

SUSTENTABILIDADE x RESPONSABILIDADE SOCIAL: CONCEITUAÇÃO E APLICAÇÃO NO TURISMO

Ana Paula de Fátima Legnani
UFPR

RESUMO: Considerando que a sustentabilidade e a responsabilidade social constituem-se de temáticas com destaque nas discussões atuais, pretende-se revelar neste artigo se ambos os assuntos possuem uma diferenciação conceitual e também de aplicação com relação ao turismo. Especialmente na atividade turística, em que se contempla a minimização dos impactos negativos e maximização dos positivos, em todos os aspectos, percebe-se que tanto a sustentabilidade quanto a responsabilidade social ocorrem não apenas no âmbito natural, mas também no cultural, econômico, social e político. Assim, analisar como o turismo apropria-se destes conceitos é de extrema relevância, implicando no modo como realiza suas ações. Para tanto, além do embasamento bibliográfico, a pesquisa configura-se como exploratória, utilizando-se da aplicação de questionários para a coleta de dados.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade; Responsabilidade Social; Turismo; abordagens.

ABSTRACT: Whereas the sustainability and social responsibility are sure to highlight issues in current discussions, we intend to prove in this article both subjects have a conceptual differentiation and also the application in relation to tourism. Especially in tourism, which includes minimizing the negative impacts and maximizing the positive in every respect, one can see that both sustainability and social responsibility occur not only in natural but also cultural, economic, social and also political. Just look at how tourism appropriates these concepts is extremely important, involving the way performs its actions. Therefore, besides the basement literature, the research appears as exploratory, using a questionnaire to collect data.

KEYWORDS: Sustainability, Social Responsibility, Tourism, approaches.

INTRODUÇÃO: A discussão que permeia os conceitos de sustentabilidade e de responsabilidade social no Brasil pode ser considerada relativamente recente, uma vez que teve seu início em 1992, com a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento ou ECO-92, como é comumente conhecida, realizada no Rio de Janeiro. (VECCHIATTI, 2004, p. 92)

A atividade turística, neste sentido, tem demonstrado uma preocupação cada vez maior com as questões relacionadas tanto com a sustentabilidade ambiental,

Promoção

Realização

quanto com a social e a econômica, o que pode ser observado no próprio Plano Nacional de Turismo 2007/2010, o qual afirma:

O turismo pode ser uma importante ferramenta para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, particularmente com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à garantia da sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento”. (PLANO NACIONAL DE TURISMO 2007/2010 – MINISTÉRIO DO TURISMO, p.15)

Assim, percebe-se uma nova realidade comportamental que acaba por contribuir para uma descentralização nas tomadas de decisão e para um aumento da solidariedade para com as gerações futuras, aspecto este que pode ser claramente observado no relatório da Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, ou Comissão *Brudtland*, o qual define o desenvolvimento sustentável como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras” (PELICIONI, 2003, p. 8).

A responsabilidade social, por sua vez, baseada nas idéias do Instituto Ethos, cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na consolidação de uma sociedade justa e sustentável, é tida como uma questão que vai além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade, significando mudança de atitude, em uma perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para toda a sociedade (LOURENÇO; SCHRODER, 2003, p. 81).

Outros autores, tais como Veiga e Swarbrooke (2000), também tratam sobre esses temas, os quais têm tido cada vez mais relevância entre a sociedade e também o meio empresarial. No entanto, nota-se que ambos os conceitos são, para muitos, inclusive para a comunidade acadêmica, considerados semelhantes, de modo com que se atribua a uma diferente definição um mesmo conteúdo. O presente artigo, portanto, apresenta como problema a seguinte questão: Existe diferenciação conceitual e/ou prática/de aplicação da sustentabilidade e da responsabilidade social no turismo?

Seguindo, estabelece-se, portanto, como objetivo geral verificar se existe diferenciação conceitual e de aplicação/prática entre o conceito de sustentabilidade e o de responsabilidade social com relação à atividade turística.

Quanto aos objetivos específicos do artigo, destacam-se: identificar o conceito de sustentabilidade no turismo e responsabilidade social no turismo; verificar formas de aplicação da sustentabilidade e da responsabilidade social no turismo; e identificar qual é a percepção da comunidade acadêmica e dos profissionais com relação a estas temáticas.

No marco teórico, serão abordados alguns conceitos, tais como: sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, relação entre o turismo e o desenvolvimento sustentável, responsabilidade social, responsabilidade social empresarial e a responsabilidade social na atividade turística. Assim, a fim de compreender se há diferenciação entre os conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social e também com relação à prática destes na atividade turística, serão abordados diversos autores que darão um embasamento teórico que permitirá estabelecer comparações entre ambos.

SUSTENTABILIDADE

De acordo com Jatobá, Cidade e Vargas (2009), as visões de sustentabilidade que atualmente ocupam igualmente espaços de debate acadêmico e a mídia não são neutras e nem imutáveis. Tal significado vem sofrendo alterações com o passar dos anos, em harmonia com a dinâmica social, econômica e política que faz parte das relações entre a própria sociedade e a natureza. Tais autores ainda afirmam que:

Uma das primeiras abordagens modernas da questão foi da perspectiva ecológica radical, que separava as questões de proteção e conservação da natureza das questões de desenvolvimento econômico. Uma segunda visão, a do ambientalismo moderado, por outro lado, entende a sustentabilidade de forma distinta. Antes de representar uma simples adjetivação do conceito de desenvolvimento, a visão de desenvolvimento sustentável pode ser entendida como a sua complementação natural ou mesmo como o seu sinônimo. (JATOBÁ; CIDADE; VARGAS, 2009, p. 48)

Com a emergência da preocupação com as questões ambientais, percebeu-se que era necessário atribuir outra definição, ou simplesmente qualificar, o que se chamava de desenvolvimento. As práticas decorrentes do crescimento econômico estavam aliadas à degradação ambiental e à desatenção para o caráter finito dos recursos naturais, o que fez com que se atentasse para a necessidade de equilibrar os aspectos econômicos, sociais e ambientais e não apenas o econômico, por exemplo.

Neste sentido, a questão da sustentabilidade vem ocupando um lugar relevante nas discussões sobre o desenvolvimento em todas as suas esferas. Este conceito, “tradicionalmente relacionado ao crescimento econômico, progresso e modernização, ganhou, com o acréscimo do adjetivo sustentável, uma nova dimensão” (KEINERT, 2008, p. 575). A noção de desenvolvimento trata-se de uma questão bastante ampla, estando relacionada a uma perspectiva de qualidade de vida e de suas variáveis, isto é, dos aspectos culturais, políticos, econômicos e sociais.

MELLO *et al.* (2000, *apud* SABEDOT 2006, p. 111), enfatizam a incorreção e impropriedade da expressão “desenvolvimento sustentável”, argumentando que “semanticamente assim formulada, sugere apenas haver a possibilidade de ser atingido, e não, de fato, objetivamente, a busca pelo desenvolvimento auto-sustentado”. De acordo com Veiga (2006, *apud* KEINERT 2008, p. 575), há uma série de ambigüidades e insuficiências inerentes a esta expressão, defendendo a tese de que “o desenvolvimento sustentável anuncia a utopia que tomará o lugar do socialismo”.

Coriolano (2006) também trata da utopia da sustentabilidade, fazendo uma interligação com a atividade turística. Para a autora, o conceito assim resume-se:

Sustentabilidade significa política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuos sem prejuízo do ambiente (inclusive dos recursos naturais), de cuja qualidade depende a continuidade da vida, da atividade humana, do desenvolvimento e da capacidade dos animais e das plantas se reproduzirem ao longo do tempo. (CORIOLANO, 2006, p. 320)

Ainda na visão de Coriolano (2006), buscar a sustentabilidade implica em um processo contínuo para se evitar a degradação socioambiental e as injustiças sociais. Esta discussão, assim, constitui-se na estreita relação entre a produção e o consumo e entre a cidadania e as práticas

sociais, de modo a fazer com que tais dualidades conduzam a um desenvolvimento mais justo, conforme RUSCHEINSKY (2008, p.36) fala:

Neste sentido, engendra-se um múltiplo debate na sociologia ambiental em cujo percurso amadurecem as controvérsias sobre as alternativas para os conflitos ambientais devido à degradação e à exaustão dos recursos naturais. Estratégias, mediações a atores sociais são fundamentais, especialmente para a proposição de um desenvolvimento sustentável.

Assim sendo, nota-se que a sustentabilidade está pautada em ações que envolvam a coletividade, tendo em vista que esforços conjuntos podem conduzir ao desenvolvimento através de caminhos mais curtos.

Luta-se, atualmente, por sociedades e ambientes cada vez mais sustentáveis, não apenas no aspecto ambiental, mas também no político, econômico e social, que se tratam das abordagens da sustentabilidade, as quais são definidas por Swarbrooke (2000) sob três dimensões: ambiental, econômica e social.

Particularmente em relação ao turismo verifica-se que devido ao seu crescimento em larga escala, pode-se observar o surgimento de uma grande preocupação dos pesquisadores que atuam na atividade turística com os impactos produzidos nas pessoas e nos ambientes. Nesta perspectiva, para que o turismo seja um meio efetivo para o desenvolvimento sustentável local é necessário que essa atividade respeite e beneficie tanto o turista, que deve ter suas expectativas satisfeitas, quanto às comunidades e o meio ambiente das localidades receptoras (UENOYAMA, 2003, p. 5).

A discussão da sustentabilidade em uma perspectiva global consolida-se como um dos temas centrais, na atualidade, no debate do turismo como um fenômeno complexo. O turismo, interpretado como uma atividade econômica em constante desenvolvimento passa gradualmente a incorporar novos olhares de planejamento, como resultado de seu potencial para gerar empregos e renda e também como uma ferramenta para a inclusão social. Assim, Irving *et. al* (2005, p. 2) afirmam:

Nesse cenário, permeado por controvérsias e resultados paradoxais, a reflexão sobre os rumos que o desenvolvimento da atividade turística deve seguir para promover seu potencial positivo, minimizando os seus impactos negativos, parece fundamental para o delineamento de estratégias futuras.

Promoção



Realização



Promover e praticar turismo, de base sustentável, requer assim, um novo olhar sobre os problemas sociais, a diversidade cultural, e a dinâmica ambiental dos destinos, diante de uma economia globalizada e sujeita a nuances de imprevisibilidade, ditadas por um mercado que transcende as peculiaridades locais e/ou as especificidades de um destino turístico.

O turismo sustentável é definido pela OMT (2005), como aquele ecologicamente sustentável, de longo prazo, economicamente viável, assim como ético e socialmente equitativo para as comunidades locais. Exige, portanto, integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando o frágil balanço que caracteriza muitas destinações turísticas. A fragilidade da atividade em termos tanto ambientais quanto sociais, reflete em práticas e ações que promovam a sustentabilidade das localidades e, conseqüentemente, das comunidades autóctones.

Assim, vale destacar a preocupação do Órgão Mundial de Turismo, o qual também divulga, através de seu *site*, uma série de informações, bem como programas e projetos que realiza com relação ao desenvolvimento sustentável em todo o mundo. No Brasil, através do Ministério do Turismo, também são observadas diversas ações com relação à sustentabilidade, sendo que uma delas está incluída no Programa de Planejamento e Gestão, conforme segue:

O programa deve dar encaminhamento às propostas e ações relacionadas com a elaboração da Agenda Ambiental para o Turismo, que deve orientar as políticas públicas do setor no que se refere à sustentabilidade ambiental e também ao combate à exploração sexual infanto juvenil, em um trabalho articulado com o Ministério da Justiça. (PROGRAMA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO, MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009)

O Ministério do Turismo também promove outro projeto, Turismo Sustentável e Infância: Sensibilização, no Brasil e no Exterior, para o Enfrentamento da Exploração Sexual infanto-juvenil no Turismo, o qual se insere como uma nova estratégia para reforço das ações já existentes de enfrentamento ao turismo com motivação sexual infanto-juvenil. No âmbito da sustentabilidade social, esta proposta é um grande avanço, especialmente porque em algumas regiões turísticas, como o Nordeste, por exemplo, a exploração sexual infantil é bastante evidente e alarmante.

Assim sendo, conforme todo o embasamento teórico visto sobre a sustentabilidade define-se que esta compreende uma conceituação ampla, visto que

Promoção

Realização

abrange as esferas ambiental, econômica e social, porém capaz de subsidiar projetos, programas e ações que conduzam para um desenvolvimento mais justo e adequado, sobretudo do turismo e de todos os atores envolvidos com a atividade.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social constitui-se de um conceito ou um tema cada vez mais importante na estrutura comportamental das empresas, exercendo impactos nos objetivos, nas estratégias e no próprio significado das mesmas. Assim, representa ações que estas desempenham de modo a contribuir para que os resultados aconteçam em todas as esferas, ou seja, econômica, social, política e ambiental.

O interesse pela responsabilidade social nos últimos anos, tanto como conceito ou como prática, vem crescendo à medida que os problemas sociais eclodem. Segundo Kotler (*apud* UENOYAMA, 2003, p. 6):

Responsabilidades sociais são atribuições que a sociedade estipula para as instituições, tendo por objetivos definir algumas obrigações relacionadas à preservação do meio ambiente, dos direitos das minorias e dos direitos das populações estabelecidas (nativas ou não).

De acordo com Moraes (2003), responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Assim, tal termo tem sido substituído por outro mais abrangente que é o da responsabilidade social empresarial. Foi nas décadas de 70 e 80 que a sociedade empresarial começou a se preocupar com a questão de como e quando ela deveria responder por suas obrigações sociais. Assim, foi neste período que a ética empresarial iniciou seu desenvolvimento, consolidando-se como um novo campo de estudo.

A responsabilidade social corporativa, portanto, significa entender e agir em resposta a essa nova demanda da sociedade, quando o valor gerado por uma empresa se reflita em benefícios não apenas para seus acionistas, mas que tenha também um impacto positivo para o conjunto dos afetados por suas operações, em particular o meio ambiente e a comunidade, respeitando sua

Promoção

Realização

cultura e agindo de forma ética e transparente. Quando se fala nos atores envolvidos com as ações de responsabilidade social, está se referindo aos *stakeholders*.

Os *stakeholders* ou partes interessadas da responsabilidade social são tidos como “qualquer grupo dentro ou fora da organização que tem interesse no seu desempenho” (DAFT, 1999, *apud* LOURENÇO; SCHRODER, 2003, p. 91). Assim, pode-se dizer que uma empresa exerce plenamente sua responsabilidade social empresarial quando conta com uma gestão eficaz destas práticas tanto com relação ao seu público interno quanto ao externo. Neste contexto, há desde empresas que tratam seus parceiros de modo relativo, limitando-se na resolução de conflitos, até aquelas que buscam estrategicamente otimizar as relações com todos. Os *stakeholders*, segundo Lourenço e Schroder (2003) podem ser: os acionistas, os empregados, os fornecedores, os clientes, a comunidade, o governo e a sociedade e também os concorrentes.

Há alguns anos, a preocupação com a responsabilidade social vem desenvolvendo nas empresas uma consciência social corporativa (RAMOS, 2003, p. 374), assim como nas empresas turísticas. De acordo com Aguiar e Paiva (2003, p. 386), “o setor turístico deveria ser o que mais desse atenção para a prática da responsabilidade social, pois pela lógica, só depois de sanadas as necessidades básicas da sociedade é que pode haver a prática do turismo”.

Muitos empresários desse setor, neste sentido, ainda entendem que sua responsabilidade social é exclusivamente para com os turistas, restrita unicamente ao cumprimento da obrigação legal de oferecer-lhe o que é prometido nas divulgações para venda de pacotes e ofertas turísticas (UENOYAMA, 2003, p. 6). Contudo, ela vai muito além da oferta de condições adequadas apenas para os turistas, devendo ser uma ferramenta de inclusão também da comunidade local, além de preservação dos recursos naturais e culturais.

A atividade turística, por englobar uma série de aspectos do setor produtivo, quer oferecendo produtos e/ou serviços ou caracterizando-se como multidisciplinar, tem *know-how* tanto da empresa quanto de seus funcionários para servir de exemplo do que é ser socialmente responsável, pois, segundo AGUIAR e PAIVA (2003, p. 389):

Promoção



Realização



(...) trabalha isto que seja sobre marketing turístico; promoção e captação de eventos; turismo sustentável não só ligado ao meio ambiente natural mas cultural e social; planejamento turístico; gerenciamento turístico; formatação de produtos turísticos; educação para o turismo; conscientização das comunidades receptoras e tantas outras quantas forem possíveis e imagináveis a forma de ser uma empresa turística socialmente responsável.

Para tanto, nota-se que em muitos países tidos como desenvolvidos, “nos projetos turísticos atuais já estão inseridas preocupações com os aspectos sociais, culturais e ambientais, além dos econômicos”, de modo a demonstrar interesse em contribuir com a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora (CORIOLANO, 1998, p. 408).

Vários são os empreendimentos turísticos que apresentam ações de responsabilidade social, a exemplo de alguns hotéis e *resorts*. Algumas delas são consideradas bastante simples, como, por exemplo, a separação e reciclagem do lixo, captação da água das chuvas, economia de energia. As novas tecnologias aplicadas ao meio ambiente, também se caracterizam como práticas socialmente responsáveis, além de outras, como a utilização nos empreendimentos de mão-de-obra local ou incentivo à visitação nos atrativos pelos autóctones, através da não cobrança das taxas mediante comprovação de endereço, por exemplo.

Deste modo, também se pode citar a questão da certificação como um requisito para as empresas e que vem constituindo-se de uma nova tendência no setor do turismo, visto que apresenta uma série de benefícios, tanto qualitativos quanto quantitativos, tais como: utilização adequada dos recursos, uniformização da produção, facilitação do treinamento da mão-de-obra, redução do consumo de materiais e do desperdício, aumento da produtividade, melhoria da qualidade, controle dos processos, entre várias outras.

METODOLOGIA

Quanto à metodologia da presente pesquisa, esta teve como base uma pesquisa aplicada, ou seja, que objetiva “gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais” (SILVA & MENEZES, 2001, p. 19). Do ponto de

Promoção



Realização



vista dos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, uma vez que busca proporcionar maior familiaridade com o problema e torná-lo explícito; e descritiva, pois visa descrever o posicionamento de determinada população ou fenômeno com relação ao tema proposto. Envolve, assim, o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários (SILVA & MENEZES, 2001, p. 21), através da utilização da Escala de *Likert*.

A Escala de *Likert*, de acordo com Rea e Parker (2002), representa uma escala de cinco, sete ou nove pontos, na qual a atitude do entrevistado é mensurada a partir de uma série contínua que pode ir de totalmente favorável a totalmente desfavorável, ou vice-versa, com igual número de possibilidades positivas e negativas de respostas sobre determinado assunto. Deste modo, objetiva-se, ao fim da pesquisa e com a aplicação dos questionários, identificar se há uma diferenciação entre as práticas ou aplicação dos conceitos de responsabilidade social e sustentabilidade, de acordo com as percepções da comunidade acadêmica e dos profissionais de turismo.

Ressalta-se também a importância da pesquisa bibliográfica sobre as temáticas, a fim de apresentar uma visão mais técnica e elaborada acerca de ambos os conceitos e de como estes vêm sendo utilizados ou apropriados pela atividade turística. Trata-se, portanto, de uma pesquisa quantitativa, uma vez que as informações obtidas a partir da aplicação de questionários serão quantificadas e interpretadas, de modo a levar a uma percepção de como os indivíduos entendem a sustentabilidade e a responsabilidade social, sobretudo aplicados ao turismo.

Com relação ao método utilizado, Rodrigues (2007) apresenta dois processos, o indutivo e o dedutivo, sendo o primeiro mais aplicável à pesquisa em questão, pois se trata de um “processo mental que, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas” (RODRIGUES, 2007, p. 6). Tal método é uma alternativa viável para a apresentação dos resultados, visto que, levando em consideração que a temática envolve a percepção e entendimento de cada indivíduo sobre o assunto, pode apresentar conclusões que não são necessariamente verdadeiras, mas sim coerentes com a visão subjetiva do grupo amostral.

Promoção



Realização



O universo da pesquisa, neste sentido, tendo em vista os objetivos da mesma, pode ser definido como os participantes da XI Semana Paranaense de Turismo – SEPATUR, realizada e promovida pelos estudantes da disciplina de Gestão e Planejamento de Eventos da Universidade Federal do Paraná, em 2009. De forma aleatória e sem a utilização de critérios estatísticos, considera-se que a aplicação de sessenta e nove questionários, resultaria em uma amostra representativa desse universo. Assim, os dados tabulados farão com que se perceba se existe diferenciação conceitual e de aplicação entre os conceitos de sustentabilidade e de responsabilidade social, especialmente quando se fala em turismo.

As afirmações para o questionário foram formuladas com o objetivo de esclarecer como é a percepção sobre alguns conceitos básicos relacionados à responsabilidade social e a sustentabilidade para os estudantes de turismo e também profissionais, tendo em vista a importância destas temáticas atualmente, inclusive com relação à atividade turística, e a confusão que levam em termos conceituais.

Deste modo, as duas primeiras afirmações são tidas como mais teóricas e também técnicas, pois, para aqueles cujo conhecimento sobre os temas é superficial, configuram-se como mais difíceis de serem respondidas, pendendo para respostas próximas de “concordo” ou “concordo totalmente”.

A terceira, quarta e quinta afirmações, dependendo do grau de informação e conhecimento dos questionados, tendem a serem um tanto pessimistas, mesmo porque, conforme visto na pesquisa bibliográfica são vários os autores que tratam da sustentabilidade e da responsabilidade social como uma utopia ou um meio de desenvolvimento e promoção de fato.

As cinco últimas afirmações referem-se aos conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social relacionados ao turismo, sendo determinantes para a percepção de como os estudantes e profissionais interpretam, avaliam ou até mesmo compreendem a importância destes para o desenvolvimento de uma atividade mais sustentável e que vise, portanto, as necessidades de todos os envolvidos.

ANÁLISE DOS DADOS

Para uma melhor análise dos resultados, foi realizada uma abordagem quantitativa para estabelecer o *Ranking* Médio (RM) para os questionários elaborados a partir de escala do tipo *Likert* de 5 pontos, a fim de mensurar o grau de concordância dos sujeitos que responderam aos questionários, baseando-se no modelo proposto por Oliveira (2005). Realizou-se a verificação quanto à concordância ou discordância das questões avaliadas, através da obtenção do RM da pontuação atribuída às respostas, relacionando à frequência das respostas dos que fizeram tal atribuição, onde os valores menores que 3 são considerados como discordantes e maiores que 3 como concordantes, considerando uma escala de 5 pontos. O valor exatamente 3 seria considerado “não concordo nem discordo”, sendo o “não opinar”, equivalente aos casos em que os respondentes deixaram em branco ou preencheram o item com este nome. O RM será definido através de uma média ponderada entre as respostas, conforme exemplo abaixo: **TABELA 1. EXEMPLO DE AVALIAÇÃO DAS RESPOSTAS**

QUESTÕES	FREQUÊNCIA DAS RESPOSTAS					RM	Fonte:
	1	2	3	4	5		
1.A responsabilidade social configura-se como a prática	1	2	3	4	5		

Elaboração própria, com base em Oliveira (2005). Média ponderada = $(3 \times 2) + (3 \times 3) + (27 \times 4) + (32 \times 5)$ = 283 Assim, o RM = $283 / (3+3+27+32) = 4,1$. **TABELA 2. AVALIAÇÃO DAS RESPOSTAS**

QUESTÕES	RANKING MÉDIO (RM)
1.A responsabilidade social configura-se como a prática dos conceitos de sustentabilidade.	4,16
2.Responsabilidade social e sustentabilidade constituem-se de conceitos semelhantes.	3,32

Promoção

Realização

QUESTÕES

QUESTÕES	RANKING MÉDIO (RM)	Foz do Iguaçu, 16 a 18 de Junho de 2010
1.A responsabilidade social configura-se como a prática dos conceitos de sustentabilidade.	4,16	
2.Responsabilidade social e sustentabilidade constituem-se de conceitos semelhantes.	3,32	
3. A sustentabilidade nos dias atuais trata-se de uma utopia ou de um ideal difícil de ser alcançado.	2,23	
4. As empresas que promovem ações socialmente responsáveis possuem como objetivo sua promoção perante o mercado consumidor do que a preocupação efetiva com as questões ambientais, sociais ou culturais.	3,23	
5. A intensa busca pelo desenvolvimento econômico, bem como o crescente consumismo, são alguns dos desafios para o alcance da sustentabilidade.	3,98	
6.Promover práticas que reduzam o consumo de	4,13	

Fonte: Elaboração própria, com base em Oliveira (2005). Quanto às pessoas que assinalaram a

Promoção

Realização

resposta “não opinar”, estas corresponderam à minoria, restringindo-se às questões de número 1, representando 5% da amostra total; à questão de número 2, com 5% também; à questão de número 4, com 2,8%; e à questão de número 10, totalizando apenas 1,4% dos resultados totais.

Promoção



Realização



A fim de identificar qual era o grau de formação dos questionados, tendo em vista os objetivos da pesquisa, foi constatado que 58 das 69 pessoas que responderam aos questionários são graduandos em turismo, constituindo a grande maioria (84%). Foram identificados também 4 profissionais em turismo (6%), 4 estudantes de curso técnico em turismo (6%), 1 graduando de outra área, a qual não foi especificada (1%) e 2 pessoas, as quais não responderam a esta questão (3%). Dentre todos, 51 eram mulheres (74%), 14 eram homens (20%) e 3 não especificaram o sexo (6%). Com relação ao ano de nascimento dos questionados, este foi um item que apresentou vários resultados diferentes, revelando que o perfil dos freqüentadores da Semana Paranaense de Turismo é bastante diversificado. Os anos de nascimento informados variaram entre 1949 e 1991, de modo a apresentar os seguintes números: 1 pessoa de 1949 (1%); 3 pessoas com ano de nascimento entre 1954 e 1958 (5%); 1 pessoa de 1961 (1%); 5 pessoas entre 1972 e 1977 (8%); 42 pessoas com ano de nascimento entre 1980 e 1989 (61%); 12 pessoas entre 1990 e 1991 (18%); e 4 pessoas não especificaram o ano de nascimento (6%). O ano de nascimento dos questionados revela-se como uma importante ferramenta para melhor compreender como se diferenciam os conceitos de sustentabilidade e de responsabilidade social, uma vez que são assuntos que emergiram no Brasil a partir da década de 1990, conforme já mencionado. No entanto, no presente caso, observa-se que a idade nada influenciou nas respostas, tendo em vista serem assuntos bastantes presentes entre o meio acadêmico e profissional de diversas áreas.

Assim sendo, a partir da análise dos dados obtidos com a aplicação dos questionários, percebe-se que ainda há muitas dúvidas com relação a ambos os conceitos, de modo a demonstrar que se constituem de definições com significados próximos. Das dez afirmações que constam no questionário, cinco delas (50%) possuem *Ranking* Médio de 3%, que caracteriza como “não concorda nem discorda”. Tal fato, portanto, confirma que a sustentabilidade e a responsabilidade social são temas semelhantes e que as ações e definições geram dúvidas nos indivíduos. No entanto, uma das questões com o *Ranking* Médio mais elevado (4,16), refere-se à que aponta a responsabilidade social como a prática dos

conceitos de sustentabilidade, de forma a revelar esta última como um ideal mais teórico do que propriamente prático. Partindo destes pressupostos e baseando-se no resultado da aplicação dos questionários, pode-se estabelecer a seguinte comparação:

Promoção



Realização



TABELA 3. COMPARAÇÃO ENTRE RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSUTENTABILIDADE

QUESTÕES		RANKING MÉDIO (RM)
1.A responsabilidade social configura-se como a prática dos conceitos de sustentabilidade.	4,16	
2.Responsabilid ade social e sustentabilidade constituem-se de conceitos semelhantes.	3,32	
3. A sustentabilidade nos dias atuais	2,23	

Fonte: Elaboração própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A partir da pesquisa realizada a fim de verificar se há uma diferenciação entre o conceito e a prática da sustentabilidade e da responsabilidade social relacionadas à atividade turística, nota-se que são temas que ainda causam dúvidas na mente das pessoas. Muito se ouve falar nestas definições associadas à questão ambiental, ao cuidado em se preservar o meio-ambiente, os recursos naturais, a flora, a fauna, ao aquecimento global, enfim, a uma série de aspectos orientados para a natureza. No entanto, ambas as temáticas, abrangem não apenas os aspectos naturais, mas também sociais, culturais, econômicos e políticos, e que aparecem no âmbito da atividade turística.

A consciência acerca da importância das ações voltadas para a manutenção da vida na Terra, em todos os seus aspectos, deve ser implementada não apenas nos indivíduos em si, mas especialmente na iniciativa privada e no poder público. As empresas turísticas devem, por exemplo, orientar ações no sentido de contratar a mão-de-obra local em seu empreendimento, oferecer treinamento e qualificação

Promoção

Realização

internos, adquirir equipamentos que reduzam o consumo de energia, incentivar a redução do consumo de água pelos funcionários, participar de conselhos municipais de turismo, controlar a coleta e separação do lixo, dentre uma série de outras práticas passíveis de serem realizadas com bastante facilidade, desde que haja comprometimento. Neste sentido, percebe-se que outras abordagens foram sendo utilizadas, de modo a consolidar um vínculo, uma complementação. Por exemplo, se a população local encontra-se empregada e conta com boas condições de trabalho, sua qualidade de vida aumenta, sentindo-se motivada. Tal fato pode até mesmo influenciar na maneira como recebem os turistas, implicando na boa hospitalidade, além do retorno econômico que os visitantes podem trazer ao sentirem-se bem recebidos. O empreendimento ou atrativo torna-se rentável, influenciando no pagamento de bons salários aos funcionários, garantindo, assim, a equidade social e a viabilidade econômica. Outro aspecto que pode estar envolvido é que, no caso de um hotel, por exemplo, a boa qualidade na prestação dos serviços aliada a campanhas de redução no consumo de água e energia pelos hóspedes, é capaz de conscientizá-los para a prática das ações, ou seja, o bom atendimento pode motivá-los a praticar as ações propostas sobre a redução do consumo, abrangendo, desta forma, também a abordagem ambiental. Em contrapartida, o estabelecimento que esteja obtendo um retorno financeiro também a partir das atividades que desenvolve no sentido da sustentabilidade, sente-se influenciado a participar de ações maiores, em parceria com o poder público, como os conselhos municipais, por exemplo, a fim de fomentar ainda mais o seu desenvolvimento e garantir benefícios em termos fiscais ou isenções de impostos. Percebe-se, assim, um ciclo onde todos os *stakeholders* acabam sendo envolvidos, direta ou indiretamente, de forma a demonstrar também que todas as ações voltadas a eles, são consideradas como socialmente responsáveis e que caminham para o alcance da sustentabilidade. A sustentabilidade, neste sentido, é tida como algo maior, como o resultado das ações de responsabilidade social aplicadas a todos os envolvidos no processo da atividade turística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Ana Flávia Leite; PAIVA, Andreone Fidalgo. Multidisciplinaridade/Interdisciplinaridade do turismo trabalhada em torno da visão sistêmica em prol de práticas de responsabilidade social. In: BAHL, Miguel. **Turismo com Responsabilidade Social**. São Paulo: Roca, 2004, p. 386-389.
- CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira (org). **Turismo com ética**. Fortaleza: UECE, 1998.
- IRVING, Marta de Azevedo; BURSZTYN, Ivan; SANCHO, Altair P.; MELO, Gustavo de M.. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. In: **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5. nº 4, 2005, disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=101>>. Acesso em 17 de out. de 2009.
- JATOBA, Sérgio Ulisses Silva; CIDADE, Lúcia Cony Faria; VARGAS, Glória Maria. **Ecologismo, ambientalismo e ecologia política: diferentes visões da sustentabilidade e do território**. *Soc. estado*. [online]. 2009, vol.24, n.1, pp. 47-87. ISSN . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v24n1/a04v24n1.pdf>>. Acesso em 07 de out. de 2009.
- KEINERT, Tânia Margarete Mezzomo. **Sustentabilidade: caminho ou utopia?**. *Rev. adm. contemp.* [online]. 2008, vol.12, n.2, pp. 575-577. ISSN . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n2/a13v12n2.pdf>>. Acesso em 14 de out. de 2009.
- LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Deborah de Souza. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2003.
- Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/. Acesso em 04 de out. de 2009.
- MORAES, Claudia Correa de Almeida. Responsabilidade Social: Turismo e Meio Ambiente – Estudo de caso: Guia Philips do Brasil. In: BAHL, Miguel. **Turismo com Responsabilidade Social**. São Paulo: Roca, 2004, p. 16.
- OLIVEIRA, Luciel Henrique de. **Exemplo de cálculo de Ranking Médio para Likert**. Metodologia Científica e Técnicas de Pesquisa em Administração. Mestrado em Adm. e Desenvolvimento Organizacional. PPGA CNEC/FACECA: Varginha, 2005. Disponível em: <

- www.administradores.com.br/...escala_de_likert/28/download/>. Acesso em 05 de dez. de 2009.
- OMT – Organização Mundial do Turismo. **Código Mundial de Ética do Turismo**. Disponível em: <http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf>. Acesso em 22 de Nov. de 2009.
- PELICIONI, Maria Cecília Focesi. **Educação ambiental, qualidade de vida e sustentabilidade**. *Saude soc.* [online]. 1998, vol.7, n.2, pp. 19-31. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v7n2/03.pdf>>. Acesso em 04 de out. de 2009.
- PENNA, Rejane; TOALDO, Anna Maria; SABEDOT Sydney (org.). **Conhecimento, sustentabilidade e desenvolvimento regional**. Canoas: Unilasalle, 2006.
- PINHEIRO, Daniel Rodriguez de Carvalho. **Desenvolvimento sustentável: desafios e discussões**. São Paulo: ABC Editora, 2006.
- RAMOS, Simone Eloísa Villanueva de Castro. Turismo e Responsabilidade Social. In: BAHL, Miguel. **Turismo com Responsabilidade Social**. São Paulo: Roca, 2004, p. 374.
- RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. *São Paulo Perspec.* [online]. 2004, vol.18, n.4, pp. 73-82. ISSN. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n4/a09v18n4.pdf>>. Acesso em 15 de out. de 2009.
- RUSCHEINSKY, Aloísio. **A conjugação entre sustentabilidade, consumo e atores sociais**. *Sociologias* [online]. 2008, n.19, pp. 322-331. ISSN . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/n19/a14n19.pdf>>. Acesso em 09 de out. de 2009.
- SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental**. (tradução Margarete Dias Pulido). São Paulo: Aleph, 2000. Vol. 1.
- SABEDOT, Sydney. **Mudanças climáticas e biodiversidade**. Canoas: Diálogo, 2006.
- UENOYAMA, Rosangela Harue Sakurai. Desenvolvimento do Turismo com Responsabilidade Social. In: BAHL, Miguel. **Turismo com Responsabilidade Social**. São Paulo: Roca, 2004, p. 5-6.
- VECCHIATTI, Karin. **Três fases rumo ao desenvolvimento sustentável: do reducionismo à valorização da cultura**. *São Paulo Perspec.* [online]. 2004, vol.18, n.3, pp. 90-95. ISSN . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n3/24782.pdf>>. Acesso em 15 de out. de 2009.
- VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008, 3 ed.