

Hóspedes: uma reflexão sobre turismo, economia e meio ambiente

Thiago José Costa Alves (thiago.uerr@gmail.com)*

Suzana Maria de Conto (smcmande@ucs.br)**

Resumo

Este artigo tem como objeto de estudo tratar o tema responsabilidade ambiental do hóspede sob a ótica das relações do turismo com a economia neoclássica, a economia do meio ambiente e a economia ecológica. Para isso buscou-se entender através da análise do conteúdo, a interpretação e discriminação de como se posicionam os autores que escrevem sobre hóspedes, Turismo e meio ambiente, dentro das três perspectivas teóricas. Fizeram parte desta análise vinte e cinco autores, na qual foi comprovada que a linha de raciocínio adotada pelos autores que escrevem sobre o tema abordado nesse estudo está relacionada aos segmentos sugeridos pela economia neoclássica e da economia do meio ambiente. É interessante ressaltar a inexistência de autores que apresentam direcionamentos que converjam para a economia ecológica.

Palavras-chave: Turismo; Hóspedes; Responsabilidade ambiental; Meio Ambiente; Economia.

Abstract

This article aims to study the environmental responsibility of the guests, taking into consideration the relationship of tourism with the neoclassical, environmental and ecological economy approaches. To achieve the objectives, the analysis of the content methodology was used, in order to retrieve the position of the authors who wrote about these subjects: guests, tourism and environment, within the three theoretical perspectives. Twenty-five authors were used in this analysis. It shows that the approaches adopted by those authors were related to the segments suggested by the neoclassical economy and the environmental economy. It is interesting to note that there were no authors converging towards the ecological economy.

Key-words: Tourism; Guests; Environmental responsibility; Economy.



Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social



Introdução

Os meios de hospedagem são peças-chaves para se entender o comportamento de alguns atores que interagem durante a atividade do turismo. Esse segmento é responsável por parte da geração de empregos num cenário de evolução turística avançada. Porém, assim como qualquer outro empreendimento, ele também se caracteriza por intervir e modificar o funcionamento natural das variáveis ambiental, social, econômica e cultural.

Esses empreendimentos apresentam rotinas bem definidas de operação. Durante o desenrolar do processo acontece o consumo de água, o consumo de energia elétrica, geração de resíduos sólidos, emissões de efluentes líquidos entre outros. No entanto é interessante salientar que nesse segmento como em outros, as externalidades geradas não são reconhecidas no preço final do produto. Por externalidade Almeida (1998, p. 27), reconhece ser os efeitos adversos (maléficos ou benéficos) causados as empresas, aos consumidores e toda a sociedade ao ambiente e que por sua vez não são repassados ao custo final de produção. Diante de uma perspectiva de admitir os tais externalizações, Merico (1996, p. 82) propõe a internalização de custos ambientais, direcionando o repasse, para os produtores e consumidores, do real custo de produção, ao adquirirem o produto em vez de repassar os custos para a sociedade.

Para Merico (1996, p. 82) a internalização de custos ambientais, ou seja, a internalização das externalidades ambientais, é um passo importante no controle do uso dos recursos e serviços naturais, mas é também importante que sejam percebidas as limitações desses mecanismos para que possam enfrentar as perspectivas de degradação como um todo.

Para Cavalvanti (2004, p. 150), na compreensão econômica usual, tem-se em

vista apenas a geração de benefícios pelas atividades produtivas. Os custos normalmente considerados são os internos a essas atividades, ou seja, os que dizem respeito à sua contabilidade interna (custos ditos privados) - outros custos, como os da destruição de uma paisagem bela ou da extinção de uma espécie, constituem externalidades que se excluem do cálculo econômico.

Nessa direção, para se entender como funciona a relação da atividade turística com o ambiente, é interessante analisar a postura de outro personagem nessa cadeia de consumo, o hóspede. Esse ator aparece como o principal responsável pelo funcionamento desses empreendimentos, pois estabelece relação direta de compra, o que por sua vez caracteriza uma ligação de interdependência com os meios de hospedagem.

Sob análise da relação existente, é interessante destacar que o hóspede exerce considerável influência nas decisões tomadas pelos gestores de meios de hospedagem. Diante de uma perspectiva literária, o estudo propõe esclarecer os seguintes questionamentos: a) como o hóspede se relaciona com o meio ambiente? b) diante das características dessa relação, qual é a importância dada ao meio ambiente? e c) qual a relação existente entre o meio ambiente e a economia nesse setor?

Os questionamentos anteriores ilustram a existência de lacunas, no que tange ao comportamento de hóspedes em relação a práticas ambientais. A fim de contextualizar as relações que se encontram nesse estudo foram adotadas bibliografias relacionadas ao hóspede ambientalmente responsável e Meio Ambiente, Economia e Turismo.

* Professor do Curso de Graduação de Turismo com ênfase em Ecoturismo do Departamento de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Estadual de Roraima, UERR; Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul, UCS; Especialista em Gestão Ambiental pela Universidade de Pernambuco, UPE; Bacharel em Turismo pela Universidade Católica de Pernambuco, Técnico em Turismo pelo CEFET-PE.
E-mail: thiago.uerr@gmail.com

** Engenheira Química, Doutora em Educação pela Universidade Federal de São Carlos. Professora do Departamento de Engenharia Química e no Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.
E-mail: smcmmande@ucs.br

Hóspedes ambientalmente responsáveis

Em um cenário composto por vários agentes interferentes, os hóspedes surgem como atores importantes na estrutura do turismo. Estudos recentes de Alves e Cavalcanti (2006), Abreu (2001), Lemos (2004), Lopes (2004), Swarbrooke (2000), Willard-Cross (1990), Ottman (1998) e Luchiarri (2002) constatarem que modificações comportamentais dos empreendimentos, em relação ao meio ambiente, tendem a acontecer por pressões derivadas da mudança de postura dos hóspedes.

Os mesmos estudos verificam que, com o crescimento da preocupação ambiental por parte de diferentes agentes, esse sujeito tem se comportado de forma mais crítica e exigente, constando cada vez mais em suas preocupações a variável ambiental. Na visão de Lopes (2004, p. 91), o cliente é o verdadeiro e único juiz da qualidade em serviços. E o julgamento da qualidade de um serviço recebido depende da expectativa (qualidade esperada) de cada cliente.

Embora ainda faça parte de um grupo restrito, o hóspede que se preocupa com práticas ambientalmente favoráveis já consegue chamar a atenção do segmento de meios de hospedagem, como um mercado bastante promissor. É o que constata o estudo de Alves e Cavalcanti (2006 p. 3), ao sustentar que o segmento hoteleiro, em particular, sofre cada vez mais pressões no que se refere à demonstração de um bom desempenho em relação às questões ambientais.

Estudos referentes à evolução crítica dos hóspedes, em relação a um ambiente equilibrado por Ferreira (1999), Gândara (2000) e Gonçalves (2004), relatam que uma pequena parte dos hóspedes exige dos empreendimentos uma postura mais sustentável ao consumir um produto. Ferreira (1999, p. 2) ressalta existir uma nova classe de consumidores que está valorizando mais

produtos e serviços ambientalmente corretos, que de algum modo causem menor dano ao ambiente durante o consumo. Para o autor, esses consumidores por vezes se dispõem a pagar mais pelo produto ou serviço, porém cobram novas posturas das organizações para a manutenção de uma vida mais sustentável.

Gândara (2000, p. 317) acredita que o novo turista, o turista da sociedade pós-industrial, está demandando, cada vez mais, destinos com qualidade ambiental. O mesmo autor (2000, p. 230) afirma que, ao analisar as características do novo turista, é possível identificar a grande oportunidade que têm os destinos que estão planejados para oferecer qualidade ambiental, cultura e patrimônio, infra-estrutura adequada para satisfazer as necessidades, tanto da população quanto dos turistas.

Gonçalves (2004, p. 18), que trata o hóspede como mola propulsora de mudanças na hotelaria, argumenta que o aumento do interesse por questões ambientais estimula o hóspede e outros agentes envolvidos no processo hoteleiro a cobrar não só qualidade na prestação dos serviços hoteleiros, mas também conservação dos recursos naturais.

Alguns autores, como Abreu (2001), Posati (2004), Luchiarri (2002) e Willard-Cross (1990), definem o consumidor verde como responsável pela abertura de mercado, no qual as questões ambientais são mais respeitadas. Na presença de tal preocupação ambiental, os hóspedes apontam força para um novo direcionamento de mercado. É denominado de "hóspede verde" por Abreu (2001, p. 5), e definido como o cliente de meios de hospedagem que se preocupa com o meio ambiente, com seus impactos, e que pode ser visto como parte importante no que se refere ao mercado da hotelaria. Segundo a mesma autora, esses sujeitos se definem pelo

comportamento atento, mais do que os outros hóspedes, por um comportamento cauteloso, possuindo uma enorme capacidade de solidariedade com os seres que habitam a Terra.

Enquanto Estados e mercados vieram reelaborando estratégias de desenvolvimento e de crescimento, orientados pela nova lógica da sustentabilidade, a organização do turismo, reconhecidamente um dos setores econômicos que mais cresce no período contemporâneo, também passou a se adequar à nova concepção. (Luchiari, 2002, p. 119).

Já para Posati (2004, p. 8), o turista consciente, o que se enquadra como sendo um novo consumidor, tornou-se mais exigente. Porém, existe a necessidade de informar o mesmo sobre os cuidados que devem ser tomados com o meio ambiente. Para Willard-Cross (1990, p. 64), os consumidores verdes apresentam um olhar crítico em relação a assuntos como resíduos, reciclagem, energias limpas, geração de composto orgânico, entre outros. Além disso, deixam transparecer uma preocupação geral com a degradação ambiental, a poluição das águas, com a qualidade do ar e a qualidade ambiental, que interferem no modo de vida de todos. Para a autora, o consumo verde representa uma fase larval do esclarecimento ambiental.

A existência de turistas que têm como principal motivação viagens a lugares ambientalmente preservados ressalta a importância de conservação desses lugares, mediante estudos. Para Wearing e Neil (2000, p. 24 apud Schütler 2002, p. 61), as características distintivas dos ecoturistas direcionam-se por uma ética meio-ambiental, por mostrar disposição para não deteriorar os recursos ambientais; por mostrar uma orientação biocêntrica e não antropocêntrica; por esforçar-se para ter uma experiência ou um contato de primeira mão

com o entorno natural e por possuírem expectativas referentes à aquisição de conhecimentos e à apreciação do valor dos recursos ambientais que os levam a escolher destinações que apresentam preocupações ambientais.

Para Abreu (2001, p. 14), que em seu estudo adverte várias vezes para uma forma de provocar mudanças, inclusive no mundo dos negócios, fazendo com que as empresas repensem seus produtos, serviços e formas de gestão, o hóspede assume um papel crucial para novas considerações e mudanças positivas, o que põe sob crítica as preocupações ambientais.

Ao tratar da postura do hóspede, que se preocupa com o meio ambiente e suas emissões, Alves e Cavalcanti (2006, p. 3) relatam que esse consumidor começa a exigir dos hotéis um novo tipo de requisito que não está apenas atrelado à qualidade dos serviços diretamente prestados, mas, fundamentalmente, associado à implementação da estrutura de gestão ambiental, ou seja, à qualidade ambiental.

Para alguns autores, como Lemos (2004) e Swarbrooke (2000), o hóspede que segue práticas ambientalmente corretas faz parte de uma minoria e, por conta disso, ainda não consegue ser responsável por mudanças de comportamento dos meios de hospedagem. Como parte de um grupo bastante reduzido, os hóspedes ambientalmente corretos por vezes não conseguem provocar mudanças, pois a maioria dos consumidores desse segmento se destaca pela falta de compromisso com o ambiente.

Assim como em outros segmentos de mercado, o turismo sofre pela falta de comprometimento com o meio ambiente. Para Lemos (2004, p. 7), na atividade do turismo, principalmente o turismo de massa, destaca-se a não-existência de uma consciência crítica formada, por parte dos indivíduos que compõem esse sistema, de

que se trata de uma atividade provocadora de grandes impactos ao ambiente.

Estudos recentes (Ottman, 1994 apud Souza, 2003; Swarbrooke, 2000) tratam da importância de se conhecerem as tipologias de consumidores existentes sob a ótica ambiental, a fim de esclarecer a funcionalidade e os impactos ocasionados pelos grupos. Com a finalidade de analisar as tipologias de consumidores existentes no mercado sob a égide ambiental, Ottman (1994), apud Souza (2003, p. 6) considera variáveis, como a preocupação com o ambiental; apoio a práticas ambientais; as relações habituais de comportamento mediante o meio ambiente, classificando-os da seguinte maneira:

a) Verdes Verdadeiros: indivíduos com fortes crenças ambientais efetivamente vivenciadas. Evitam consumir de uma companhia com reputação ambiental questionáveis, escolhem produtos e serviços ecologicamente corretos. Acreditam que podem fazer pessoalmente uma diferença na resolução de problemas ambientais;

b) Verdes do dinheiro: apóiam o ambientalismo, através de doação de dinheiro e muito pouco com doação de tempo ou ação. Sentem-se ocupados demais para mudar seus estilos de vida, entretanto, são felizes e conseguem expressar suas crenças com carteiras e talões de cheque;

c) Quase-verdes: querem mais legislação pró-ambiental, porém, não acreditam que eles mesmos possam fazer muito para exercer um impacto ambiental positivo. Não desejam pagar mais por produtos pró-ambientais. Ficam incertos quando forçados a escolher entre o ambiente e a economia. Este é o grupo da liberdade de ação e da

indefinição, que pode ir de um lado a outro em qualquer questão ambiental;

d) Resmungões: realizam poucas ações ambientais, mas acreditam que outros consumidores também não estejam cumprindo sua parte. Pensam que a empresa deveria resolver os problemas e que, além de custarem muito mais do que seus correspondentes não-verdes, os produtos verdes não funcionam tão bem. Sentem-se confusos e desinformados sobre questões ambientais, achando que toda a coisa é problema de outra pessoa e que um terceiro deveria resolvê-la;

e) Marrons básicos: é o menos envolvido com o ambientalismo. Acreditam basicamente que não há muito que os indivíduos possam realizar para fazer uma diferença; são os indiferentes. (Ottman, 1994 apud Souza, 2003, p. 6).

Diante dessa situação, Souza (2003, p. 7) diz que o mercado permite a leitura de que há uma demanda crescente, porém ainda pequena, de consumidores que contemplam a variável ambiental durante a escolha de um produto, como é o caso do tipo "verdes verdadeiros" proposto por Ottman (1994 apud Souza, 2003, p. 6). Para Souza (2003, p. 7), a categoria como os "quase verdes" faz parte do grupo maior de pessoas que, na verdade, são indecisas ou mal-esclarecidas e inseguras e que, por sua vez, podem se tornar consumidores ambientalmente ativos, se forem devidamente estimulados e obtiverem informação que os faça mais comprometidos com o meio ambiente.

Com o mesmo objetivo de Ottman (1994 apud Souza, 2003), Swarbrooke e Horner (2002, p. 263), sob a ótica ambiental, relatam que os turistas podem ser divididos em

gradações, de acordo com as atitudes relacionadas à responsabilidade ambiental. Trata-se de um modelo para tentar enquadrar as perspectivas de um planejamento mais sustentável. Para o autor, os turistas podem ser divididos em:

Não-verde (0%): a) Nunca lêem o que as brochuras dizem sobre questões verdes e turismo sustentável; b) nunca substituem seus automóveis particulares por transporte coletivo; c) não possuem nenhum interesse sobre as questões verdes e/ou sociais; d) não fazem nenhum sacrifício devido as idéias ambientais e/ou sociais; e) Grande parcela da População.

Verde-claro (25%): a) Pensam sobre as questões verdes e tentam reduzir o consumo normal de água e energia nas localidades turísticas onde estão, caso estes recursos sejam escassos; b) raramente substituem seus automóveis por transporte coletivo; c) interesse superficial por todas as questões verdes e/ou sociais; d) raros sacrifícios são feitos em função de suas idéias.

Verde-médio (50%): a) Procuram agir conscientemente e descobrir mais sobre uma questão específica, além de envolver-se de modo mais ativo na questão, unindo-se a grupos de pressão, por exemplo; b) costumam com freqüência substituir seus automóveis por transporte coletivo; c) interesse médio pelas questões ambientais e sociais; d) sacrifícios médios são feitos por causa de suas férias.

Verde-escuro (75%): Boicotam hotéis e locais de veraneio que tenham reputação ruim quanto a questões ambientais e/ou sociais; b) usam transporte público para chegar à destinação e para se deslocarem pela região durante as férias; c) profundo in-

teresse por todas as questões verdes; d) realizam sacrifícios importantes em função de suas idéias, pagam viagens de férias para trabalhar em causas ambientais e/ou sociais.

Totalmente verdes (100%): a) Não viajam nas férias, de modo algum, a fim de não agredir o meio ambiente natural e cultural como turistas; b) interesse muito profundo por alguma questão específica, relacionada ao meio ambiente ou ao social; c) grandes sacrifícios são feitos por causa de suas idéias. (Swarbrooke; Horner, 2002, p. 263).

Essa divisão que Swarbrooke e Horner (2002) faz em relação ao comportamento do consumidor é de suma importância, pois as posturas conseguem ser identificadas com maior precisão, colocando soluções em prol de um desenvolvimento desejado.

Jarvis (1998, p. 46), em estudo que tem como objeto de pesquisa o consumidor verde, admite a criação de grande número de selos verdes e vê isso como uma possibilidade para a divisão do mercado para quem prevê os impactos ambientais gerados durante a produção de um bem. O autor elencou alguns selos verdes, tais como: a) sistemas de certificação científica; b) selo verde; c) energia limpa; d) produção orgânica de alimentos; e) preservação de florestas e matas e f) Eco-OK entre outros.

Conforme Goeldener, Ritchie e MacIntosh (2002 p. 362), para que o turismo ecologicamente sustentável se torne uma realidade, serão necessárias iniciativas por parte de todos os envolvidos no cenário turístico, começando com os próprios turistas. Eles são responsáveis e devem ser educados em relação a essas obrigações e responsabilidades, no sentido de contribuir para o turismo social e ambientalmente responsável.

Nessa direção, Novaes (2005, p. 11) diz que o surgimento da consciência e da sensibilização da sociedade fará com que surjam novos produtos turísticos que integrem valores ambientalmente corretos. O autor continua dizendo que o nível de consciência ambiental dos turistas tende a ser cada vez mais exigente em relação às práticas ambientais, que dependem de fatores culturais, educacionais e econômicos.

Para que melhorias ambientais possam fazer parte da realidade dos empreendimentos turísticos, diante de um modelo de economia neoclássica, faz-se necessária a participação ativa dos hóspedes. Dessa forma, é interessante ressaltar que o consumidor é agente importante para desacelerar os impactos ambientais causados pelo turismo.

Economia, meio ambiente e turismo

Na atividade do turismo a economia está bem presente nos questionamentos relacionados ao sustento equitativo dos empreendimentos e de suas localidades. Porém é notório que a economia no contexto atual, não contempla as questões ambientais e seus impactos que acontecem durante o processo. Para Marques e Comune (2001, p. 24) que comentam a atual situação do meio ambiente quando interpretado pela economia neoclássica, afirmam que os recursos ambientais desempenham funções econômicas, entendidas esta como qualquer outro serviço que contribua para a melhoria do bem-estar, do padrão de vida e para o desenvolvimento econômico e social. A colocação de recursos naturais para suprimento da necessidade humana em estudo semelhante é questionado por Wallerstein (1997) ao dizer que, se o sistema tiver como objetivo principal o acúmulo de bens, o meio ambiente não terá seu poder de resiliência contemplado durante a produção

e por tal não deve se caracterizar como um ciclo produtivo saudável.

Essa parte do estudo irá se restringir a discussão de duas teorias econômicas que tratam do ambiente de formas diferentes. A primeira, que tem a sua base teórica na economia neoclássica é a economia do meio ambiente e a segunda que traz grandes diferenças quanto ao valor estabelecido ao ambiente é a economia ecológica. Diante dessas duas Marques e Comune (2001, p. 23) distinguem dizendo que a economia do meio ambiente utiliza seus fundamentos baseados na economia neoclássica, enquanto que a economia ecológica se apóia nas leis da termodinâmica e procura valorar os recursos ecológicos com base nos fluxos de energia líquida do ecossistema.

A economia do meio ambiente tem seu nascedouro na economia neoclássica, a qual estabelece valores monetários contabilizáveis para todos os tipos de mercadorias e mercado. Para Sachs (2001, p. 13) a economia do meio ambiente nasce pela visível necessidade e pressões sociais para com as questões ambientais, da qual surge o que ele chama de "economia ecológica com corte neoclássico" fundada no conceito de externalidades e internalidades dos mecanismos de preço.

Para Merico (1996, p.15) a economia do meio ambiente, se caracteriza por discutir questões de custos e punições relacionados a produção e aos resíduos lançados ao meio ambiente durante a mesma. Nessa análise, a poluição é percebida como uma externalidade do processo de produção e consumo, ou até mesmo uma falha dos mecanismos de mercado, que pode ser tratada pelos vários meios de internalização de custos ambientais, como o preço de produtos e multas severas.

Segundo Pearce et. al. apud Merico (1996, p. 81), diz que na medida em que o preço de mercado não reflete o verdadeiro

valor dos recursos e serviços naturais utilizados para produzi-los, há uma diferença entre o custo privado e o custo social. Como custo privado têm-se os valores gastos com mão-de-obra entre outros, os quais podem ser contabilizáveis.

No turismo é visível a necessidade da preservação dos recursos e serviços ambientais, pois o produto comercializado nesse segmento não contempla nem internaliza os impactos causados para se oferecer o produto. Sobre isso Merico (1996, p. 19), afirma que é interessante que aconteça a internalização de custos ambientais no processo produtivo, para que cada atividade tenha seus impactos propriamente contabilizados. Ainda para o autor, essa é uma excelente ferramenta para melhorar a alocação de recursos econômicos, mas é um processo que depende basicamente da identificação de impactos ambientais e de sua correta valoração econômica.

Diante dessa perspectiva de valoração ambiental, o turismo quando assume uma postura ambientalmente responsável, é visível um comportamento com estigmas da economia neoclássica. As referências utilizadas para a construção desse artigo conseguem apresentar com clareza as principais características de preservação ambiental no convencimento do consumidor como eixo central da transação. E é sobre isso que Marques e Comune (2001, p.26) argumentam ao dizer que o surgimento da economia ecológica se dá pela insatisfação com a soberania do consumidor, na revelação das preferências e nos métodos desenvolvidos para valorar bens e serviços ambientais que não são transacionados no mercado.

Para se visualizar que existe uma conectividade regular entre os autores defensores da economia ecológica, basta ilustrar o que acontece no turismo. Os hóspedes são os principais agentes motivacionais, para que mudanças

aconteçam no hábito dos gestores de meios de hospedagem. Nesse caso pode-se identificar uma regulação direta de mercado, onde os principais reguladores são os hóspedes e os preços praticados pelo setor. Comumente nos deparamos com hotéis que vendem de forma equivocada um produto ambientalmente responsável (sem direcionamentos corretos para as emissões e rejeitos de produtos dessa atividade) e tem preços bem menores que aqueles que podem oferecem somente uma cama e um banheiro para o hóspede.

Nesse contexto Cavalcanti (2004, p. 155) ressalta que tudo isso vai conduzir à discussão do problema central, tratado pela economia ecológica, ou seja, o sustento das interações entre sistemas econômicos (humanos) e ecológicos, os quais admitem a necessidade de uma visão holística - uma visão que vá além das fronteiras territoriais normais das disciplinas acadêmicas.

Contudo, uma regulação ambiental feita através da economia ecológica tornaria o produto e o serviço hoteleiro sob uma discussão de viabilidade, pois a perda do vínculo entre o meio ambiente e as questões monetárias que caracterizam essa linha de pensamento, sobrecarregam de forma intensa a importância do meio ambiente para a sociedade. Diante de tal provocação é interessante notar que o vínculo humano ao conceito de desenvolvimento está cada vez mais relacionado à necessidade de exploração ambiental.

Cavacanti (2004, p. 154) diz que:

a realidade da vida mostra que qualquer atividade humana se assenta em bases ecológicas, representadas por fluxos de energia e de materiais que alimentam todos os empreendimentos que se queiram efetuar. É nisso que consiste a compreensão biofísica ou

termodinâmica do processo econômico.

A rejeição de métodos de regulação ambiental na hotelaria e no turismo acontecem por alguns motivos: a) os grandes hotéis, normalmente internacionais, recebem facilidades fiscais por conta da promessa de criação de postos de emprego; b) a criação de postos de empregos ainda é colocada como contribuição nas propagandas políticas como grande feitoria de prefeitura e Estados e c) os períodos de governo apresentam uma duração no Brasil de quatro anos, o que simplesmente referem-se a bem-feitorias a curto prazo. Condições claras de aceitação e facilidade de uma estrutura econômica condizem as relações predispostas num contexto essencialmente político existente no local.

Porém para os autores Marques e Comune (2001, p.27), essa teoria apresenta falhas ao dizer que a mensuração com base na energia proposta pela economia ecológica embora satisfaça a condição de uniformidade de custos e benefícios, não apresenta significado algum em termos de revelação de preferências individuais.

Para Merico (1996, p. 16), para que o processo econômico continue a ser produtivo, entretanto um preço terá de ser pago para a limpeza dos oceanos, rios e lagos, para se restaurar a qualidade do ar, para se recuperarem solos, florestas, populações de peixes e para se restaurar a camada de ozônio.

Para Cavalcanti (2004, p. 154) o processo econômico com tal ótica, a economia ecológica implica uma mudança fundamental na percepção dos problemas de alocação de recursos e de como eles devem ser tratados, do mesmo modo que uma revisão da dinâmica do crescimento econômico. No turismo, as condições para que sejam notadas tais estruturas de pensamento que relacionam o meio ambiente e a

economia estão passando por questionamentos que relacionam a viabilidade econômicas de estruturas turísticas, porém também é notório nesse setor que existe uma escala de evolução interessante no contexto de adesão de tais práticas que acontece da seguinte forma: 1ª. Fase Evolutiva - Economia neoclássica; 2ª. Fase Evolutiva - Economia do Meio Ambiente e 3ª. Fase Evolutiva - Economia Ecológica. Uma outra linha de raciocínio, a Economia Institucionalista, que admite o poder público como principal regulador ambiental, nesse caso poderia assumir uma 4ª. Fase Evolutiva.

Análise do Conteúdo

A fim de entender o posicionamento de teóricos que tratam do assunto Turismo e responsabilidade ambiental, utilizou-se um método simples de análise dos autores aqui dispostos.

Hóspedes Ambientalmente Responsáveis

Durante a construção e análise dos autores presentes no capítulo de hóspedes ambientalmente responsáveis, são identificadas quatro linhas de raciocínio utilizadas pelos teóricos, são elas: i) que o hóspede é colocado como o principal agente e responsável pela regulação ambiental estabelecida pelo mercado através de mudanças de comportamento dos gestores de meios de hospedagem; ii) que o hóspede ambientalmente responsável se trata de um novo nicho de mercado, visto como bastante promissor; iii) que o hóspede ambientalmente responsável deve ser visto como um consumidor diferenciado, pois pode pagar mais por um produto que seja ambientalmente coerente e iv) que o hóspede ambientalmente responsável deve apresentar uma percepção ambiental bastante aguçada e uma abertura para novos aprendizados e experiências.

Em relação a primeira linha de pensamento, os autores Lopes (2004)¹ e Gonçalves (2004), a qual o hóspede é colocado como o principal agente e responsável pela regulação ambiental estabelecida pelo mercado através de mudanças de comportamento dos gestores de meios de hospedagem, apresentam características significativas da Economia do Meio Ambiente.

Os autores Alves e Cavalcanti (2006); Jarvis (1998); Abreu (2001); Posati (2004); Willard-Cross (1990); Souza (2003); Ottman (1994) e Swarbrooke e Horner (2002), diante da análise do discurso verificou-se a aproximação com o raciocínio de que o hóspede ambientalmente responsável se trata de um novo nicho de mercado, visto como bastante promissor, o qual se coloca como uma tentativa de aproximação de características da Economia do Meio Ambiente.

O autor Ferreira (1999) acredita que o hóspede ambientalmente responsável deve ser visto como um consumidor diferenciado, pois pode pagar mais por um produto que seja ambientalmente coerente. Nesse caso é visível uma característica da Economia do Meio Ambiente, o fenômeno do Poluidor Pagador, onde a exclusão de classes porte tornar privilégio de pouco o desfrute de uma localidade.

Os autores Wearing e Neil (2000); Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) e Novaes (2005) compartilham da opinião de que o hóspede ambientalmente responsável deve apresentar uma percepção ambiental bastante aguçada e uma abertura para novos aprendizados e experiências. No caso dos autores Ottman (1994) e Swarbrooke e Horner (2002), onde são responsáveis pela tipologia de turistas e consumidores em geral ao tratar do consumo verde, é visível que aquele com o comportamento mais radical é

utilizado como regulador ambiental e apresenta uma percepção ambiental aguçada.

Considerações finais

As questões configuradas numa proposta de reflexão de custos ambientais dos produtos turísticos, que inclui o comportamento do hóspede em relação à responsabilidade ambiental pela visão dos autores, caracterizam o principal ponto de discussão desse estudo.

O turismo apresenta referências literárias que ao tratar do tema meio ambiente estabelecem tentativas de preservação, que podem ser consideradas ainda superficiais frente às conseqüências da atividade. Porém é interessante notar que em outras áreas de estudo como a Economia já é percebida a necessidade de entender epistemologicamente a estrutura da atividade em reduzir práticas ambientalmente incorretas, através de modelos que ultrapassem a normatização e a gestão ambiental, relatando uma real importância do meio ambiente para o homem.

Para Wallerstein (1997), o processo do desenvolvimento da forma como é proposta se torna insustentável, pois é inerente a economia neoclássica, e tem como principal característica o acúmulo de capital conceituado pelo autor como "sujo segredo do capitalismo", o qual abre precedentes para comparação com o atual formato do modelo turístico praticado no Brasil.

Para que as questões ambientais sejam relevantes não só economicamente, deve-se perceber o meio ambiente como fonte de vida de necessidade sistêmica, e que para tal é necessária uma reflexão sobre as reais conseqüências causadas pela vigência do modelo econômico neoclássico nos sistemas turísticos defendidos pela academia.

1. O autor Lopes (2004) tem seu discurso analisado na lauda de número três do presente trabalho; Os autores Alves e Cavalcanti (2006); Ferreira (1999) e Gonçalves (2004) tem os seus discursos analisados na lauda de número quatro do presente trabalho. Os autores Abreu (2001); Souza (2003); Posati (2003); Willard-Cross (1990) e Wearing e Neil (2000) tem os seus discursos analisados na lauda de número cinco do presente trabalho. Os autores Ottman (1994); Swarbrooke e Horner (2002) tem os seus discursos analisados na lauda de número seis do presente trabalho. Os autores Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) e Novaes (2005) tem os seus discursos analisados na lauda de número sete do presente trabalho.

A fim de não tornar esse estudo um ponto final nas discussões existentes, algumas provocações devem ser consideradas: As motivações para melhorias ambientais que estão relacionadas ao modelo econômico atual são diretamente proporcionais a desaceleração dos impactos causados ao meio ambiente? O turismo admite outra forma de regulação ambiental que não seja a regulação estabelecida pelo preço do produto? O Estado deve intervir na regulação ambiental no turismo? O modelo turístico atual permite modificações estruturais que considerem o meio ambiente na sua essência?

É de fundamental importância analisar e responder essas indagações, e também entender como o sistema ambiental no turismo se estabelece, para que novos estudos possam confrontar diferentes comportamentos dos agentes do turismo. Isso respeitando a necessidade de desenvolvimento harmônico de um empreendimento turístico e desenvolvendo estudos sistematizados, com vistas a novas reflexões ambientais.

Referências bibliográficas

- ABREU, D. **Os ilustres hóspedes verdes**. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.
- ALMEIDA, L. T. **Política Ambiental: uma análise econômica**. UNESP: Ed. Papirus. 1998.
- ALVES, K. dos S.; CAVALCANTI, J. E. A. **A gestão ambiental de resíduos sólidos no setor hoteleiro**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2006. 1 CD-ROM.
- CAVALVANTI, C. **Uma tentativa de caracterização da economia ecológica**. Ambiente & Sociedade. Vol. 7, n.1 jan/jun 2004.
- FERREIRA, J. L. **A variável ambiental como componente na classificação da qualidade dos serviços hoteleiros**. 1999. 146 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 1999. Disponível em: <<http://teses.epsc.ufsc.br/Resumo.asp?754>>. Acesso em: 15 ago. 2006.
- GÂNDARA, J. M. G. **La imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico. El caso de Curitiba (Brasil)**. Estudios y Perspectivas en Turismo, Buenos Aires, v. 9, n. 3/4, p. 356-378, jul. 2000.
- GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B; McINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 478 p.
- GONÇALVES, L. C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004. 159 p.
- JARVIS, L. **How to be a green consumer**. The Amicus Journal, Londres, v. 20, n. 2, p. 46, 1998.
- LE MOS, A. D. da C. **Será que os turistas estão começando a ficar "verdes"?** Retur, São Paulo, n. 1, v. 1, mai. 2002. Disponível em: <<http://www.presidentekennedy.br/retur/edicao01/artigo03.pdf>> Acesso em: 25 out. 2006.
- LOPES, R. S. **O comportamento do consumidor e qualidade de serviços na hotelaria**. In: SANTOS, C. H. (org.) Organizações e Turismo. Caxias do Sul: EDUCS, 2004, p. 89-96.
- LUCCHIARI, M. T. D. P. **Turismo e território: sustentabilidade para que?** BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). Redescobrimdo a ecologia no turismo. Caxias do Sul: Educus, 2002. (Coleção turismo).
- MARQUES, J. F; COMUNE, A. E. **Economia do meio ambiente: aspectos teóricos**. In: ROMEIRO, A. R; REYDON, B. P; LEONARDI, M. L. A. (orgs.) Economia do meio ambiente: teoria, políticas e a gestão dos espaços regionais. Campinas: UNICAMP. IE, 2001.
- MERICO, L. F. K. **Introdução a Economia Ecológica**. Blumenau. FURB, 1996, 160p.
- NOVAES, M. H. **Gestão ambiental nos meios**

- de hospedagem do espaço rural de Santa Catarina. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 3., 2005, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2005. 1 CD-ROM.
- POSATI, C.C. **Cartilha do turista consciente.** In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, ENTBL, 3., 2004. Campo Grande. Anais... Editora Universitária da UFMS, 2004. 1 CD-ROM.
- OTTOMAN, J. **Waste not: green strategies key to efficient products.** Marketing News, Washigton, v. 32, n. 13, p. 12, 1998.
- SCHÜTLER, R. G. **Alojamento de baixo impacto ambiental na Patagônia argentina.** In: BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). Redescobrimo a ecologia no turismo. Caxias do Sul, Educus, 2002. (Coleção Turismo).
- SACHS, I. **Prefácio.** In: ROMEIRO, A. R; REYDON, B. P; LEONARDI, M. L. A. (orgs.) Economia do meio ambiente: teoria, políticas e a gestão dos espaços regionais. Campinas: UNICAMP. IE, 2001.
- SOUZA, J. N. S. **Marketing verde: uma avaliação do comportamento humano e sua influência no turismo.** In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2003. 1 CD-ROM.
- SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: meio ambiente e economia.** 2. ed. vol. II. São Paulo: Aleph, 2000. (Série Turismo).
- SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo.** São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).
- WALLERSTEIN, I. **Ecology and Capitalist Costs of Production: "No Exit". The Global Environment and the World-System.** University of California. April 3-5. 1997.
- WILLARD-CROSS, A. **What is a green consumer?** Women and Environments, v. 12, n. 3-4, p. 64, 1990.

Cronologia do processo editorial:

Recebimento do artigo:	16-set-2009
Envio ao parecerista:	29-abr-2010
Recebimento do parecer:	10-jun-2010
Envio para revisão do autor:	10-jun-2010
Recebimento do artigo revisado:	29-jun-2010
Aceite:	30-jul-2010