usados na especificação dos seus produtos e serviços, configurando então o conceito de marketing.

Sobre o marketing, existem também várias conceituações, embora não haja grande divergência entre elas, existem concepções voltadas para dois aspectos distintos: um social e outro técnico. Assim, faz-se importante consignar algumas destas acepções.

De acordo com a *Ohio State University*, 1965 (apud Casas, 2006, p. 10) marketing corresponde ao “processo na sociedade pelo qual a estrutura da demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através da concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços”. Já Sandhusen (1998, apud Casas, 2006, p. 10) imprime outra interpretação ao marketing, definindo-o como sendo:

[...] a área de conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade.

Logo, faz-se notória a relação direta que o marketing mantém com todas as atividades baseadas na troca, seja esta de bens ou de serviços. Insta lembrar que tal relação se torna diferente nos casos distintos citados. Como relata Petrocchi (2004, p. 27) quando afirma que:

¹⁶ “Mercado são meios que favorecem a troca de bens e serviços por meio do contrato de compradores e vendedores, seja diretamente, seja por meio de agentes ou instituições intermediárias” (PETROCCHI, 2004, p. 19).

A ordem tradicional no fluxo de produção de bens, representada por produção/ distribuição/vendas, está sendo invertida em função de um padrão orientado pelo cliente e representada pelo fluxo vendas/produção/distribuição. Observa-se, entretanto, que esta última ordem sempre foi adotada pelas empresas de serviço.

Caso específico de empresas do setor de serviços, que com frequência invertem a ordem tradicional no fluxo de produção, são os hotéis. Em verdade, tal como a maioria das empresas da atualidade, incorporam superficialmente o padrão ditado pelo cliente, no caso o arquétipo ecologicamente correto, inspirando a fase de vendas e distribuição. Contudo, em muitos casos, eliminam a fase de produção de um produto ambientalmente sustentável.

Tal fenômeno pode ser observado em hotéis cujas ações de marketing sugerem haver valores referentes à preservação ambiental e à sustentabilidade, mas que, na prática, não exercem atitudes que comprovem essa ideologia associada ao empreendimento. Caso do hotel *Candlewood* Suítes, localizado no Texas, alvo de notícia do *The Wall Street Journal*, por ter forjado um “Cliente Oculto” em seu próprio estabelecimento, publicou comentários benéficos a sua própria imagem no *TriAdvisor*¹⁷, para subir na classificação e ter maior visibilidade, enquanto que no site Expedia, os usuários colocaram o hotel na 368ª posição. O título da matéria referida foi: “Empresas pagam por comentários falsos”¹⁸.

No caso específico do marketing verde, ações de caráter duvidoso das empresas, para mascarar preocupações com o meio ambiente para conquistar consumidores, está correlacionada à ascendente preocupação do homem contemporâneo com a natureza, devido à reabilitação da percepção de sua dependência, para a garantia de sua sobrevivência.

A estrutura responsável pelo marketing das empresas reconhece as necessidades do homem atual, no caso, ela é equivalente à necessidade de sentir-se “de bem” com o meio ambiente, e, ao mesmo tempo, sentir-se útil em sua preservação, embora isto não

¹⁷ Site que oferece dicas de viajantes reais a várias opções de viagens e critérios necessários a esta. (TripAdvisor)

¹⁸ A matéria foi republicada por um site brasileiro com o subtítulo: “Ainda nos deparamos com governos, sociedades e empresas que utilizam ferramentas modernas de marketing e comunicação, visando apenas e tão somente o lucro, e pouco se importando com as comunidades e clientes que atendem” (PASSOS, 2012).

seja realizado através de suas próprias atitudes. Acerca de tais afirmativas, Birdwell (1968 apud BLISS, 1978) confirmou a hipótese de que:

Grande parte do comportamento de compras é uma função da auto-imagem e que as escolhas são influenciadas pela maneira pela qual o indivíduo deseja que os outros o vejam. Uma vez mais, os motivos envolvidos provavelmente estão na área geral da necessidade de auto-realce, estima e defesa do ego.

Existem dois aspectos preponderantes ao se falar do efetivo Marketing Verde ou Marketing Ambiental: o esforço para uma melhor relação com o meio ambiente e as oportunidades de negócios advindas de sua prática. O primeiro originado de pressões da sociedade e da própria legislação ambiental vigente, para um posicionamento de responsabilidade social no local em que atuam.

O Marketing ambiental pode ser desenvolvido pelas empresas como uma ferramenta estratégica, sendo capaz de projetar a imagem de uma empresa, difundindo-a com uma visão que destaca as suas preocupações ambientais. Filiada a esse entendimento, a abordagem de Viégas (2009, p. 5) reitera a importância do marketing e das políticas ambientais afirmando:

[...] assim é que, especialmente, as grandes indústrias têm investido em propaganda massiva voltada à divulgação de suas “políticas ambientais”. A publicidade remete tanto ao respeito aos padrões ambientais (a que a indústria é compelida por uma plêiade de normas jurídicas obviamente cogentes) quanto às iniciativas de responsabilidade ambiental (tais como a manutenção de programas de reflorestamento ou de educação ambiental).

Mas, na realidade, tal forma de marketing sugere a ultrapassagem dos limites de uma simples campanha publicitária e propõe aos setores de marketing de uma empresa, que assumam a responsabilidade do desenvolvimento de uma gestão ambiental, como forma de incremento, aliando a isso uma oportunidade de crescimento do empreendimento.

Sobre Marketing verde, Oliveira (2007) propõe que ocorra uma interação no ambiente corporativo, envolvendo preocupações com a sociedade e com o meio ambiente, realizando um processo contínuo para que a lucratividade aumente e a consciência socioambiental perdure. Kotler (apud Oliveira, 2007) reflete de forma crítica sobre o marketing verde, considerando-o como compromisso social e relata que:

[...] em época na qual a deterioração do meio ambiente, a escassez de recursos naturais, a fome e a miséria são presentes, não basta atender as necessidades e desejos dos clientes; torna-se necessário também respeitar e

preservar o ambiente no qual o consumidor está inserido. Assim, surge a orientação de marketing societal que se preocupa com questões ambientais e sociais, como apoio a entidades beneficentes, arrecadação de fundos para causas sociais e também com a preservação do meio ambiente.

Portanto, para que se trabalhe o marketing verde, a empresa deve incorporar considerações ambientais nas suas operações de gestão, adquirindo um compromisso social e, através do posicionamento de mitigação de impactos negativos, educar a população no entorno da empresa, colaboradores e até futuros clientes. Nesse sentido, Stringhini (2009, p.31) menciona entendimento oportuno sobre marketing verde que esclarece sua dinâmica:

O Marketing verde é uma ferramenta que tem entre suas intenções e preocupações a sensibilização do cliente, modificando seu comportamento, ou um produto, ou um serviço através de um trabalho que gera mudanças no contexto ambiental, e social não basta atender as demandas e necessidades dos clientes, é necessário minimizar os efeitos negativos ao meio ambiente, ser sustentável. É uma ferramenta utilizada no processo de venda de serviços e produtos que possuem benefícios ambientais, este pode ser demonstrado na sua produção, no modo como foi embalado, na sua composição, no seu descarte e até na embalagem.

É válido ressaltar, portanto, que o marketing ambiental não se restringe à promoção e à divulgação de produtos ou no caso deste trabalho, de equipamentos turísticos que tenham alguma preocupação mínima com as questões do meio ambiente.

Há de se lembrar que o desenvolvimento efetivo do marketing verde pelas empresas, através do exemplo de empreendimentos conhecidos pela população, contribui para instigar na sociedade o dever de zelo pelo meio ambiente. Tal contribuição se torna significativa haja vista que as ações desenvolvidas pelas empresas são mais perceptíveis e notáveis, configurando um cenário de base para a mudança de comportamento dos demais agentes sociais, permitindo, inclusive, a crítica aos propagadores de um marketing verde superficial e falacioso, visando apenas o lucro advindo da associação de suas marcas à causa ambiental.

De suma importância, também, é a participação não só de empresários e gestores públicos na questão ambiental, mas também do consumidor. Caso notado no relato de Viégas (2009, p. 5):

A Rio 92, além de ter demarcado a inserção do setor empresarial, agora na condição de “amigo do verde”, no esforço de proteção ambiental, conduziu ao debate propostas de políticas ambientais que consideram o consumo como

importante elemento de gestão ambiental e os consumidores como atores sociais de fundamental importância neste contexto.

Dessa forma, os consumidores enquanto atores sociais são fundamentais. Ainda que, por vezes, sejam negativamente influenciados pela mídia, são eles os agentes interessados nos produtos levados ao mercado. Nessa senda, consumidores conscientes de que sua contribuição para a sustentabilidade do planeta não se limita a comprar produtos e serviços que se dizem vinculados à causa ambiental, tornam-se menos vulneráveis ao marketing verde pérfido desenvolvido por algumas empresas. De modo que não será uma certificação apenas – como a ISO 14001, por exemplo – que fará um consumidor se hospedar em um hotel. Mas sim, a verificação visual, investigativa ou casual, de que aquele empreendimento se preocupa com as questões ambientais.

Portanto, deve ser refletido que, a prática do marketing verde no turismo e suas implicações, são também reflexos da sociedade. Isso se deve ao fato dos empreendimentos hoteleiros, enquanto equipamentos turísticos, voltarem-se à demanda correspondente à segmentação de mercado em que está inserido, ou até mesmo, a tendências globais.

Existem casos em que a segmentação do mercado alvo de um determinado hotel não é a ambiental, mas para os gestores se torna tão fácil evidenciar a preocupação ambiental (sem de fato comprovar tal conjuntura e ser punido por isso) e conquistar demanda compatível, que a reunião de esforços para angariar mais esse nicho de mercado se torna mínima diante do lucro a ser obtido.

Destarte, considerando que a sociedade é constituída pelas ações de interação que o indivíduo é compelido ou não a praticar (OLIVEIRA, 1997) e mediante as problemáticas tocantes à veiculação de falsas preocupações ambientais, compreende-se que, comumente, o real interesse em zelar pelo meio ambiente não tem como principal contribuinte as leis ou normas ambientais, mas o próprio comportamento ético mantido pelo homem, pois é este quem fiscaliza as leis e normas, quem desenvolve o plano de marketing de um hotel, ou mesmo utiliza de veiculação midiática para conquistar consumidores de forma desleal, ou ainda, é este que mantém a necessidade de consumir produtos ambientalmente corretos para compensar sua eventual falta de comportamento ambiental responsável em seu dia-a-dia.

4. ÉTICA: BEM ESTAR DO HOMEM

4.1 O que é ética?

A ética vem sendo estudada há muitos anos, desde que o homem começou a observar que suas atitudes, diante de circunstâncias diversas, são ditadas por valores que o levam a tomar decisões na hora de agir. Dessa forma, torna-se adequado averiguar alguns estudos sobre a ética ao longo da história.

Platão constitui o primeiro filósofo grego a tematizar as principais questões éticas que chegaram até nossos dias. Dentre as suas mais relevantes contribuições, pode-se dizer que:

Dois pontos fundamentais emergem da discussão platônica sobre questões éticas. O indivíduo que age de modo ético é aquele capaz de autocontrole, de “governar a si mesmo”, como vemos em Górgias. Entretanto, a possibilidade de agir corretamente e de tomar decisões éticas depende de um conhecimento do Bem, que é obtido pelo indivíduo por meio de um longo e lento processo de amadurecimento espiritual, “a ascensão da alma”, tal como descrita na alegoria da caverna (MARCONDES, 2006, p. 16).

Nesse âmbito, o comportamento ético consiste naquele proveniente de um indivíduo capaz de autocontrole, capaz de minimizar a busca unicamente por seu bem, para almejar a busca do bem comum. Para Platão, este conhecimento do Bem¹⁹ é pressuposto para a conduta eticamente correta (NERI, 2004).

Já relacionado à obra de Platão intitulada “A República”, no que tange à natureza humana, Marcondes (2006, p. 32) bem diz que:

Sócrates apresenta a Glauco três tipos de homem e pergunta qual deles seria o mais feliz: o governado pela razão, aquele que é dominado pelo desejo de glória ou o que é dirigido pela ambição de riqueza. Conclui que é aquele em que a razão predomina. Assim, se como vimos acima, a conduta ética depende do autocontrole, segundo a concepção platônica de natureza humana nesta passagem, o indivíduo mais feliz e realizado do ponto de vista ético é aquele em que a razão predomina e por isso é capaz de decidir com mais acuidade e melhor governar a si mesmo.

Já a obra de Aristóteles, por não ser em forma de diálogo, tende a uma configuração mais sistemática de falar sobre ética. A respeito da obra “Ética a Nicômaco”, Marcondes (2009, p. 38) relata que:

¹⁹ Que não definiu com exatidão, apenas descreveu como se consegue o conhecimento do bem, como descrito no “mito das cavernas”.

Nesse texto, contrariamente a Platão no *Mênon*, Aristóteles afirma que a virtude (*Areté*, aqui traduzida por excelência) pode ser ensinada, sendo esse ensinamento um dos objetivos centrais da filosofia. A virtude não é inata, mas resulta do hábito (*ethos*, raiz do próprio termo “ética”, como lembra Aristóteles), ou seja, é necessário praticá-la, exercê-la efetivamente para nos tornarmos virtuosos.

A obra de Aristóteles aborda a ética tomando como base central a felicidade. A esse respeito, Marcondes (2009, p. 46) expõe que: “No Livro I, como vimos anteriormente, a felicidade, ou bem-estar, é apresentada como aquilo que todos buscam e também como objetivo da ética, e, em última análise, como um fim em si mesma.”. Ou seja, age correto eticamente, aquele que busca a felicidade (o bem supremo) que Aristóteles afirma ser a sabedoria, que deve orientar toda conduta humana e que constitui uma habilidade racional adquirida ao longo do tempo assim como as outras virtudes, que permite definir corretamente qual a melhor forma de agir, dando prioridade aos princípios gerais como o do justo meio em relação às vontades egoístas do homem. “Definitivamente, é guia da conduta humana” (NERI, (2004, p. 129).

A respeito das reflexões de Aristóteles acerca da ética, da busca do bem, Neri (2004, p. 131) cita que:

No final da sua obra, ele se pergunta para que servem todos esses raciocínios em torno da virtude. São suficientes para nos tornar “homens de bem”? A resposta não é consoladora: a maioria, diz ele, deixa-se arrastar pelas paixões, que não obedecem à razão mas à força. Que raciocínio poderia então transformar homens assim? É preciso, sim, uma boa educação do caráter desde a adolescência, e só é possível consegui-la se se vive numa comunidade ordenada por boas leis, as quais, ao obrigarem a se abster de ações más por medo da punição, podem gerar aos poucos a aquisição das boas disposições e reforçá-las.

É preciso, contudo, atentar que é importante sim a obrigatoriedade do agir corretamente em função da lei, mas isso deve sempre vir acompanhado da boa educação de caráter, pois, na falta de uma lei ou da sua fiscalização que impõe um comportamento correto, mesmo assim, o indivíduo tenderá, pelo saber do bem, a agir buscando a *epieikeia* (o justo meio). Outro grande filósofo que refletiu acerca da ética foi Kant, afirmando que ela é muitas vezes considerada uma ética deontológica, porque toma como foco a noção do dever. Contudo, em divergência a outras éticas deontológicas, a de Kant não institui uma lista dos deveres entendidos como motivações

prioritárias à ação (NERI, 2004). Ou seja, não existem para Kant ações que sejam sempre proibidas em virtude de uma característica interna delas.

Kant, no estudo da ética, diferentemente de Aristóteles, não busca instituir o que é o bem e a partir disso delinear o tipo de conduta certa a ser realizada. E assim, afirma que a lei moral deve assumir a configuração de um imperativo categórico, pois só assim será capaz de reger as paixões humanas.

Como não busca listar quais as formas de externalização de um caráter eticamente correto, Kant procura uma fórmula que oriente com eficiência como agir com eficácia segundo o dever, e a chama de imperativo categórico, explicado por ele mesmo de tal modo: “age somente segundo a máxima que, ao mesmo tempo, podes querer que se torne uma lei universal” (KANT, 1988, p. 49).

Outro grande pensamento de Kant é o de que a felicidade não pode ser princípio da moralidade, “porque o homem deve agir unicamente por dever e nisso consiste sua virtude” (NERI, 2004, p. 178). Foi pensando nisso que Kant desenvolveu os postulados da imortalidade da alma, da existência de um Deus santo e onipotente e o da liberdade, porque a crença nesses postulados faria o homem agir conforme o seu dever. Respectivamente, o primeiro postulado faria o homem perseguir a santidade, para que após a morte pudesse desfrutar de sua boa atitude na terra; o segundo faria o homem acreditar que receberia a felicidade como merecimento por sua vida em busca da santidade; e o terceiro deve ser admitido pois sem a liberdade a lei moral, o imperativo do dever, não existiria.

Já David Hume, no século XVIII, entendia que o importante no estudo da ética era estudar a natureza humana para entender como funciona concretamente a moralidade, dando a este estudo o decoro de ciência (NERI, 2004). Dessa forma, Hume busca entender de onde provém os fundamentos gerais da moral, se da razão ou dos sentimentos, concluindo que estes últimos são os responsáveis pelo nosso agir moralmente correto, pois explica que nossa concepção de vício dependerá não da atitude (em si mesma) que é praticada, mas do sentimento que essa determinada atitude desperta em nós. Se uma ação desperta em nós o sentimento de desaprovação, nesse caso, julgamos que a ação foi moralmente incorreta. No sentido de ratificar tal informação, ressalta-se citação de Hume (apud NERI, 2004. p. 184): “Assim, quando declarais viciosa uma ação ou um caráter, não quereis dizer nada mais que, dada a

constituição de vossa natureza, experimentais um sentido ou um sentimento de desaprovação ao contemplá-los”. A partir de então, seu estudo volta-se à análise dos sentimentos morais, verificando que alguns estão associados a impulsos originais e naturais e outros são artificiais, na visão de que surgiram graças às necessidades impostas pela vida em sociedade (ibid., p. 184).

No que concerne a toda pesquisa de Hume sobre a ética, destaca-se a sua afirmação de que os sentimentos morais de impulsos naturais que mais se destacam são a benevolência e a simpatia. Nesse sentido, afirma Hume (apud NERI, 2004, p. 184) que:

Com efeito, se os juízos com que aprovamos alguma coisa de útil ou agradável para nós mesmos são facilmente explicáveis com base em motivações egoísticas, os juízos com que aprovamos as coisas úteis e agradáveis para os outros devem ter uma base natural diferente e ela é precisamente a simpatia, que é um sentimento capaz de ampliar a sua esfera de ação, das pessoas mais próximas às mais afastadas, até compreender a humanidade toda.

A partir disso, pode-se supor que o estudo da ética nasce com o intuito de entender o comportamento do homem, na tentativa de poder instruí-lo a orientar suas atitudes em sociedade de acordo com o dever (que pode ser assimilado de forma implícita pela sociedade ou através de código, normas ou leis) da manutenção do bem-estar de todos. Esse bem-estar, genericamente, corresponde à problemática da ética, que ao longo do tempo, assume o caráter de determinação do proibido e do permitido, do bom ou mau, do certo ou errado.

É válido lembrar que os valores que instruem as decisões do indivíduo, variam de sociedade para sociedade, logo o comportamento eticamente correto em um país, por exemplo, pode não ser ético em um outro. Sendo assim, apesar do caráter genérico da ética – levando em consideração que o comportamento ético mantém-se correto diante de situações diversas – ela está diretamente relacionada aos valores socioculturais, pois, consoante ratifica Marcondes (2009, p.10) “os valores éticos de uma comunidade variam de acordo com o ponto de vista histórico [...] Outro exemplo menos drástico é o da poligamia e do concubinato, condenáveis em nossa sociedade mas admissíveis em outras culturas e religiões”.

Ainda sobre as dúvidas frequentes dos conceitos de ética e moral, Vasquez (1990, p. 12) explica com clareza a relação existente entre os dois:

A ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é a ciência de uma forma específica de comportamento humano [...] De acordo com essa abordagem, a ética se ocupa de um objeto próprio: o setor da realidade humana que chamamos moral, constituído – como já dissemos – por um tipo peculiar de fatos ou atos humanos. [...] A moral não é ciência, mas objeto da ciência; e, neste sentido, é por ela estudada e investigada. A ética não é a moral e, portanto, não pode ser reduzida a um conjunto de normas e prescrições; sua missão é explicar a moral efetiva e, neste sentido, pode influir na própria moral.

Na atualidade, pode-se encontrar uma grande preocupação com a questão da ética, vide notícias frequentes sobre a questão da bioética, sobre o comportamento das classes políticas – que acaba desencadeando numa série de problemas para a sociedade – ou ainda, através da formulação de códigos de ética das mais variadas profissões, ou então, do despertar para a importância de uma consciência ética para a viabilidade de comportamentos ambientalmente responsáveis.

Essa preocupação pode ser compreendida mediante a observação do abandono por parte do homem, ao longo do tempo, de tudo aquilo que possa lhe impor uma ideia de limite, na procura de um sentir-se livre. Na pré-história, por exemplo, o homem tinha suas ações limitadas através da crença no mito, que o induzia a concluir qual seria a forma correta de agir. Já da Antiguidade até o início da idade moderna, a noção de bom e mau era passada para a sociedade através da Igreja Católica, que entre outras coisas, mantinha o poder de manipulação da sociedade através do monopólio religioso.

Mas com a Revolução Industrial e a propagação ideológica do racionalismo, o homem começou a perceber que as crenças de antes não faziam sentido diante da grandiosidade de sua racionalidade em criar tecnologias diversas com fins variados, entre elas, até a de mudar o percurso natural da vida, como o prolongamento desta ou a manutenção da juventude.

Logo, o homem que antes buscava algo transcendental para nortear suas atitudes e manter o convívio harmônico com o ambiente em que vivia e com a sociedade em que estava inserido, começou a se reconhecer como centro do mundo devido a seu poder de

modificá-lo e, diante disso e do abandono de antigas crenças, adquiriu um “complexo de Deus”²⁰.

Da modernidade à contemporaneidade, além de incorporar aspectos do racionalismo, o homem começou a projetar valores do livre mercado, conceito que uma grande parte de teóricos e pessoas tendem a vincular a ideia de “absoluta liberdade de mercado”, para todas as esferas de sua vida, tornando, dessa forma, qualquer ação passível de ser aceita como boa, correta ou permitida. A esse respeito, declara Solomon (2006, p. 142):

A maior parte dos economistas e dos defensores da livre empresa só mencionam a riqueza das nações e ignoram o lugar que este livro ocupa no conjunto da filosofia de Smith. Em particular, ignoram por completo a Teoria dos sentimentos morais e sua tese central – nunca abandonada na teoria econômica de A riqueza das nações –, de que as pessoas são por natureza cooperativas e solidárias, e que seu interesse pessoal inclui naturalmente a preocupação com os outros e com suas opiniões. A Riqueza das Nações, por sua vez, é tomada como uma defesa da competição irrestrita e do sistema da livre empresa, que não se aplicaria apenas a sua província própria da produção e da troca, como a todos os aspectos da atividade humana.

Deste modo, é possível perceber que houve, gradativamente, uma perda de referência para julgar uma ação como eticamente correta. Este pode ser considerado um dos fatores para a elaboração de códigos de ética de empresas e até de profissões, numa tentativa de orientar, ao menos na vida profissional, as ações dos homens (profissionais) no relacionamento com as outras pessoas (seus respectivos clientes).

A respeito do novo estilo de vida e conduta do homem contemporâneo e da procura do bem-estar²¹ por parte dele, Boff (1999, p. 11) diz que:

Essa anti-realidade afeta a vida humana naquilo que ela possui de mais fundamental: o cuidado e a com-paixão. Mitos antigos e pensadores contemporâneos dos mais profundos nos ensinam que a essência humana não se encontra tanto na inteligência, na liberdade ou na criatividade, mas basicamente no cuidado. O cuidado é, na verdade, o suporte real da criatividade, da liberdade e da inteligência. No cuidado se encontra o *ethos* fundamental do humano. Quer dizer, no cuidado identificamos os princípios, os valores e as atitudes que fazem da vida um bem-viver e das ações um reto agir.

²⁰ Termo usado por Boff (1999) para designar a conduta do homem moderno que “se comporta como se fosse Deus”.

²¹ Que Leonardo Boff relaciona com a palavra “cuidado”.

Considerando tal conjuntura da sociedade, em que é perceptível o desequilíbrio econômico, social e ambiental em âmbito global, discussões sobre ética se tornam pertinentes como forma de se verificar o formato de desenvolvimento cultivado pelo mundo globalizado. Seria menos prejudicial aos recursos ambientais a serem herdados pelas gerações futuras, se os indivíduos fundamentassem suas decisões, dando prioridade – em relação aos valores, cansativamente impostos pela sociedade contemporânea, como a cobiça abstrata – a valores morais capazes de motivar um comportamento eticamente correto.

4.2 A emergência da questão ética

Diante da situação crítica das problemáticas ambientais – assim como as sociais, políticas e econômicas – em face a notícias diárias veiculadas nos meios de comunicação como, por exemplo, a matéria de capa da revista “ciência e vida Filosofia”, intitulada: “Crise na Educação... e na família” (BITTENCOURT, 2013), a questão ética se tornou de relevante importância, tendo em vista que o homem precisa assumir-se enquanto ator social principal dentro da realidade universal de tantas emergências já citadas. Acerca dessa perspectiva de abordagem da questão ética, Zajdsznajder (1994, p.136) alega que:

A voz ética diz principalmente que precisamos de limites, de regras para que as energias e forças que nós mesmos liberamos não acabem nos destruindo, a nós, os seres humanos. Percebemos que os poderes que foram desvendados na Modernidade, a força fáustica, podem voltar-se contra nós e tudo destruir.

Ao falar sobre comportamento ético, Zajdsznajder (1994, p.137) se remete à equivalência de ideias entre ética e a palavra cuidado, referindo-se ao cuidado com o próximo e com si próprio e ressalta que a ausência de ética consiste na falta de cuidado ou na maneira incorreta de cuidar. Dessa forma, para compactar as afirmativas, o autor relata exemplos de ações eticamente corretas e incorretas:

Um médico não é ético quando orienta a sua conduta para cuidar em primeiro lugar da saúde de seu paciente, mas tem outros objetivos em primeiro plano: os seus ganhos, a sua carreira. Um industrial é ético quando cuida da sua produção de modo a que o ar ou a água não sejam poluídos ou de modo que os que trabalham em sua fábrica não tenham a sua saúde afetada. Também será qualificado como ético, quando se preocupa com os possíveis efeitos nocivos que o seu produto poderá ter sobre os consumidores [...] Não é todo cuidado que faz parte do comportamento ético, conforme estamos entendendo. Um pistoleiro ou um ladrão, que são cuidadosos em não deixar marcas de suas ações – isto é, provas –, estão ocupados com um lado apenas

do cuidado. Não lhes diz respeito o cuidado com a vida de quem pretendem matar ou da propriedade de quem pretendem roubar.

Sendo assim, as questões ambientais se tornam também questões éticas, se considerarmos que a poluição da água, o desmatamento de vegetações nativas, construção civil em área de proteção ambiental, a dispersão de dejetos, assim como de efluentes (sólidos e líquidos) em lugares inadequados, terá como consequência o desequilíbrio ambiental, sinônimo de descuido com a natureza e com o próprio homem que dela depende. Neste ponto, terá sido afetado o princípio do cuidado com o outro, assim como o princípio do cuidado consigo.

Mas as questões referentes ao cuidado tornaram-se antiquárias no contexto do sentido da sociedade atual que, segundo Boff (2004, p. 22), corresponde ao “progresso, a prosperidade, o crescimento ilimitado de bens materiais e de serviços”. Sobre as preocupações primordiais e modo de vida da sociedade contemporânea, Boff (2004, p. 23) reflete:

[...] Com isso se criou o mito do ser humano, herói desbravador, Prometeu indomável, com o faraonismo de suas obras. Numa palavra: o ser humano está *sobre* as coisas para fazer delas condições e instrumentos da felicidade e do progresso humano. Ele não se entende *junto com* elas, numa pertença mútua, como membros de um todo maior [...] Na atitude de estar *sobre* as coisas e *sobre* tudo parece residir o mecanismo fundamental de nossa atual crise civilizacional. Qual a suprema ironia atual? A vontade de tudo dominar nos está fazendo dominados e assujeitados aos imperativos de uma Terra degradada.

Atualmente, a percepção do homem quanto ao seu poder sobre todas as coisas, inclusive àquelas das quais dependem sua qualidade de vida e a sua própria sobrevivência, pode estar sendo reavaliada mediante catástrofes naturais ocasionadas por ação antrópica, como o caso recente do acidente de Fukushima, no Japão, em que ocorreu um vazamento em sua usina nuclear (Ciência e Saúde. 2012).

A reavaliação do homem quanto ao seu posicionamento frente às questões ambientais, não deve ser fundamentada em valores econômicos, como frequentemente acontece, mas em um sentido de pertencimento ao meio ambiente em que está inserido, tendo o dever de agir (e viver) em consonância a sua preservação, visto que a perpetuação da raça humana depende diretamente da conservação e preservação do meio ambiente.

Sobre o dever, Zajdsznajder (1994) menciona que este, situa-se atrás da questão do cuidado, consistindo em obrigações de verificar e avaliar as consequências de nossos atos. Assim, cabe verificar a terceira ideia ética do autor:

A terceira ideia ética é a de RESPONSABILIDADE. Esta ideia parte do fato de que nossas ações têm consequências que podemos antever e sobre as quais, diante das ações que são de nossa escolha, temos responsabilidades. A responsabilidade tem de ser considerada especialmente em relação a danos ou outros efeitos negativos de tais ações (ZAJDSZNAJDER, 1994, p. 139).

Dessa forma, tomando como referência a atuação de hotéis, pode ser elucidado que estes têm o dever de cuidar do meio ambiente dada a sua capacidade de transformá-lo e por ele consistir em sua própria fonte de renda. É válido ressaltar ainda que, independente do fator motivacional do turista, este não está disposto a sair de seu espaço usual para ser surpreendido por questões ambientais insatisfatórias como, poluição das águas do local visitado e desconforto olfativo devido à má dispersão de efluentes sólidos.

Sob essa égide, a ação de não se antecipar a um dano ambiental, através de um planejamento adequado das instalações dos hotéis, assim como da formulação de visão, missão e valores em consonância com a sustentabilidade ambiental, caracteriza-se como um tipo de comportamento antiético.

Nesse sentido, deve-se avaliar a amplitude da atividade turística que tem sido tratada por muitos autores como indústria. O turismo além de ser responsável pela implantação de inúmeros equipamentos turísticos – inclusive hotéis – na realidade é responsável por inúmeras interações, sejam elas instituídas entre homem e outro homem, entre homem e uma instituição ou até mesmo entre o homem e o meio ambiente. Tendo em vista tais circunstâncias, nota-se a dimensão dos reflexos de uma atividade turística mal desenvolvida.

Portanto, a predisposição do aparato turístico em auxiliar no reforço (e em alguns casos na construção) de valores éticos que devem ser cultivados dentro de uma sociedade seria de suma importância. Mas essa predisposição deve consistir em influenciar o meio em que está inserido, através de suas próprias atitudes, pois, segundo Del Pretti (2010, p. 6),

“a aquisição e o aperfeiçoamento das habilidades sociais ocorrem por meio de diferentes processos de aprendizagem como: a modelagem via

reforçamento diferencial, o seguimento de regras (instrução) e a imitação via observação”.

Sendo assim, a colaboração da atividade turística na exaltação da importância de um comportamento eticamente correto, consistiria em uma prática ambientalmente sustentável baseada nos preceitos do cuidado e do respeito ao patrimônio (ambiental) que virá a ser fonte de manutenção de vida também para as gerações futuras. Na busca concreta de tal comportamento ético, acredita-se no pensamento correto de Aristóteles ao sugerir que as virtudes, fatores fundamentais para a prática do comportamento ético, não são natas, mas apreendidas conforme a vivência do homem e os ensinamentos que lhes são repassados.

4.3 Ética e Sustentabilidade

Muitos autores abordam a temática do desenvolvimento sustentável indagando que essa nova proposta de desenvolvimento começou de forma errada desde o próprio nome. Tais autores argumentam que a palavra desenvolvimento se refere a uma perspectiva capitalista de incremento da sociedade, em que se tem como um dos mais enfáticos princípios o da busca incessante pelo lucro, enquanto que o termo sustentabilidade se refere ao fato da dinâmica de evolução humana ser baseada no equilíbrio das lógicas de cooperação entre seres (BOFF, 2001).

No entanto, aparenta de certa forma pretensioso ao extremo que este trabalho se dedique as questões conceituais ora aludidas, ou mesmo ao desenvolvimento de uma nova forma das sociedades, e para corroborar a abdicação por tal proposição, faz-se necessário citar Lipovetsky (2007, p.24), quando este dá seu parecer acerca de qualquer tentativa de extermínio dos modos capitalistas de vida e relacionamentos:

Não nos enganemos: nem os protestos ecologistas nem os novos modos de consumo mais sóbrio bastarão para destronar a hegemonia crescente da esfera mercantil, para fazer descarrilar o trem-bala consumista, para opor-se à avalanche dos novos produtos com ciclo de vida cada vez mais curto. Estamos apenas no começo da sociedade de hiperconsumo, nada, por ora, está em condições de deter, nem mesmo de frear, o avanço da mercantilização da experiência e dos modos de vida.

Como já foi corroborado, o sistema capitalista não expressa estar no seu tempo derradeiro de vigência societal, entretanto, isso não corresponde ao mesmo que afirmar que os indivíduos permanecerão incorporando incontestavelmente as regras do referido

modelo de desenvolvimento, tão controversos à ideia de sustentabilidade de todos os âmbitos de sua vida, inclusive o moral.

O intuito do estudo da ética em consonância com a sustentabilidade, de certo não tem como motivação a intenção de mudança do modelo econômico, mas há de ser ressaltado que o indivíduo, mesmo imerso na sociedade de hiperconsumo, motivado pela busca do equilíbrio de interesses, pode passar por um processo de interiorização de juízos de valor moral²².

Uma vez avaliada a proposição de Frankena (1981, p. 21), a respeito da natureza da moralidade, tem-se que:

A ideia geral presente aqui e na maior parte da Psicologia Social e da Filosofia Moral recentes, é que a moralidade surge como um conjunto de objetivos culturalmente definidos e como um conjunto de regras a governar a consecução de tais objetivos, que permanecem mais ou menos exteriores ao indivíduo e que a ele se impõem ou nele se inculcam como hábitos. Esses objetivos e regras podem ‘incorporar-se’ ou ‘interiorizar-se’, e geralmente isso acontece pelo menos até certo ponto, ou seja, o indivíduo admite-os como seus e por eles regula a própria conduta; desenvolve a ‘consciência’ ou ‘superego’. Esse processo de interiorização pode ser irracional, mas é típico da moralidade oferecer o mínimo de razão para acompanhar o que ela pretenda inculcar-nos. E assim, nós (tanto quanto os *Navaho*) tendemos a fazer que nossas instruções morais se acompanhem de razões, tão logo nossos filhos atinjam uma idade que os torne capazes de algum descortino lhes ensinamos que é acertado procurar razões.

Dessa forma, busca-se compreender o quanto o comportamento eticamente correto de um indivíduo pode proteger ele mesmo e tudo que o cerca, dos imperativos mercantis que, tomados como referência para a tomada de decisão, muitas vezes induz os homens a infringirem as leis de manutenção da qualidade de vida das presentes e futuras gerações, como o caso do Hotel Hyatt (RJ), notícia no Jornal do Brasil (2012) com o título: “ Jovens e ativistas protestam contra construção de hotel em área preservada”.

Logo, um novo posicionamento frente ao cultivo de um comportamento eticamente correto, torna-se um meio de cuidar e respeitar as pessoas e os recursos que o cercam, com o fim de preservação da própria espécie humana.

²² Referem-se não a ações ou tipos de ação, mas a pessoas, motivos, intenções, traços de caráter e coisas semelhantes e deles dizemos que são bons, maus, viciosos, virtuosos, culposos, santos, desprezíveis e assim por diante (FRANKENA, 1981).

É importante frisar o fato de não estar sendo afirmado aqui que as pessoas da sociedade de hiperconsumo não tenham mais os valores morais necessários a uma conduta ética. Ao contrário, se os consumidores são “engajados”, ávidos por selos éticos e produtos com sentidos associados à defesa das crianças, dos famintos, dos animais, do meio ambiente, das vítimas de todo tipo” (LIPOVETSKY, 2007, p. 134), mesmo que esta forma de consumo seja uma busca de alívio da consciência em estar cumprindo seu dever de colaborar com a construção de um mundo mais equilibrado pelo menos na hora de consumir algo, tal fato também retrata a existência de valores morais que precisam ser postos em prática.

Eis então, a necessidade da implantação de medidas que venham a reavivar esses valores dentro da sociedade, pois apesar da ética ainda existir no âmago de cada indivíduo, o que se observa ao longo da história é a decadência desta. Portanto, a urgência de medidas que venham a solucionar tal problema se torna evidente.

É pensando nisso que há a exigência da incorporação de valores éticos, que estimulem uma nova forma de refletir sobre a liberdade de decisão individual de cada um, para que se possa desenvolver uma atividade turística denominada de sustentável, instituindo um modelo novo de desenvolvimento de projetos, visando a responsabilização na realização destes (IRVING, 2002).

Tendendo a tomar como base o interesse em contribuir com o despertar crítico da sociedade ludovicense frente as motivações que alicerçam o posicionamento da iniciativa privada – em específico, os hotéis da orla da referida cidade - frente as problemáticas ambientais, e a tentativa de direcionamento de uma solução para eventuais problemas detectados, desenvolveu-se pesquisa a qual as características principais serão descritas a seguir.

5. METODOLOGIA DA PESQUISA

5.1 Tipo de pesquisa

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo e com amplitude teórica e interdisciplinar, haja vista a necessidade de relacionar ao turismo conceitos de diferentes áreas do saber a exemplo da História, Filosofia e Ecologia. A investigação envolveu pesquisas bibliográficas e de legislação específica, afora a investigação de campo realizada entre os dias 11 e 13 de junho de 2012, junto a oito estabelecimentos hoteleiros na orla de São Luís, mais especificamente, nas praias do Calhau e Ponta D'areia.

5.2 Universo e amostra

A amostra corresponde a oito Hotéis da orla de São Luís, na delimitação da área da praia do Calhau e da Ponta d'areia. Estes hotéis não pertencem a uma mesma classificação: um deles constitui uma empresa de cunho familiar, ainda sem classificação; quatro possuem classificação de quatro estrelas; e um não se enquadra na classificação por estrelas e se autodenominam como hotel de classificação econômica. Fez-se também a caracterização socioetária dos entrevistados²³, que em seis, de um universo de oito, faziam parte do setor estratégico ou tático da empresa (ver Quadro 1).

Quadro 01 – Perfil do entrevistado

ENTREVISTADO	NATUREZA DO EMPREENDIMENTO	CARGO	GÊNERO ENTREVISTADO	ANOS DE ATUAÇÃO DO HOTEL
1	Sem classificação	subgerente	masculino	18 anos
2	4 estrelas	repcionista	masculino	7 anos
3	econômico	Trainee gerencial	masculino	6 meses
4	4 estrelas	Supervisor de hospedagem	masculino	12 anos
5	4 estrelas	Gerente operacional	masculino	15 anos
6	4 estrelas	Gerente provisório	masculino	26 anos
7	4 estrelas	repcionista	feminino	32 anos

²³ Para preservar a confidencialidade dos pesquisados, ao longo da análise, utilizar-se-á a forma de identificação: Entrevistado 1, Entrevistado 2 e assim por diante.

8	4 estrelas	Gerente geral	masculino	2 anos
---	------------	---------------	-----------	--------

O critério de escolha da amostra foi fundamentado no atual desenvolvimento acelerado da cidade de São Luís e na rápida instalação de empreendimentos hoteleiros na orla da cidade, que consiste em um ambiente de nítida fragilidade. Nesse sentido, constituiu-se de relevante importância, os critérios utilizados para selecionar os participantes, os quais foram: pessoas que fizessem parte do quadro de funcionários de um hotel, alocação do hotel na orla de São Luís (nas delimitações da área do Calhau e da Ponta d'areia) e função do entrevistado na empresa.

Dos hotéis em que foram aplicadas as entrevistas, três deles possuíam menos de 10 anos de mercado, sendo que aquele que relatou menos tempo de funcionamento – apenas seis meses de atuação na cidade – coincidiu em ser o único empreendimento o qual pertence a uma bandeira internacional de hotéis que colaborou com a pesquisa. Dentre os outros três hotéis que se enquadram na classificação de 10 a 20 anos de mercado, todos constituem empresas as quais tiveram origem em São Luís, não pertencendo a nenhuma multinacional. Entre os hotéis com mais de 20 anos de mercado, ambos constituem empresas de origem ludovicense.

5.3 Instrumentos de coleta de dados

O instrumento utilizado na coleta de dados junto aos sujeitos da pesquisa foi um questionário do tipo misto (Apêndice A). A escolha de tal instrumento visou a riqueza das informações a serem colhidas, visto que a pergunta aberta, possibilita auferir as ideias que permeiam o sujeito a respeito de determinado assunto, permitindo que o entrevistador entenda a respeito do real domínio do entrevistado a sobre determinado tema. Já as perguntas fechadas, conferem uma objetividade necessária para a compreensão dos temas abordados no presente trabalho.

Quanto a utilização dos gráficos na análise dos resultados, metodologicamente decidiu-se por utilizar dois tipos de gráficos, os em formato de barra e os em formato de pizza. Tal opção se fundamenta no fato de a possibilidade de cruzar os dados colhidos por perguntas objetivas com os das perguntas abertas só poder ser retratado fidedignamente pelos gráficos em barra, por que cada barra, nesse caso, especificará

uma aspecto referente a uma questão distinta de cada uma das outras barras e assim por diante.

Enquanto que os gráficos em formato de pizza retratarão aspectos diferentes de uma mesma realidade, ou seja, de um mesmo questionamento, por isso que os dados se complementam e totalizam sempre em 100%.

5.4 Limitações do método

Cabe ressaltar que apesar da amostra consistir em oito hotéis, a entrevistadora visitou um total de doze empreendimentos. Dessa forma, cabe esclarecer que os quatro hotéis que não constam da amostra da pesquisa, foram os hotéis em que os entrevistados se recusaram a conceder a entrevista, sendo que três destes eram funcionários de hotéis pertencentes a bandeiras internacionais, e um era vinculado a um hotel de grande reconhecimento nacional. Todos os referidos hotéis em que não foi permitido colher dados, são de classificação quatro e cinco estrelas.

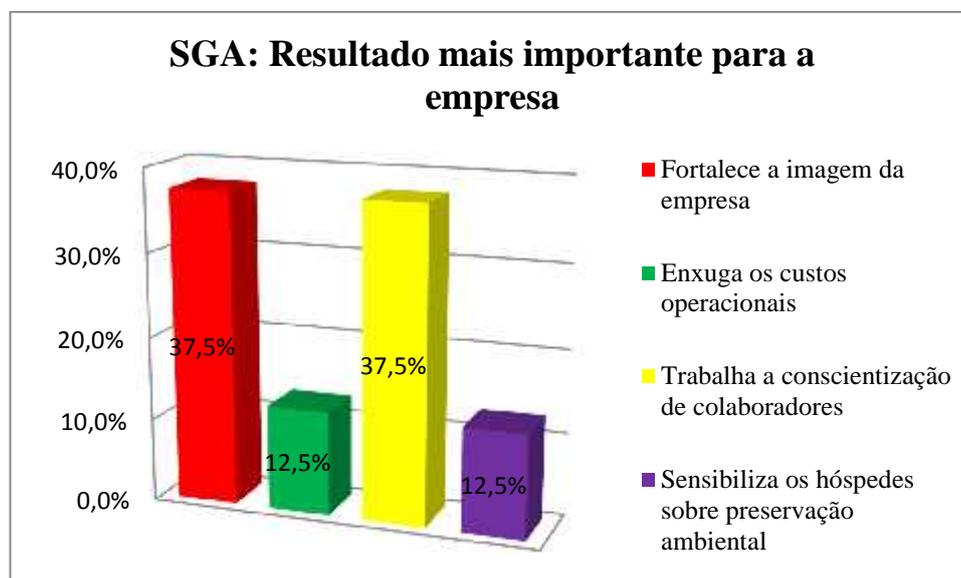
5.5 Resultado e Discussões

O esquema de análise dos resultados obtidos segue as interpretações e inferências dos entrevistados visando desvendar o conteúdo subjacente ao que está manifesto nos trechos selecionados e categorizados.

5.5.1 Percepção sobre implantação de SGA (Sistema de Gestão Ambiental)

Questionados sobre o resultado mais importante para empresa, a partir da adoção de um SGA (Gráfico 1), 38% dos entrevistados alegaram que fortalece a imagem da empresa e 38% que trabalha a conscientização dos colaboradores. A partir desses dados, percebe-se que, embora haja uma preocupação com as ações dos colaboradores, os SGAs possibilitam uma visão melhor sobre o estabelecimento por parte da clientela, o que reforça a ideia de Hawken et al. (1999 apud VIÉGAS, 2009 p. 4) de que a responsabilidade ambiental promovida pelas empresas vem se apresentando mais relacionada à ganhos de competitividade do que como uma mera obrigação legal.

Gráfico 01 – Resultado mais importante para a empresa na adoção de um sistema de gestão ambiental.



Porém, há de ser ressaltado que a relação do fator “implantação de SGA”, com o aspecto “conscientização dos colaboradores” não consiste na relatada pelos entrevistados (respectivamente: causa – consequência), pois a sensibilização dos colaboradores configura uma fase inicial (e não final) de desenvolvimento de um Sistema de Gestão Ambiental, tendo em vista que, uma vez não alcançado tal aspecto, a eficiência da SGA será dificilmente obtida, conforme expõe Dias (2009, p. 53):

Outros motivos que afetam o envolvimento da empresa com a gestão ambiental mais efetiva são: a dificuldade de obtenção do investimento necessário para adaptação de seu processo produtivo, falta de conhecimento técnico-científico sobre a questão ambiental envolvida e o grau de compromisso do seu quadro de pessoal com a ética ambiental.

Diante de tal conjuntura, institui-se relevante recordar os valores neoliberais predominantes no mercado atual, que induzem o empresariado (no caso, hoteleiros) a gerir sua tomada de decisão visando prioritariamente o lucro, ainda sem pensar no valor a ser agregado a seu serviço através de um posicionamento que tenha como objetivo a preservação do meio ambiente, que em termos de médio e longo prazo também materializam-se em lucro para os empreendimentos, uma vez que proporcionam redução de custos e favorecem a exploração contínua dos recursos que são a matéria prima de sua atividade mercadológica.

Dessa forma, visando encontrar a causa do equívoco cometido pelos entrevistados e verificar a relação de tal acontecimento com o pensamento neoliberal acima citado, tornou-se necessário o cruzamento destes dados com os obtidos na pergunta nº 3.9 e 3.9.1 da entrevista²⁴.

Após essas averiguações, constatou-se que 37,5% dos entrevistados quando questionados sobre benefícios ecológicos advindos da implantação de um SGA, citaram os melhoramentos no aspecto econômico da empresa, ocorrência que corrobora para a crença de que apesar do discurso das preocupações ambientais, ainda não conseguem conceber a forma sistemática de tais preocupações, configuração a qual possibilitaria a visualização de que, por intermédio das empresas que gerem, estes sujeitos, além de adaptar-se a novas exigências de mercado e ganhar vantagem competitiva, poderiam também interferir no meio ambiente como um todo, de modo a contribuir para a mudança de posicionamento dos fornecedores, clientes e comunidade, colaborando de fato para a preservação ambiental e corroborando para a garantia de qualidade de vida das futuras gerações, assim como para a perpetuação da atividade hoteleira.

Uma vez que a principal medida de controle ambiental encontrada nos hotéis foi a implantação de redutores de consumo, torna-se evidente o equívoco cometido pelas empresas entrevistadas ao tentarem desenvolver um discurso ambientalmente correto em busca apenas de redução de custos, e designa-se necessário frisar que apesar de ainda não veicularem midiaticamente tal discurso, ainda assim, ele pode interferir negativamente no meio em que está inserido, pois a medida que ele serve de persuasão para angariar mais turistas, a circulação destes na área estudada será cada vez maior, o que resulta em uma interferência maior ainda no meio ambiente, enquanto a população não recebe instrução nenhuma a respeito de como evitar que o meio ambiente seja degradado (por eles mesmos através de serviços turísticos a serem prestados, ou pelos turistas que não receberão qualquer tipo de instrução sobre manejo dos recursos naturais).

Compreende-se então, a necessidade de medidas educativas em empreendimentos com tal perfil, como forma de orientá-los de que além de redução de custos, um SGA desenvolvido com eficiência, será perante toda a sociedade

²⁴ 3.9 Aponte os benefícios ecológicos de adotar um sistema de gestão ambiental na sua empresa. 3.9.1 Aponte os benefícios econômicos de adotar um sistema de gestão ambiental na sua empresa.

(comunidade em torno, fornecedores, estado, turistas) um **fator de excelência** da prestação de seus serviços e conseqüente diferencial mercadológico (diante da realidade da cidade quanto ao desenvolvimento de tais sistemas), revelando a real função de um SGA e da empresa que se predispõe a desenvolvê-lo, na tentativa de instruir tais gestores e colaboradores a respeito da importância do comprometimento pessoal com a preservação ambiental para a garantia de sua própria qualidade de vida e das gerações futuras, despertando-os para o compromisso ético de prezar pela matéria- prima de sua atividade profissional (meio ambiente) corroborando para um equilíbrio de vantagens e valores entre os empreendimentos hoteleiros e comunidade receptora.

Outro aspecto importante auferido através dos questionários foi o fato do fortalecimento da imagem da empresa como ecologicamente responsável, ser encarado pela segunda maioria dos entrevistados (37,5%), como o resultado mais importante que ocorre no hotel após a implantação de um SGA. Nesse contexto, é perceptível o fato da demanda dar preferência a produtos e serviços aliados à noção de ambientalmente corretos, numa nítida forma de mercantilização dos valores morais, pois as empresas buscam essa imagem para serem prioridade na hora do cliente escolher o produto ou serviço a ser consumido.

Assim, tem-se um ciclo vicioso, em que, segundo os teóricos estudados, clientes que não cumprem com deveres morais coletivos (sujeitos que constituem uma parcela cada vez maior da demanda), encontram nos serviços oferecidos com discurso ambientalmente correto, uma forma de aliviar a consciência, e os empreendimentos com falso discurso ambiental, encontram nessa parcela de indivíduos a fragilidade oportuna para obterem seu lucro. Não obstante, assim como os sujeitos ora citados irão consumir produtos ditos “ecologicamente corretos”, há a probabilidade desse mesmo discurso angariar lucro a partir de outros tipos de consumidores.

Perante essa constatação, verificou-se que os gestores reconhecem a preocupação ambiental como um fator em ascensão no campo das motivações de consumo dos clientes, caso que vem a comprovar afirmação de Dias (2009, p. 14), quando este afirma que os empreendimentos "têm procurado manter um posicionamento favorável junto aos consumidores, em relação aos seus concorrentes, e para tanto utilizam de estratégias de marketing voltadas para a utilização do meio ambiente como variável competitiva”.

Mas, é importante ressaltar que, na citação acima, Dias se referiu ao marketing verde, o qual Ottman (1994) faz observações, articulando que este não se resume a mera veiculação de preocupações da empresa com as questões ambientais, ao contrário, o marketing verde leva em consideração e como pilar fundamental o “esverdeamento” da cultura organizacional do empreendimento, pois relata que somente mediante uma incorporação de valores ambientais por parte dos colaboradores da empresa, é que esta será capaz de desenvolver produtos e serviços ambientalmente corretos, concluindo que apenas através da criação de uma ética ambiental que abarque toda a empresa é que estratégias de marketing podem ser executadas.

Tendo tal pensamento em vista e considerando a indagação “Na sua opinião, por que as empresas, cada vez mais, implantam em seu dia-a-dia a gestão ambiental?”, obteve-se como resposta o que se pode observar no Gráfico 2:

Gráfico 02 – Por que as empresas cada vez mais implantam a gestão ambiental?



A visão da implantação de uma gestão ambiental como instrumento de aquisição de vantagem competitiva, está evidente nas respostas de 62,5% dos entrevistados. É o que pode ser observado na fala do Entrevistado 5, segundo o qual: “Por ser uma tendência do universo. As empresas que desenvolvem uma gestão ambiental tendem a estar à frente no mercado”. Assim como na fala do Entrevistado 4, que relata: “Por que é um assunto que está na moda e chama clientes”. Ou mesmo, conforme discurso do Entrevistado 6: “Primeiro porque a questão ambiental está ligada ao crescimento da

empresa e também à demanda de turistas e se destaca no mercado [...]”.Seguindo a mesma linha de raciocínio, explicita o Entrevistado 3: “Por que as empresas estão começando a pensar no meio ambiente para o futuro da empresa e por que o selo verde atrai clientes”. Ou ainda, na resposta do Entrevistado 2, que respondeu da seguinte forma:“Por causa da questão econômica”.

Percebe-se assim, um possível equívoco dos gestores hoteleiros, pois estes acreditam que os resultados efêmeros, como atração do novo consumidor²⁵, constituem *per si* em lucro advindo da implantação de um SGA. Sem levar em conta que, conforme os clientes avaliam a publicidade incompatível com a realidade, eles se absterão de voltar ao empreendimento, caso que ocasionará em um efeito inverso ao pleiteado a princípio pela empresa.

Sendo assim, faz-se necessária citação de Solomon (2006, p.144):

Smith, por certo, nunca pretendeu celebrar a cobiça em si, e sua defesa da busca de lucros esteve sempre contida no contexto de uma sociedade estabelecida e suas tradições. A meta do industrial e do homem de negócios era ser um *cavalheiro*, e não apenas rico. *A teoria dos sentimentos morais* deixa claro, mesmo que *A riqueza das nações* não o faça, que a busca do interesse pessoal deve ser sempre mantida em equilíbrio com a benevolência e outros sentimentos morais. A prosperidade da nação é a meta, na visão de Smith, e o interesse pessoal do indivíduo, note-se bem, é defendido por seu papel nessa busca, não como um fim a ser celebrado por si mesmo.

Por fim, cabe ressaltar a importância das próprias empresas se reconhecerem enquanto agente de enriquecimento próprio, mas também com função de enriquecimento do Estado, evento que se constitui incompatível com ausência de ações que venham a preservar o meio ambiente, uma vez que este é matéria-prima dos serviços de turismo, atividade responsável por 9,8% do PIB do nordeste (BRASIL, 2012).

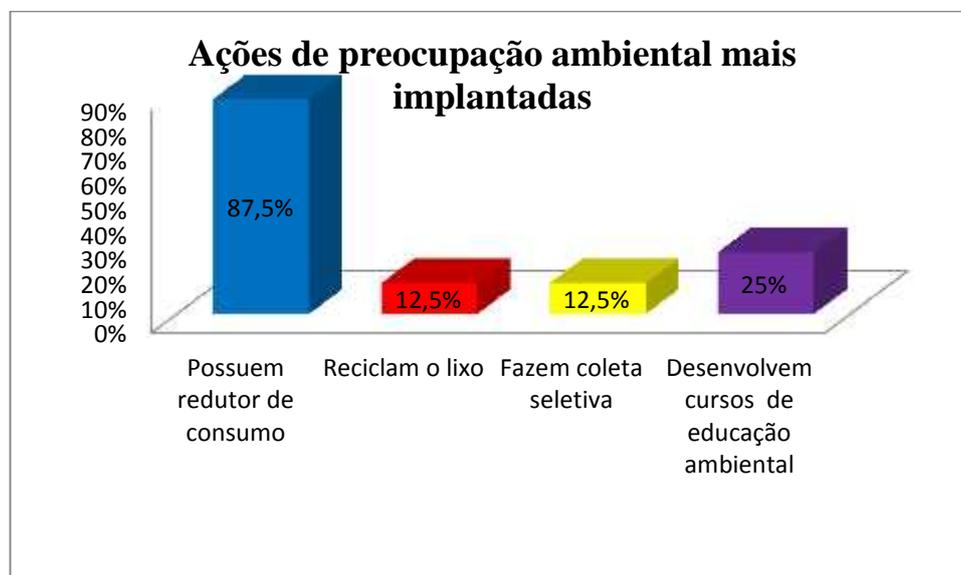
Em suma, com base nas informações obtidas pelos questionamentos ora aludidos, pode-se afirmar que a ideia de função social da empresa, permeia de forma ínfima as motivações dos gestores entrevistados no interesse pela implantação de um Sistema de Gestão Ambiental. De maneira similar a forma de verificação dos dados anteriormente trabalhados, foi averiguada a conjuntura em que está inserida a implantação das ações de cunho preservacionista ambiental.

²⁵ Citado por Lipovetsky (2007) como “consumidor correto” por fazer despesas cidadãs, ecológicas e socialmente responsáveis.

5.5.2 Contexto das ações de preocupação ambiental implantadas

Em se tratando das questões sobre as ações de preocupação ambiental, as respostas dos entrevistados apontaram para um importante momento da pesquisa, em que pôde ser melhor percebido que os empreendimentos ainda não possuem uma visão clara e sistêmica sobre o assunto. Os dados obtidos revelaram limitações no que diz respeito à prática de ações ambientalmente sustentáveis (ver gráfico 3), muito embora todos os entrevistados tenham declarado ser relevante a preocupação com o meio ambiente, 75% destes afirmaram que tais questões são *importantes* ou *muito importantes*.

Gráfico 03 – Ações de preocupação ambiental mais implantadas



De acordo com o gráfico acima, verifica-se que 87,5% dos hotéis possuem redutores de consumo enquanto que somente 12,5% reciclam seus efluentes sólidos e outros 12,5% fazem coleta seletiva dos efluentes sólidos. Porém, não se pode deixar de reconhecer a parcela significativa que afirmou desenvolver cursos de educação ambiental, pois este fator, como já mencionado em momento anterior, revela-se um passo importante para a implantação de ações sustentáveis que causem efeito significativo na sociedade, pois trabalham com a construção e o reforço de valores necessários para o posicionamento eticamente correto frente as questões ambientais.

Quando os entrevistados foram questionados sobre o porquê de não reciclarem lixo sólido, todos fundamentaram suas respostas no fato de não conhecerem alguma firma ou pessoa que se dirija a tal objetivo, e quando questionados sobre a coleta

seletiva, a maioria (87,5%) alegou que em São Luís não há esse tipo de coleta. Dessa forma, averiguou-se que além dos hotéis evitarem gastos financeiros com ações que digam respeito à preservação ambiental, como placas de energia solar, por exemplo, também se isentam da responsabilidade que seria procurar e contatar alguma cooperativa que desenvolva a reciclagem de lixo. Pois, conforme esclarecido por um dos entrevistados, existem cooperativas e empresas na cidade de São Luís que realizam esse tipo de serviço.

É evidente que a preocupação por parte das empresas com a preservação do meio ambiente não pode ser averiguada única e exclusivamente pela observação da forma com que estes lidam com seus efluentes sólidos. Mas, no contexto apresentado, foi dado destaque ao destino dos efluentes sólidos e coleta seletiva do lixo, pela possibilidade de as empresas não possuírem capital suficiente para investir em estruturas mais caras e que também viessem a caracterizar o compromisso dos empreendimentos com o meio ambiente.

Dessa forma, o destino dos efluentes sólidos dos hotéis, assim como o compromisso destes com a coleta seletiva, serviu para excluir a possibilidade de algum hotel justificar a ausência da prática de ações ambientalmente sustentáveis pela falta de recursos financeiros, uma vez que a reciclagem do lixo e a coleta seletiva não correspondem em significativos gastos para o empreendimento.

Uma vez que os hotéis possuem, em sua maioria, o discurso ambiental, mas ainda não desenvolveram de forma efetiva uma maneira correta de lidar com seus efluentes sólidos, e paralelamente possuem alto índice de utilização de redutores de consumo, mais uma vez, estes empreendimentos incorrem no comentário de Lipovetsky sobre a ética circunstancial, em que os valores éticos somente são priorizados nas circunstâncias em que não prejudiquem de forma alguma o indivíduo (no caso, a empresa), ou, também, podem incitar a falta de dedicação ao cuidado com o bem comum a todos (no caso, o meio ambiente).

O ideal seria que os empreendimentos desenvolvessem um planejamento anual de ações com vistas a orientar funcionários e comunidade próxima aos hotéis, sobre a importância da responsabilidade individual com o meio ambiente, um bem coletivo. Além disso, seria propícia a adoção de equipamentos com baixo consumo de energia, assim como adoção de medidas preservacionistas, como reutilização da água, lavagem

da roupa de cama somente mediante pedido do hóspede e priorização por parceria com empresas que tivessem a mesma preocupação ambiental.

O importante é atentar que em si tratando de preservação ambiental, existem investimentos em altas e sofisticadas tecnologias que ainda são caras, mas há atitudes simples e baratas que podem estimular a redução no consumo, como por exemplo, informar aos hóspedes o custo ambiental de trocar a toalha de banho e roupas de cama todos os dias.

O intuito das alegações mencionadas é o de futuramente observar empresas com discurso de preocupação ambiental que não precisem proferí-lo para que sejam identificadas como um empreendimento que preza pelo meio ambiente. A questão aqui aludida é a de que a infraestrutura e mais do que isso, as ações realizadas pelos hotéis, retrata a relação de preocupação que estes possuem com o meio ambiente.

Conforme demonstrado pelo gráfico 4, que trata da relação da poluição das praias e os negócios na atividade hoteleira, no que concerne à percepção dos gestores quanto ao prejuízo advindo da poluição das praias, 87,5% admitiram ter percebido uma baixa na demanda de hóspedes após as publicações sobre a poluição das praias de São Luís. E apenas 12,5% afirmaram que “há uma tendência a prejudicar. As pessoas só ficaram receosas mas, não deixaram de se hospedar”.

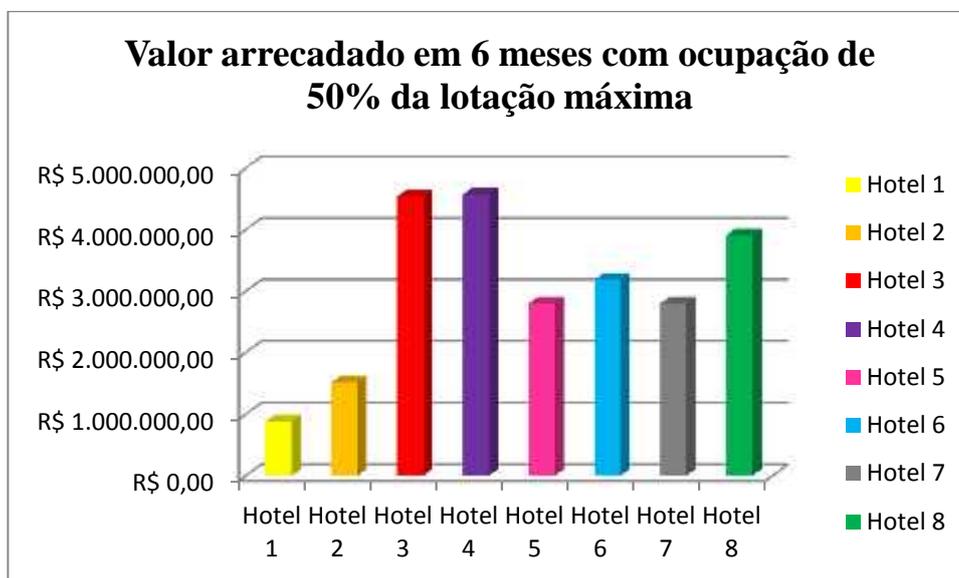
Gráfico 04 – Sobre a influência da poluição das praias nos negócios atrelados a atividade hoteleira.



Dessa forma, é preciso observar que os gestores hoteleiros entrevistados, estão, em sua maioria, conscientes dos danos que um mau manejo dos recursos naturais pode atribuir à atividade turística e, conseqüentemente, à hoteleira. É preciso, contudo, atentar que apesar dessa consciência, foi apurado – através dos dados já analisados - que as ações de cunho preservacionista desenvolvidas , parecem desvinculadas de uma preocupação real advinda da busca pelo exercício do equilíbrio de interesses no manejo dos recursos naturais. De fato, as ações desenvolvidas são inexpressivas, afirmação facilmente ratificada pela verificação dos dados colhidos a respeito da quantidade de unidades habitacionais em cada hotel e o maior valor cobrado em uma diária. (Ver gráfico 5).

Supondo, que cada hotel hospedasse durante seis meses a metade de sua capacidade máxima de lotação, considerando o maior valor da diária cobrada, teríamos os valores brutos arrecadados por cada empreendimento igual a:

Gráfico 05 – Simulação de valor bruto arrecadado pelos hotéis em 6 meses, com ocupação de 50% das unidades habitacionais, levando em consideração o valor da diária mais alta cobrada no hotel.



Ponderando, pois sobre essa dissonância entre valores monetários angariados, ações dedicadas a preservação do meio ambiente, e investimentos em SGA, verifica-se uma falta de compromisso autêntico com os recursos naturais, pois o encadeamento das duas situações indica um descompromisso com a obrigação de prezar por um bem que lhes permite a arrecadação de tais divisas hora mostradas no gráfico.

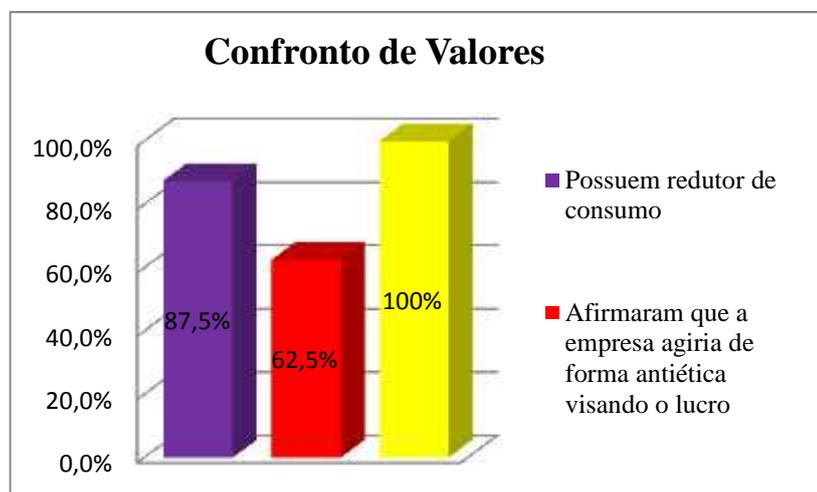
Diante de tal realidade, percebe-se que o “dever” institui nessas empresas a noção de sacrifício, remetendo à fala repressiva de Lipovetsky (2005) quando indica que nesse tipo de situação, “compete à iniciativa ética, reagir contra os excessos do ‘deixa pra lá’ individualista, capitalista, midiático, para solidificar o espírito de responsabilidade, único meio de enfrentar os desafios do futuro, sejam eles planetários, democráticos ou econômicos”.

Nesse sentido, a realidade vivida por esses hotéis no que tange ao cuidado que estes têm com o recurso natural que exploram, serve de crítica para o posicionamento individualista que estes adotam ante as necessidades da coletividade. É importante enfatizar a necessidade da visualização por parte destes, de um quadro geral em que sua atividade profissional está inserida.

5.5.3 Confronto de valores

A partir da pergunta “ Por que as empresas agiriam de forma antiética com o consumidor ou com o meio ambiente?” verificou-se que 62,5 % dos entrevistados afirmaram sem receio, que o motivo o qual levaria uma empresa a agir de forma antiética seria a busca de lucro. Dessa forma, fica clara a relação da realidade observada com a aplicação de uma ética contemporânea, dita circunstancial, que como o próprio nome insinua, é aquela a qual o sujeito que se diz preocupado com questões éticas, só prima pelos valores éticos quando estes não exigirem altruísmo, ou mesmo, somente quando a escolha por atitudes ditas eticamente corretas não lhes acarretarem qualquer tipo de prejuízo.

Gráfico 06 – Confronto de afirmações dos entrevistados.

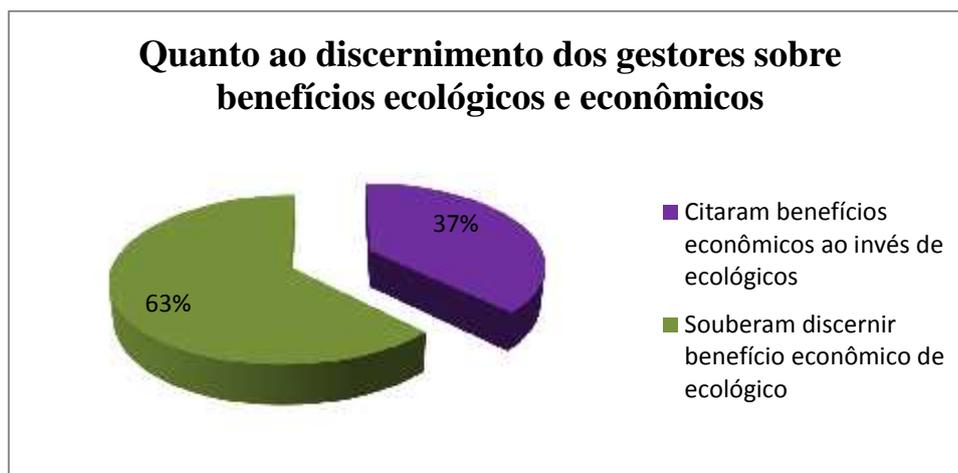


É bem verdade que na atividade empresarial ninguém enseja perdas financeiras, mas é importante lembrar que, a cada dia que passa, os consumidores estão optando por produtos e serviços que estejam atrelados a prática de ações de preocupação socioambiental, vide a inclusão de demonstrações contábeis sobre “valor adicionado” na publicação contábil obrigatória às empresas de capital aberto, como a Vale, por exemplo. Esse tipo de demonstração contábil se refere ao detalhamento de ações que agregaram valor à sociedade, em outras palavras, uma metodologia de demonstrar ao público que o empreendimento não somente explora os recursos locais, mas também adiciona valor à comunidade em que está inserida.

Portanto, a escolha gerencial por uma ação sustentável que incida em mais gastos financeiros da empresa, não consiste exatamente em perda de lucro, mas em investimento, porquanto, a longo prazo, que resulta em: reconhecimento da empresa pela sociedade como um empreendimento que prima pelas questões ambientais; preferência dos consumidores conscientes sobre as problemáticas ambientais e fidelização crescente, com público que observa a empresa investindo em algo de valor coletivo, como a preocupação com o meio ambiente.

A partir da análise do gráfico 6, pode-se perceber também, quanto ao discurso de preocupação ambiental, que os entrevistados responderam a seguinte questão: “Qual a importância da preservação/ conservação do meio ambiente?”. Permitindo a aferição de que em 100% dos entrevistados, ocorre o reconhecimento pela importância da preservação ambiental. Todavia, quando questionados sobre **benefícios ecológicos** advindos de um sistema de gestão ambiental na empresa, três entrevistados elencaram benefícios econômicos/financeiros. Conforme anuncia o gráfico 7.

Gráfico 7: Quantos gestores souberam discernir benefícios ecológicos de econômicos.



Em momento posterior, quando questionados sobre os **benefícios econômicos** advindos da implantação de um sistema de gestão ambiental, continuaram a elencar benefícios similares aos que elencaram quando responderam a pergunta sobre benefícios ecológicos, numa forma de comprovar para o entrevistador de que a visão dos entrevistados sobre questões ecológicas era limitada ao ponto de não conseguirem discernir benefícios ecológicos e benefícios (financeiros) para a empresa.

Ainda sobre a visão dos gestores hoteleiros acerca de benefícios ecológicos sobrevivendo da implantação de um sistema de gestão ambiental, faz-se necessário citar que um dos entrevistados, no caso um subgerente de hotel, afirmou que a visão do público (no sentido da transmissão de uma boa imagem ao público) era o maior benefício ecológico advindo de um SGA, e para ratificar a ótima resposta, quando questionado sobre os benefícios econômicos, ele citou a transmissão de uma boa imagem ao público e redução de custos operacionais.

Dessa forma, pode-se perceber que o Entrevistado 1 proferiu o relatado discurso, relacionando a implantação de SGA a transmissão de boa imagem ao público como benefício ecológico, porque fez uma correlação de causa e consequência respectivamente entre atitude de um potencial agente modificador da sociedade (no caso, o hotel), e a própria sociedade.

A partir do entendimento do entrevistado 1, vale relembrar o valor adicionado a uma sociedade por uma empresa, que, como bem retratado pelo entrevistado através de sua resposta a questão 3.9 do questionário, não se limitam apenas a apoio e patrocínio de movimentação social pela limpeza das praias, por exemplo, ou ao próprio pagamento

salarial dos sujeitos da comunidade que prestam serviços ao hotel, mas também e principalmente em assumir uma posição de agente modificador do meio ambiente através do exemplo aos cidadãos.

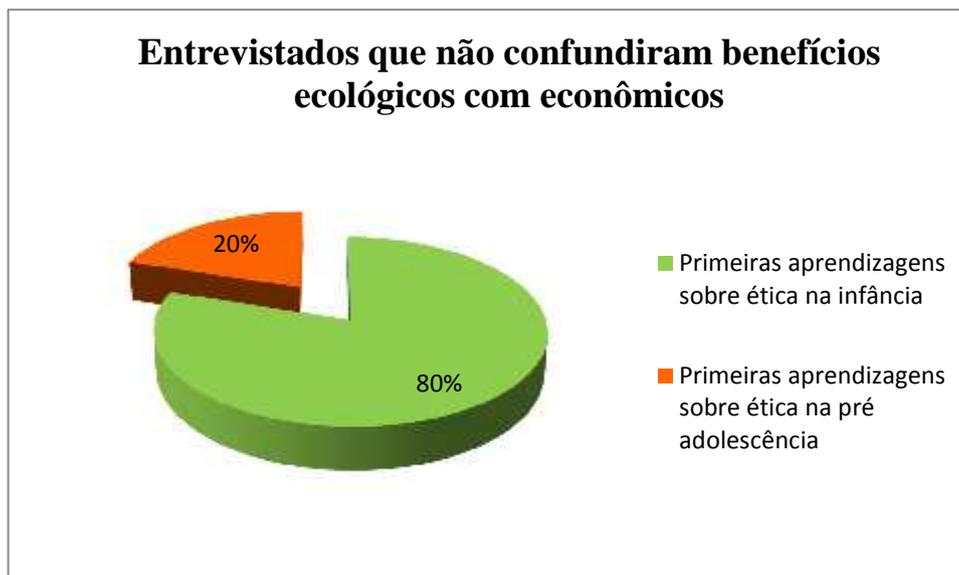
Uma empresa que de fato tem incorporado valores éticos, consegue externar a importância das preocupações ambientais e, através do exemplo que dá aos cidadãos, estimulam-lhes a agir conforme o observado, pois estes são instigados a valorizar algo que os pertence, favorecendo um ambiente de identificação do sujeito com o meio em que está inserido.

Após a detecção da resposta do Entrevistado 1, analisou-se as questões respondidas por ele que buscam auferir dados acerca do seu entendimento sobre ética. Desse modo, foi possível observar que o seu primeiro contato com as questões éticas foi durante a infância, na igreja e em casa, e também que este possui um entendimento adequado sobre o que vem a ser eticamente correto.

Destarte, diante dos dados obtidos do Entrevistado 1, e do posicionamento deste ao longo da entrevista, pôde-se perceber que o seu entendimento sobre ética está intrínseco a ele, e a partir disso, foi feita a verificação dos entrevistados que se saíram bem nas perguntas sobre gestão ambiental e ética, para após, realizar a averiguação do momento em que estes tiveram o primeiro contato com ensinamentos sobre ética.

Assim, foi constatado que dos cinco entrevistados que não confundiram benefícios ecológicos com benefícios econômicos advindos da adoção de SGA's (ver gráfico 7), e que responderam corretamente as questões sobre Gestão ambiental, quatro deles tiveram o primeiro contato com ensinamentos sobre ética durante a infância e em casa, e um durante a pré-adolescência, na escola. (gráfico 8)

Gráfico 08 – Quando os entrevistados que não confundiram benefícios ecológicos com econômicos tiveram o primeiro contato com lições sobre ética.



De acordo com o observado, percebe-se mais uma vez que o contato precoce com ensinamentos sobre ética facilita o entendimento e a incorporação de valores coletivos, pois uma vez que esse valores são incorporados pelas crianças ou adolescentes, dificilmente são esquecidos na vida adulta. Nesse ponto, para Marcolino (1994, p. 3), “o jovem é particularmente sensível ao modelo fornecido pelo grupo, e sua identidade pessoal é resultado de uma série de identificações que vão sendo somadas as suas características básicas”.

Além disso, quando questionados sobre a relevância da preservação/conservação ambiental, seis (75%) do total de entrevistados relataram que tais questões são importantes ou muito importantes, sendo que destes, metade expôs que teve o primeiro contato com noções sobre ética na infância, a outra metade ficou dividida da seguinte forma: um na pré-adolescência, um na adolescência e um na maturidade, através da carreira militar, evidenciando, dessa forma, que o fato do envolvimento ainda na fase de formação de caráter do indivíduo com questionamentos e esclarecimentos a respeito de valores morais a serem cultivados, e priorizados, tem relação com o posicionamento de zelo pelos recursos ambientais. O que pode ser ratificado pela exposição feita por Del Prette (DEL PRETTE, 2010. p. 8), quando este cita:

Em direção semelhante, Carrara, Silva e Verdu (2006, 2009) destacam a educação inclusiva e o movimento das habilidades sociais entre as práticas compatíveis com uma perspectiva ética aplicada ao comportamento social e que “têm sido consagradas como bem da cultura” (p.346), no sentido skinneriano. Esse encaminhamento é coerente também com a proposta de Abib (2007), de educação da sensibilidade cultural, voltada para a construção da paz social e do desenvolvimento emocional do ser humano, visando

práticas que produzam consequências com valor de sobrevivência para os indivíduos, os grupos sociais, as culturas e o planeta Terra

Dessa forma, compreende-se que a educação, é um dos pilares para a construção de um indivíduo capaz de desenvolver habilidades sociais compatíveis com um comportamento eticamente correto, que direciona a um meio social harmonioso.

Após averiguar a relação do contato precoce com lições sobre ética e o sentimento de dever zelar pelo bem da coletividade, pode-se perceber a necessidade do treinamento de habilidades sociais²⁶ para que seja viabilizado um posicionamento eticamente correto frente às decisões que cada indivíduo deve tomar em seu dia-a-dia.

Nesse sentido, propõe-se um programa de treinamento de habilidades sociais para as empresas em discussão estimularem seus funcionários, como forma de auxiliar aqueles que ainda não incorporaram valores necessários à prática de um reto agir, a decidir por um posicionamento ético frente às decisões a serem tomadas, visando a construção de uma relação harmônica entre hotéis, ambiente natural e, conseqüentemente, comunidade.

Assim como se propõe um programa governamental de incentivo – aos hotéis localizados na orla de São Luís – ao desenvolvimento de ações sustentáveis, sugerindo-se busca de abatimento em impostos municipais aos hotéis que realizam ações de cunho preservacionista ambiental, demonstrando o valor de uma empresa se compreender enquanto agente social, capaz de modificar o meio em que está inserida.

A partir de citação de Gresham (2009 apud Del Prette, 2010. p. 6), entende-se claramente que tal proposta é admissível, pois:

Seja no ambiente natural, seja em contextos estruturados, a aquisição e o aperfeiçoamento das habilidades sociais ocorrem por meio de diferentes processos de aprendizagem como: a modelagem via reforçamento diferencial, o seguimento de regras (instrução) e a imitação via observação.

Ainda mais essencial para a solução do problema da falta de compromisso com a resguarda do meio ambiente enquanto bem coletivo, seria o estímulo a modelos educacionais que priorizassem por um currículo escolar pautado também na função de

²⁶ As habilidades sociais constituem, portanto, uma classe geral de comportamentos que possuem alta probabilidade de produzir consequências reforçadoras para o indivíduo e para as demais pessoas do grupo social e que, sob os critérios referidos, comportamentos do tipo coercitivo ou agressivo não estariam entre os socialmente competentes, mesmo quando produzindo consequências positivas imediatas para o indivíduo. Del Prette. (2010, p. 4)

instigar os estudantes a optar pelo justo meio nos inúmeros momentos de tomada de decisão em que irão se deparar durante a vida.

Constatou-se também que, dos entrevistados que tinham uma condizente concepção sobre ética (87,5% do total de entrevistados) e compreendia seu papel na preservação do meio ambiente, a maioria (57, 14% destes últimos) teve seu primeiro contato com lições sobre ética no ambiente familiar, e a escola é o único agente social que tem a obrigação de estar presente em todas as famílias, podendo assim, interferir na visão dos indivíduos a respeito do que é eticamente correto, inspirando-os a agir buscando o equilíbrio entre interesse pessoal e o bem da coletividade.

Assim a crise moral constatada por Lipovetsky e Boff, por exemplo, que resulta em imprudente descaso com os recursos naturais, teria grandes chances de ser amenizada, uma vez que segundo Del Prette (2010, p.7):

No contexto da transmissão de padrões de relacionamento interpessoal, as práticas culturais que caracterizam os processos de educação (formal ou informal) e de relacionamento familiar (pais-filhos, conjugais) envolvem também, necessariamente, comportamentos sociais de indivíduos em interações sociais e se caracterizam por redes complexas de interdependência, tornando evidente a importância das habilidades sociais nesses contextos. Tais práticas diferem na amplitude com que auxiliam seus membros a solucionar problemas e obterem consequências favoráveis à sobrevivência do grupo e, na medida em que são efetivas, tendem a ser disseminadas aos demais membros da cultura e a seus descendentes.

Diante disso, poder-se-ia entender que a instituição de domínio do poder público que está mais próxima das famílias, ditas berçário dos ensinamentos sobre ética, é a escola que faria ser incorporado pelos indivíduos o método de agir buscando a harmonia de interesses pessoais e coletivos, e até mesmo, influenciando os seus entes familiares a compartilhar do mesmo posicionamento. Enquanto que os hotéis, ao promoverem programas de Treinamento de Habilidades Sociais aos seus funcionários, estariam agindo na parcela da população que já está com seus valores bem formados, através do incentivo à tomada de decisão não mais pautada na ética do egoísmo, mas em uma ética consciente da realidade global, uma ética não circunstancial. Isso seria estimulado, como o próprio nome já diz, através do treinamento, pois, como o nome “ética” sugere, o agir eticamente, surge através do costume, do hábito.

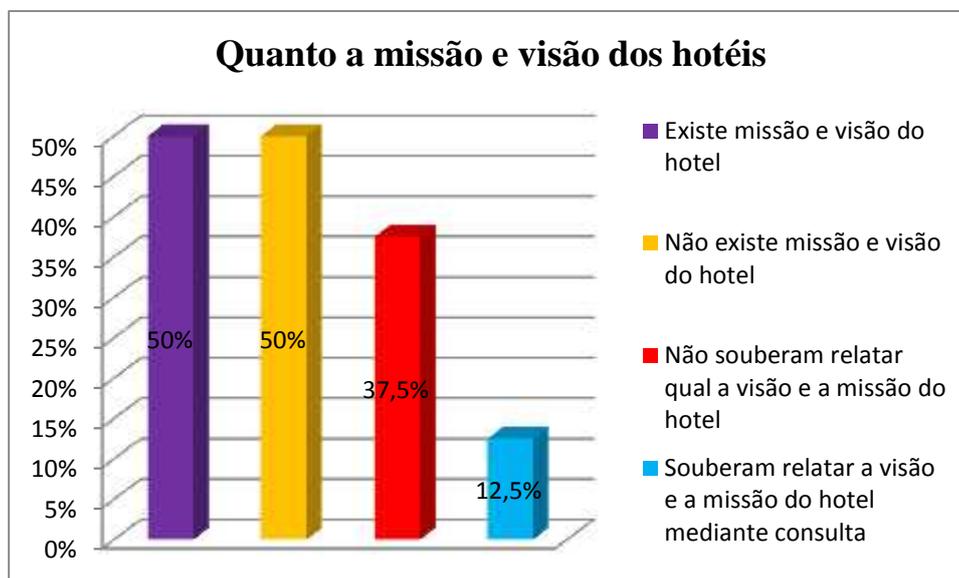
Paralelamente a essas duas alternativas, o desenvolvimento de ações dos hotéis que objetivam a preservação ambiental (incentivados pelo governo municipal) agiriam na parcela da população que já tem seus valores formados, instigando os indivíduos ao

dever de cuidar dos recursos naturais, assim como instituindo também, outros empreendimentos a se portarem semelhantemente devido à própria exigência de mercado, e também da população.

5.5.4 A realidade dos hotéis quanto ao norteamento das ações de seus colaboradores

Durante os primeiros momentos da entrevista, os entrevistados teriam que relatar a missão, visão e valor do empreendimento, e apenas uma pessoa soube fornecer tais dados (ver gráfico 9), mas, ainda assim, mediante consulta momentânea. Este fato caracteriza um possível desinteresse dos empreendimentos em desenvolver um norte para o exercício de suas atividades, levando em consideração que quatro dos objetos de estudo, nem sequer possuíam o item requerido no portfólio da empresa.

Gráfico 09 – Dados sobre a missão e visão dos hotéis



Dessa forma, conforme verificação de dados expostos no gráfico 9, nota-se a necessidade de realizar avanços na atividade hoteleira local, sobretudo visando um melhor preparo de seus colaboradores, dentre os quais aqueles que estão em cargos estratégicos e táticos. A visão que se pode obter de tal realidade é a de que os negócios são encarados por esses donos e gestores de hotéis como “uma máquina maravilhosa, em termos de ‘magia’ misteriosa do mercado” (SOLOMON, 2006, p. 175), focando o

olhar das atividades exercidas apenas no resultado final e menos nos impactos sobre os recursos naturais. É notória, mais uma vez, evidências da presença da cobiça abstrata já esmiuçada nos capítulos anteriores.

É pensando nisso que se destaca neste momento a estreita relação de excelência e ética pensada por SOLOMON (2006), quando este diz que assim como no âmbito individual, no aspecto corporativo, a relevância do conceito de excelência está particularmente ligada à filosofia global, pois o que se considera por excelente, assim é determinado tanto por sua superioridade na prática quanto por seu papel no serviço de fins sociais maiores.

Ratifica-se aqui, conforme já explicitado na metodologia, o fato de alguns hotéis de bandeira internacional terem se recusado a responder a presente pesquisa, instigando alguns questionamentos sobre que impactos esses empreendimentos também podem estar causando ao meio ambiente. Será que os mesmos desenvolvem ações de preservação ambiental ou mesmo mitigadoras? Será que a proporção da amplitude das ações ambientalmente desenvolvidas por eles é correspondente à amplitude dos impactos que estes causam? Sendo assim, revela-se a importância dos órgãos competentes exercerem uma fiscalização mais rígida no cumprimento da legislação ambiental, ao mesmo tempo em que a própria sociedade possa exercer influência nas posturas a serem adotadas por essas empresas frente à crise ambiental que afeta o século XXI.

De fato, as mínimas ações ambientalmente sustentáveis contribuem para a preservação do meio ambiente, mas reconhecê-las como o bastante para conquistar o equilíbrio visado pelo desenvolvimento sustentável, é incorrer em erro. Espera-se, no entanto, que a degradação ambiental seja sempre inferior aos empenhos em preservação.

Assim sendo, reflete-se que se o posicionamento padrão das atividades hoteleiras quanto a degradação ambiental for o de fazer o mínimo pelos recursos naturais, a lógica de troca entre sociedade e o meio ambiente será continuamente desfavorável a este último.

Empresas lucrarão mais e mais, degradarão mais – porque a medida que crescem, suas atividades se multiplicam e se ampliam – e continuarão preservando o mínimo. Logo, os recursos naturais continuarão ameaçados por que preservando o

mínimo, essas empresas estarão propagando a ideia de ética circunstancial e impulsionando a perda de valores morais – que auxiliam na busca por um justo meio na hora de agir – que os conduzam a uma relação de equilíbrio entre interesses pessoais e coletivos, até que numa futura geração, devido à falta de capacidade das famílias atuais em promover nos jovens o desenvolvimento rigoroso do respeito (Filosofia Ciência & Vida, 2013), e da irrelevância dada ao despertar reflexivo dos sujeitos produzida pelas instituições de ensino, esses valores tenham se dissipado quase que por completo e os indivíduos não consigam mais racionalizar a ideia de respeito aos recursos naturais.

Por conseguinte, com o meio ambiente em colapso e com a considerável perda de capacidade de entender o porquê de “gastar” recursos, tempo e disposição em ações de preservação ambiental, a situação de desequilíbrio dos recursos naturais precisa de esforços indefinidamente maiores para remediar o mal causado pela aceitação de que o mínimo que se faça para contribuir com a preservação ambiental, independente da dimensão que se polui, já constitui um grande passo para alcançar a sustentabilidade ambiental.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Reconhecendo o crescimento do turismo em São Luís, ressalta-se a importância de desenvolver estudos e medidas de prevenção ao crescimento desordenado da atividade turística, tendo em vista que esta lida diretamente com a sociedade e o meio ambiente, apresentando grande probabilidade de interferir tanto naquela quanto neste último.

Na conjuntura de crescimento urbano em que se encontra a cidade de São Luís, os investimentos em infraestrutura são fatais. Institui-se em desafio, portanto, evitar que o turismo, enquanto promotor de desenvolvimento, seja transformado em um agente degradante do meio ambiente em que está sendo desenvolvido. Tal afirmação pode ser ratificada pelo aumento do número de hotéis localizados na orla de São Luís e a recente interdição das praias devido à poluição das águas. Fatores que, certamente, possuem inter-relação.

Dessa forma, a pesquisa instituída apresenta indícios de que em vários aspectos a ética não é um fator decisório na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos hotéis da orla de São Luís, embora tenha se observado também algumas práticas condizentes com a preservação ambiental, as quais devem ser incorporadas por demais hotéis. Nessa ocasião, esse estudo se dedicará a elencar fatores que amparam a afirmação de que a ética usualmente não motiva o processo de tomada de decisão de alguns empreendimentos, baseado em fatos observados através da análise dos dados obtidos.

Um desses fatos é a ocorrência de 38% dos hotéis citarem que o melhor resultado advindo da implantação de um Sistema de Gestão Ambiental é fortalecer a imagem da empresa, evidenciando que o fator estimulante das ações ambientalmente sustentáveis a serem implantadas é o crescimento da demanda e o conseqüente lucro advindo desta. Provando-se, desta forma, que os gestores ainda não possuem conhecimento apropriado – ou interesse – no que tange ao dever de prezar pelo manejo adequado dos recursos naturais e estimular o máximo de cidadãos a fazerem o mesmo; assim como a afirmação de 100% dos gestores hoteleiros de que é relevante a preocupação em preservar os recursos naturais, e a constatação posterior de que somente 2 deles afirmaram que desenvolve no empreendimento, algum tipo de programa de educação ambiental, revelando a ausência de busca pelo entendimento de

seus colaboradores sobre a importância da preservação ambiental, mostrando que de acordo com estudo bibliográfico previamente realizado, qualquer ação sustentável que venha a ser desenvolvida nesse contexto, não será efetiva, pois para isso é necessário buscar uma transversalidade do tema ambiental em todas as atividades da empresa.

Outro fator que contribuiu para ratificar a conclusão ora citada a respeito dos dados obtidos nas entrevistas foi a ocorrência de 62,5% dos entrevistados afirmarem que as empresas implantam a Gestão Ambiental por que esta consiste em um fator de competitividade no mercado, demonstrando que a visão mercantilizada de conceber a preocupação ambiental nas atividades da empresa é predominante na realidade da prática hoteleira de São Luís e em consequência não reconhecendo a importância de sua participação na sociedade como ponto de relevante importância para a transformação da realidade ambiental da área.

Apesar de 100% dos gestores entrevistados reconhecerem a importância da preservação ambiental, apenas 12,5% afirmaram que reciclam o lixo. É certo que reciclar o lixo mostra-se uma iniciativa válida quanto a preservação do meio ambiente, mas é preciso que essa pequena parcela de 12,5% dos entrevistados que ratificaram seu discurso de preocupação com o meio ambiente, sirva de modelo quanto ao desenvolvimento desta ação que demanda custo financeiro baixíssimo, e diante das pautas precedentes a este capítulo do estudo, são de importante relevância para os recursos naturais da localidade se levado em consideração a quantidade de lixo produzida pelos hotéis.

Assim como a desproporção entre lucro do hotel e ações ambientalmente responsáveis desenvolvidas foi identificada como ausência de preocupações éticas á tomada de decisão. Pois, de acordo com simulação de valor bruto arrecadado pelos hotéis, 6 deles arrecadam aproximadamente no mínimo 5 milhões por ano, dentre os quais, 4 (maioria) não desenvolve ações de conscientização ambiental com seus funcionários, primeiro passo para o caminho sólido rumo a uma gestão ambientalmente responsável. Nessa mesma conjuntura, 60% dos gestores afirmaram que a empresa agiria de forma antiética visando o lucro, desarticulando o discurso de reconhecimento da relevância da preservação ambiental.

Os recursos naturais são um bem público, o qual é utilizado pelos hotéis como matéria prima de sua atividade - pois estes estão situados na praia, fator que influencia

intensamente na decisão do hóspede, principalmente o perfil de turista de São Luís, que é o caracterizado como turista de negócios o qual também procura o contato com a natureza, como forma de fuga do ambiente artificial a que é submetido durante quase todo o seu dia. – nesse sentido, precisa ser mantido em integridade e assim carece da colaboração de todos, mas para isso é preciso que todos consigam buscar o equilíbrio entre interesse pessoal e coletivo antes de agir, atitude que diante da afirmação proferida pelos gestores, ora aludida, se torna impraticável.

Ainda como fator de sustentação da conclusão basal deste estudo, insta narrar que apenas 50% dos entrevistados disseram que o hotel possuía visão e missão, onde dentre esses apenas um soube elencá-los e ainda assim, através de consulta, manifestando a ausência de busca dos hotéis por um padrão de execução das atividades dos colaboradores da empresa e assim da própria empresa. Comprovando a expressiva falta de preocupação dos gestores com relação a instituição de valores aos colaboradores, valores estes que venham a estimulá-los a trabalhar seguindo um padrão eticamente correto de desenvolver os serviços a serem oferecidos aos hóspedes e de lidar com a sociedade e o ambiente em que está localizada.

Uma vez ratificada afirmação de que a ética não é um fator determinante na implantação de ações ambientalmente responsáveis por parte da maioria dos hotéis da orla de São Luís, configura-se pertinente refletir sobre as críticas promovidas pelo presente estudo, tomando este como um meio de instigar pensamento reflexivo a respeito da atividade hoteleira desenvolvida nas praias ludovicenses.

Face ao problema detectado, compete à gerência pública criar políticas de incentivo fiscal a hotéis que desenvolvam ações ambientalmente responsáveis de abrangência e impacto significativo para o local em que estão situados e direcionar políticas educacionais que visem proporcionar aos gestores e população local o entendimento da importância de uma concepção sistêmica sobre o grande valor da preservação ambiental.

A interdição das praias de São Luís, declaradamente, significou prejuízo aos hoteleiros, assim como prejuízo à qualidade de vida dos ludovicenses. É preciso que esta interdição seja elementar no processo de maturação tanto dos autóctones quanto dos gestores hoteleiros e dos gestores públicos com relação às questões ambientais, para que

a cidade consiga se posicionar proativamente quanto aos impactos negativos advindos de intensa exploração.

Para tanto, pondera-se a importância do indivíduo que, motivado pela consciência ética, busca o justo meio na hora de agir, negando seu interesse individual para atender às necessidades coletivas. Por isso, a ética é importante nesse contexto, porque mesmo quando faltar poder coercitivo que regule uma ação, ou mesmo quando faltar a fiscalização da coerção instituída a uma determinada ação, o indivíduo, motivado pela busca do equilíbrio de interesses pessoais e o bem da coletividade, tenderá a agir com justiça.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo.(Org) **Construindo a ciência ambiental**. – São Paulo: Annablume – Fapesp, 2002. “Uma introdução à ciência ambiental: complexidade sócio ambiental, auto-organização e interdisciplinaridade”. Luís Aímola.

A Carta da Terra em ação. **A Iniciativa da Carta da Terra – Brasil**. Disponível em: http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/what_is.html
Acessado em 18/11/2011

AGENDA 21 BRASILEIRA : ações prioritárias / Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 21 Nacional. 2. ed. Brasília : Ministério do Meio Ambiente, 2004.

BACKES, Marli. T. S.. O ambiente do cuidado de enfermagem na perspectiva da complexidade. **Noções de natureza e derivações**. * Este artigo de revisão foi apresentado à banca examinadora no exame de qualificação do projeto de tese de doutorado no Curso de Doutorado em Enfermagem da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em 29/04/2009. *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 20 [3]: 729-751, 2010.

BADARO, R. A. L. **Direito do turismo**: história e legislação no Brasil e no exterior. São Paulo: SENAC. 2002. Disponível em:
http://books.google.com/books?id=7u2It0OsqM0C&pg=PA24&hl=pt-BR&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false
Acesso em: 04 nov.2011.

BARBOSA, Gustavo Maia de Sá. **Turismo e meio ambiente**. Capacidade de carga, limits of acceptable changes (LAC) e visitors impact management (VIM) como processos complementares no planejamento turístico de áreas naturais. XI ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL *Turismo e Transdisciplinaridade: novos desafios* Niterói - RJ 12 a 14 de abril de 2010. Disponível em:
<http://pt.scribd.com/doc/75758003/5-TURISMO-E-MEIO-AMBIENTE>
Acesso em: 20 mar. 2011.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. –13ªed. rev. e atual. –Campinas: SP – Papirus, 2003.

BOCK, Ana Mercês Bahia. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia** / Ana Mercês Bock, Odair Furtado, Maria de Lourdes Trassi Teixeira. – 14ª edição – São Paulo : Saraiva, 2008.

BOFF, Leonardo. **Ecologia: grito da terra, grito dos pobres**. – Rio de Janeiro : Sextante, 2004.

BOFF, Leonardo. **Saber cuidar: ética do humano – compaixão pela terra**. Petrópolis, RJ : Vozes, 1999.

BOFF, Leonardo. **Globalização: desafios socioeconômicos, éticos e educativos**. Petrópolis, Vozes. 2001.

BLISS, Perry. **Administração de marketing e o comportamento no meio ambiente**. Tradução de Auriphebo Berrance Simões. São Paulo, Atlas, 1978.

BORGES, F.H.; TACHIBANA, W.K. **A evolução da preocupação ambiental e seus reflexos no ambiente dos negócios: uma abordagem histórica**. XXV Encontro Nac. de Eng. de Produção – Porto Alegre, RS, Brasil, 29 out a 01 de nov de 2005.

BRASIL, Presidência da República, Comissão de Ética Pública. **Pesquisa sobre valores éticos** / coordenação de Roberto DaMatta e Ricardo Caldas. Brasília : Presidência da República, Comissão de Ética Pública, 2009.

BRASIL, 2012. **Região Sul apresenta segunda maior participação no Pib** Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2012/10/29/regiao-sul-apresenta-a-segunda-maior-participacao-do-turismo-no-pib>. Acesso em: 10 nov. 2012.

BITTENCOURT, Renato Nunes. **Filosofia Ciência e Vida**. A crise na educação... e na família: A mercantilização do ensino e a infantilização do aluno são causa e consequência também da omissão familiar. A discussão em Marx, Kant e Paulo Freire. Editora Escala. Ano VI – ed. 78. Jan/ 2013.

BURSZTYN, Marcel. (org.) **.Ciência, ética e sustentabilidade – 2. ed –** São Paulo : Cortez ; Brasília, DF : UNESCO, 2001.

CÂMARA, Rosélis de Jesus Barbosa. **Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: olhares transversos sobre sustentabilidade e turismo** / Rosélis de Jesus Barbosa Câmara– 2010 Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras, Campus de Araraquara Orientador:

Eva Ucy Miranda Sá Sotto 1. Turismo. 2. Discurso. 3. Sustentabilidade. 3. Parque Nacional Maranhenses. I. Título.

CAMPOS, Luiz Augusto. **Os pais fundadores da política moderna**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 24, n. 3, p. 883-891, set./dez. 2009

CADERNO DE DEBATE. **Agenda 21 e sustentabilidade: Ética e Sustentabilidade**. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável. Coordenação da Agenda 21. Esplanada dos Ministérios - Bloco B Sala 756 - 7º andar 70068 - 900 - Brasília / DF. Disponível em:
http://api.ning.com/files/*GCp4mVAfY0T5JzYcjYyYuNWmIVT*nIuL8k-Gho9l-8af16zHE4pAYXMd3jcaBxSjf9ksWuqLaXKVDywZwQMBFYuZBnApVI/8.Agenda21ticaeSustentabilidade.pdf
 Acesso em: 10 jul. 2012.

CAMARGO, Jose. **Turismo em cidades**. Espaços urbanos, Lugares turísticos. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

CAMPOS. Angelo Mariano Nunes. **O ecoturismo como alternativa de desenvolvimento sustentável**. Revista Turismo-Jan/ 2005. Disponível em:
<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/eco-desenvsust.html>.
 Acesso em : 1 nov./2011

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS, 2011.
 Disponível em: <http://noticias.cancaonova.com/noticia.php?id=281652>. Acesso em: 23 dez. 2012

CASAS, Alexandre Luzzi Las. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira** – São Paulo : Atlas, 2006.

CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e natureza** : estudos para uma sociedade sustentável – 3. Ed. – São Paulo : Cortez ; Recife, PE : Fundação Joaquim Nabuco, 2001.

CHAMUSCA. André Carlos Iranzo; CENTENO. Cláudia Rodrigues. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. Disponível em:
http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/GEST%C3%83O%20AMBIENTAL%20EM%20MEIOS%20DE%20HOSPEDAGEM.pdf
 Acesso em: 15 nov.2011.

CUNHA, S. B.; GUERRA, A.J.T. **A questão ambiental**: diferentes abordagens – 4ª Ed. – Rio de Janeiro: Bertrad Brasil, 2008.

Danos por catástrofes naturais de 2011 superam recorde de 2005 . Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ambiente/942435-danos-por-catastrofes-naturais-de-2011-superam-recorde-de-2005.shtml>
Acesso em: 10 nov.2011.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo** -- São Paulo: Atlas, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Turismo Sustentável e meio ambiente** – São Paulo: Atlas, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo** – São Paulo : Atlas, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade** – 1ed. – 4 reimpr. – São Paulo, 2009.

DEL PRETTE, Z.A.P.; DEL PRETTE, A. **Habilidades sociais e análise do comportamento**: proximidade histórica e atualidades. Revista Perspectivas em análise do comportamento. 2010. vol. 01. nº02.

DULLEY, Richard Domingues. **Noção de natureza, ambiente, Meio ambiente, recursos ambientais e recursos naturais**. Agric. São Paulo, São Paulo, v. 51, n. 2, p. 15-26, jul./dez. 2004. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/out/publicacoes/pdf/asp-2-04-2.pdf>
Acesso em: 04 nov.2011.

FRANKENA, W.R. **Ética**. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1981.

GONÇALVES, Júlio César. **Homem-natureza: Uma relação conflitante ao longo da história**. Revista multidisciplinar da uniesp. Saber acadêmico - n ° 06 - Dez. 2008/ ISSN 1980-5950171. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista6/pdf/17.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2012.

GREENPEACE. **O Protocolo de Kyoto (resumo)**. Disponível em: http://www.greenpeace.org.br/clima/pdf/protocolo_kyoto.pdf
Acesso em: 18 nov.2011.

G1. Ciência e Saúde. **Acidente em Fukushima pode causar 2.500 casos de câncer**, diz estudo. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2012/07/acidente-de-fukushima-pode-causar-ate-2500-casos-de-cancer-diz-estudo.html>

Acesso em: 22 out.2012.

IGNARRA , Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. -- 2 ed. rev. e ampl. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Instituto Brasil PNUMA. **Comitê brasileiro do programa das nações unidas para o meio ambiente**.

Disponível em: <http://www.brasilpnuma.org.br/saibamais/iso14000.html>. Acesso em: 17 jun. 2012.

IRVING, Marta Azevedo. **Turismo: o desafio da sustentabilidade** – São Paulo: Futura, 2002.

JACOBI, Pedro. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade**. Cadernos de Pesquisa, n. 118, mp. a1rç8o9/-220050,3 março/ 2003. Disponível em:

http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/ambiente/conteudo_419509.shtml

Acesso em: 24 maio 2012.

KANT, E. _____, Fondazione della metaética dei contumi, TR, it. Por P. Chiodi, Bari, Laterze, 1988 (**Fundação da meta física dos costumes**, Lisboa, Ed. 70, 1995).

KOSHIBA, Luiz. **História**: origens, estruturas e processos. – São Paulo : Atual, 2000.

LEMOS, Haroldo Mattos. **As normas ISO 14000**. Instituto Brasil PNUMA. Comitê brasileiro do programa das nações unidas para o meio ambiente. [2012?] Disponível em:<http://www.brasilpnuma.org.br/saibamais/iso14000.html>

Acesso em: 10 jul. 2012.

LEFF, Henrique. **Racionalidade ambiental**: a reapropriação social da natureza / Enrique Leff; tradução Luís Carlos Cabral. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LICKRORISH, Leonard J. **Introdução ao turismo**; tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. –Rio de Janeiro: Campos, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade pós-moralista**: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos/ tradução Armando Braio Ara. – Barueri, SP: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a asociedade de hiperconsumo/ tradução Maria Lucia Machado. – São Paulo: Companhia das letras, 2007.

MARINI, Iris. Jornal do Brasil. **Jovens e ativistas protestam contra construção de hotel em área preservada**. nov/ 2012. Disponível em: <http://www.jb.com.br/rio/noticias/2012/11/17/jovens-e-ativistas-protestam-contra-construcao-de-hotel-em-area-preserveda/>
Acesso em: 18 fev.2013.

MARINHO, Luiz Alberto. **Marketing verde**. Pequenos gestos sustentáveis não trazem mudanças substanciais para a saúde do planeta. Revista Planeta Sustentável. Ed. Abril S.A. 2008.

MARCOLINO, J.A.M. **Ética e adolescência**. Rev. Neuropsiq da Infância e da Adolescência 2 (2): 15 – 19, 1994.

MARCONDES, Danilo. **Textos básicos de ética**: de Platão a Foucault. – 4.ed. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

MEDEIROS, Fernanda Luiza Fontoura de. **Como se preparar para o exame de Ordem, 1ª fase: ambiental**. – 2ª Ed. Ver., atual. E ampla – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: METODO, 2010.

MORALES, Aracelis Góis. **Atrativos histórico-culturais e demanda por turismo doméstico no Brasil**. Ilhéus (BA): UESC, 2004. v 1, p. 135. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Santa Cruz.

NERI, Demetrio. **Filosofia Moral**: Manual Introdutivo. São Paulo, SP: 2004.

Nosso Futuro comum / Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. - 2. ed.. - Rio de Janeiro. Editora da Fundação Getulio Vargas, 1991.

NICOLELLA, Gilberto. **Sistema de gestão ambiental**: aspectos teóricos e análise de um conjunto de empresas da região de Campinas, SP / Gilberto Nicolella, João Fernandes Marques, Ladislau Araújo Skorupa.-- Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2004. Disponível em: http://www.cnpma.embrapa.br/download/documentos_39.pdf
Acesso em 15 nov.2011

OLIVEIRA, Marcus Raul de. **Vantagens e desvantagens do marketing verde e relação entre a responsabilidade social e o marketing social.**2007. Disponível em: <http://egoraul.wordpress.com/2007/11/11/dissertacao-sobre-vantagens-e-desvantagens-do-marketing-verde-e-relacao-entre-a-responsabilidade-social-e-o-marketing-social/>
Acesso em 13 nov.2011.

OLIVEIRA, Pêrsio Santos de. **Introdução à Sociologia.** – São Paulo: Editora Ática, 1997.

PASSOS, Alfredo. **Administradores.** com, 2012. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/empresas-pagam-por-comentarios-falsos/62627/>
Acesso em: 18 fev.2013.

PEDRINI, Alexandre de Gusmão. **Educação ambiental empresarial no Brasil.** –São Carlos : RiMa Editora, 2008.

PETROCCHI, Mario. **Marketing para destinos turísticos** – São Paulo: Futura, 2004.

ROCHA, Juliana Ferreira da ; CARRARA, Kester. **Formação ética para a cidadania: reorganizando contingências na interação professor aluno.** Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional, SP. Volume 15, nº 2, Jul/Dez de 2011.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do meio ambiente** – Campinas, SP: Papirus, 1997.

SACHS, I. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir.** SP. Vértice. 1986.

SALGUEIRO, Valéria. **Grand Tour: uma contribuição à historia do viajar por prazer e por amor à cultura.** Universidade Federal Fluminense. *Revista Brasileira de História.* São Paulo, v. 22, nº 44, pp. 289-310 2002.

SANCHOTENE, Danilo Gomes. **O termo de ajustamento de conduta como meio alternativo de solução de conflitos.** Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2786, 16 fev. 2011 . Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/18503>>. Acesso em: 1 jun. 2012.

SOUZA, Vanessa S. Fraga de; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Em busca de uma racionalidade convergente ao ecodesenvolvimento: um estudo exploratório de**

projetos de turismo sustentável e de responsabilidade social empresarial. Rev. Adm. Pública v.04 n. 03 Rio de Janeiro maio/junho. 2006.

SOLOMON, Robert C. **Ética e excelência** : cooperação e integridade nos negócios / Robert C. Solomon; tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

STRINGHINI, Simone Andreia. **Implantação de marketing verde nas empresas**: Cse Philips. 2009 Disponível em:
<http://www.sustentabilidade.philips.com.br/pdfs/2009/IMPLANTA%C3%87%C3%83O%20DO%20MARKETING%20VERDE%20NAS%20EMPRESAS%20-%20CASE%20PHILIPS.pdf>
Acesso em: 26 maio 2012.

TRIBUNA DO NORTE. **MP luta contra degradação ambiental na praia de Pipa**. Disponível em:
<http://tribunadonorte.com.br/noticia/mp-luta-contra-degradacao-ambiental-na-praia-de-pipa/20458>. Acesso em: 31 jun. 2012.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo Básico**. – 7ª ed. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

TRIPADVISOR. Definição da TripAdvisor. Disponível em:
http://www.tripadvisor.com.br/pages/about_us.html. Acesso em: 20 fev.2013.

VADE MECUM 4ª EDIÇÃO

VÁSQUEZ., Adolfo. S. **Ética**. 12ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A, 1969

VASQUEZ, Adolfo. S. **Filosofia da práxis**. 4 ed. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1990.

VECCHIATTI, Karin. Três **fases rumo ao desenvolvimento sustentável**: do reducionismo a valorização da cultura. SÃO PAULO EM PERSPECTIVA, 18(3): 90 - 95, 2004. Disponível em:<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n3/24782.pdf>
Acessado em 04 nov.2011.

VEJA em 2011. **Chernobyl**: o desastre soviético e a contaminação radioativa. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/acervo-digital/em-dia/chernobyl-o-desastre-sovietico-e-a-contaminacao-radioativa/>
Acessado em: 25 maio2012.

VIEGAS, Thaís. **Um paradigma ecológico para as empresas?:** notas para uma perspectiva crítica da gestão ambiental empresarial. Direito, Ciência e Sociedade. 17^a ed. -UNDB. 2009.

ZAJDSZNAJDER, Luciano. **Ser ético** – Rio de Janeiro: Gryphus, 1994.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário aplicado com os gestores dos hotéis alocados na orla de São Luís.

ENTREVISTA

O objetivo desta pesquisa é obter informações sobre a visão dos gestores dos hotéis da orla de São Luís acerca da questão ambiental, objetivando a elaboração de Trabalho Monográfico para conclusão do Curso de Turismo da UFMA. Os dados obtidos serão analisados de forma sigilosa, impossibilitando a identificação dos (as) entrevistados (as) e do empreendimento o qual está vinculado. Sua colaboração é de suma importância para o êxito deste trabalho.

1. Dados sobre o entrevistado:

Sexo () Masculino () Feminino

1.1 Qual a sua escolaridade?

1.2 Há quanto tempo você trabalha neste empreendimento?

() Há menos de 1 ano () de 1 a 5 anos () de 5 a 10 anos () Há mais de 10 anos ()
Outro _____.

1.3 Qual a sua naturalidade?

2. Dados sobre o empreendimento:

2.1 Qual sua função dentro da empresa?

2.2 Quanto tempo de mercado possui este empreendimento?

2.3 Quantas UHs possui o empreendimento?

(Especificar categorias e os respectivos valores das diárias)

2.4 Qual a classificação do empreendimento em que trabalha?

2.5 Qual a missão do empreendimento?

2.6 Qual a visão do empreendimento?

2.7 Quais os valores do empreendimento?

3.Dados sobre a Gestão Ambiental

3.1 Qual o seu entendimento sobre a questão ambiental. Qual a importância de preservação/conservação do meio ambiente?;

3.2 De que forma o homem pode contribuir com a preservação/conservação do meio ambiente?;

3.3 De que forma as empresas hoteleiras podem contribuir?; O que esta empresa faz para, efetivamente, contribuir com a preservação/conservação da natureza?

3.4 Existe uma periodicidade dessas contribuições? Se sim, qual?(Ações sobre Educação ambiental para comunidade no entorno do hotel, coleta seletiva, palestra de conscientização ambiental para hóspedes, investimento em material impresso sobre a importância da preservação ambiental...)

3.5 A falta de balneabilidade das praias de São Luís prejudica o andamento dos seus negócios? Se sim, de que forma?

3.6 Qual o destino dos efluentes líquidos e resíduos Sólidos gerados pelo seu empreendimento?

3.7 O empreendimento possui algum tipo de redutor de consumo? Se sim, quais são eles? (isso aqui ele deveria responder acima)

SIM NÃO

R: _____

3.8 Na sua opinião, por que as empresas, cada vez mais, implantam em seu dia a dia a gestão ambiental?

3.9 Aponte os benefícios ecológicos de adotar um sistema de gestão ambiental na sua empresa.

3.9.1 Aponte os benefícios econômicos de adotar um sistema de gestão ambiental na sua empresa.

3.9.2 Aponte o resultado mais importante para uma empresa na adoção de um sistema de gestão ambiental (questão fechada):

Fortalece a imagem da empresa como ecologicamente responsável;

- Enxuga os custos operacionais, o que, a longo prazo, é fundamental para a empresa;
- Trabalha internamente com os colaboradores a conscientização sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Sensibiliza os hóspedes sobre a importância de preservar o meio ambiente
- Outro. Qual? _____
-

4.Dados sobre a vivência do empreendimento quanto a fiscalização de sua Gestão Ambiental

4.1 Você conhece algum tipo de fiscalização ambiental obrigatória em Hotéis?

- SIM NÃO

4.2 Alguma vez você presenciou uma ação de fiscalização ambiental neste hotel?

- SIM NÃO

4.3 Você conhece alguma lei que trate das obrigações de preservação ambiental por parte dos hotéis?Se sim, cite qual.

- SIM NÃO
-

5.Dados sobre o entendimento do entrevistado sobre ética

5.1 Você já ouviu falar sobre ética? Qual o seu entendimento sobre a ética? _____

- Ser honesto e responsável
- Estar e agir dentro da lei
- Não mentir ou faltar com a verdade
- NRA.
-
-

5.2 Quando você ouviu falar sobre ética a primeira vez? Em que local?

5.3 O Sr(a) se considera ético?

- SIM NÃO

5.4 Na sua opinião, pode-se fazer qualquer coisa para se atingir o objetivo desejado?

- SIM NÃO NRA.

5.5 Você considera que, no dia-a-dia das empresas, o comportamento ético ainda é um problema? Se sim, de que forma?

5.6 O que você considera ser uma postura antiética de um profissional?

5.7 Por que as empresas agiriam de forma antiética com o consumidor, o meio ambiente (etc)?