

Reflexões Éticas Sobre a Responsabilidade Social no Turismo

Bruno Martins Augusto Gomes¹

Resumo

A responsabilidade social, teoricamente se constitui no compromisso das empresas com todos os indivíduos afetados por suas decisões, é motivada por princípios éticos ou por interesses oportunistas. Ao agirem de maneira oportunista, os empresários praticam ações socialmente responsáveis não porque acreditam ser este um princípio ético, e sim porque desejam aumentar os seus lucros. Diante da relação entre responsabilidade social e ética, surge a importância de se discutir a motivação das ações de responsabilidade social nas empresas de turismo. Por isso elaborou-se um ensaio teórico que tem por objetivo propor reflexões voltadas para um agir socialmente responsável fundamentado na ética e não apenas no alcance de benefícios econômicos. Ao final do trabalho são apresentadas questões que podem compor uma agenda de pesquisas.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Ética. Empresas de Turismo

1. Introdução

É amplamente disseminada a importância de se respeitar aqueles com os quais se relaciona. Este respeito deve estar presente nas relações sociais, econômicas e ambientais, fundamentando assim um mundo sustentável, tão almejado nos dias atuais.

A sustentabilidade tem como uma de suas premissas a responsabilidade social e esta por sua vez deve se fundamentar em valores pessoais relacionados ao interesse coletivo. Portanto, do ponto de vista empresarial, agentes que esporadicamente, de acordo com seus interesses mercantilistas, realizam ações de filantropia, não contribuem como poderiam para o objetivo coletivo e atual, que é um mundo mais sustentável.

Para que estes mesmos possam colaborar efetivamente com tal propósito é necessário que suas ações sejam permanentes, voltadas para todos com os quais suas atividades se relacionam e que visem o bem-estar coletivo e não apenas o da empresa. Quando as pessoas, especialmente os gerentes, em função de princípios éticos, crêem ter

¹ Professor da Universidade Federal do Paraná

uma responsabilidade com o bem-estar coletivo, suas ações de responsabilidade social tendem ser amplas e constantes.

Contudo, observando as práticas socialmente responsáveis dos empresários atualmente, é notório que muitos os adotam visando objetivos oportunistas. Praticam ações responsáveis em relação aos seus parceiros, não porque acreditam ser este um princípio ético, e sim porque desejam aumentar os seus lucros. Desta forma, os agentes que assim atuam tendem: a não assumirem um comportamento socialmente responsável permanentemente; e direcionarem suas ações apenas para os parceiros que lhes trarão maiores benefícios econômicos.

Portanto a contribuição dos empresários para um mundo sustentável requer o entendimento da responsabilidade social não como uma oportunidade de obter vantagens a partir das fragilidades dos parceiros, mas sim como um dever ético. Para tanto ela deve estar fundamentada em princípios éticos.

Dessa forma, esse ensaio teórico, que se constitui como parte de um estudo em fase inicial, tem como objetivo refletir acerca da motivação dos empresários de turismo ao agirem de forma socialmente responsável. Para tanto foi realizada uma análise fundamentada em livros e periódicos. Pretende-se, ao final do trabalho, realizar algumas conclusões acerca do tema discutido e propor uma pauta com possíveis abordagens para pesquisas futuras.

2. Fundamentação Teórica

2.1 Ética e Motivação das Ações de Responsabilidade Social

Atualmente há uma convergência em relação ao reconhecimento da dignidade da pessoa humana como fundamento de toda ação, passando assim a serem condenadas as práticas que ferem este direito. No ambiente empresarial, a sustentabilidade é em essência uma prática de respeito ao ser humano, visto que questões sociais, ambientais e econômicas são repensadas visando um equilíbrio na vida das gerações atuais e daquelas que viverão no planeta no futuro.

Como coloca Senge (2009), não obstante a ainda presente mentalidade do curto prazo e do oportunismo, pessoas e organizações, em todo o mundo, estão plantando as

sementes de novos estilos de viver e trabalhar. Considera ainda que expandir as fronteiras da gestão e antecipar os limites que poderiam moldar o futuro significa desafiar a mentalidade convencional e os modelos mentais consagrados.

Neste sentido surge a responsabilidade social como um avanço no pensamento empresarial, direcionado ao alcance do desenvolvimento sustentável. Portanto pode ser definida como uma forma de gestão fundamentada na ética, por meio da qual a empresa tem um compromisso com todos aqueles afetados por suas ações (acionista/proprietário, funcionário, consumidor, fornecedor, governo e os membros das comunidades).

Dessa forma, como coloca Oliveira (2008), estudar responsabilidade social é entender a relação entre empresa e sociedade, podendo este estudo seguir as seguintes linhas:

- Ética: baseada em conceitos filosóficos da ética, examinando as ações dos gestores do ponto de vista moral e ético.
- Gestão Social: desenvolve maneiras de avaliar o desempenho social das empresas, e seus investimentos, desenvolver estratégias de ação.
- Recursos Ambientais: estuda a relação entre empresas e meio ambiente, as conseqüências ambientais das empresas.

Na perspectiva ética, a análise das motivações dos comportamentos humanos pode ser realizada por meio de três escolas de pensamento. A deontologia que se baseia em normas universais que devem ser seguidos pela ação humana. A teleologia mais preocupada com as conseqüências das ações. A terceira escola, que é a do relativismo ético, ou seja, não acredita na existência de normas universais aplicáveis a todos os contextos.

Comparato (2006) coloca que para Kant, uma ação praticada por dever tira seu valor moral. Quem nos garante que, ao cumprir um dever, nossa intenção é realmente isenta de todo egoísmo? Que não atuamos com o secreto desejo de exibir nossa virtude perante a coletividade e de fortalecer, por essa forma, nossa reputação?

Diante deste debate, Max Weber estabelece uma distinção entre: a ética de convicção e a ética da responsabilidade. Na primeira concepção, como expõem Gomes & Moretti (2007) o que importa é a boa intenção do agente, ou seja, o fato de que ele

teve, ao agir, aquela vontade moralmente boa, a vontade movida pela virtude. Nessa perspectiva, não se põe a menor preocupação com os efeitos dos atos praticados.

Já na segunda concepção de ética, o agente não deve ou agir com uma reta intenção. Se ele pode prever, com base na razão e na experiência, que determinada ação produzirá consequências nefastas, e não obstante ele a segue, manifesta com isso total irresponsabilidade. Se os meios empregados pelo agente são eticamente incompatíveis com os valores finais, o resultado ficará necessariamente comprometido.

A variedade de escolas de pensamento ético reflete na diversidade de entendimentos acerca da responsabilidade social. De acordo com Oliveira (2008) a motivação da ação socialmente responsável pode vir de princípios morais (ética deontológica) ou de princípios utilitários (ética teológica).

Assim, o autor divide as motivações em motivação ética e motivação instrumental. Na primeira, a prática de ações socialmente responsáveis surge, pois os gestores acreditam que é o moralmente certo, independente dos benefícios para empresa. Já na motivação instrumental as ações de responsabilidade social são realizadas visando o aumento dos lucros da empresa.

A motivação ética se fundamenta nos princípios éticos, que são valores que normatizam a convivência humana. Os princípios éticos dizem respeito ao interesse pelo bem comum, nunca ao interesse próprio do agente. Como colcoa Comparato (2006) a posição egocêntrica é um fermento da desunião e de desconcerto na vida social. E ainda, no âmbito ético o agente não pode sacrificar os bens valiosos para salvar outros. A máxima “os fins justificam os meios” é eticamente insustentável.

Diante desta dualidade acredita-se que os agentes devem atuar de forma socialmente responsável, considerando as consequências de suas ações, contudo com a intenção de atenderem o bem estar coletivo e não apenas o individual. Destaca-se também que o cumprimento desta ação deve se dar motivado por um dever moral e não pelo cumprimento de um dever legal. Assim, realizar uma ação social porque a lei obriga, não constitui responsabilidade social.

De acordo com Comparato (2006) os princípios éticos são normas que apontam para o objetivo final do comportamento humano e tendem a alcançar uma vigência universal. Eles se fundamentam na dignidade humana, o paradigma supremo da vida

social. Estes princípios são: verdade, justiça e amor que se desdobram em liberdade, igualdade, segurança e solidariedade.

A justiça é definida por Platão como: não fazer aos outros o que não queremos que eles nos façam. Contudo na civilização burguesa, só enxerga a justiça no sentido contratual, recusando a estabelecer na sociedade a distribuição proporcional de bens materiais ou imateriais. A justiça tende a perder sua vigência se não for incessantemente fundamentada no amor, que por sua vez recai no egoísmo se não se fundamentar na primeira. Ele é condição essencial para a harmonia social e para que não ocorra injustiça está incessante ligado à verdade (Comparato, 2006).

Aristóteles, segundo o referido autor, acrescenta que o homem justo é aquele que além de não cometer injustiças, pratica ações justas. Assim, aliada à concepção de praticar ações justas está a solidariedade. Portanto, cada qual deve cumprir na sociedade a função que lhe incumbe. Os fortes devem socorrer os fracos; os ricos socorrer os pobres, o instruídos educar os ignorantes.

A verdade possui duas concepções. Há aquela que a considera como correspondência entre realidade e pensamento em qualquer circunstância. Mas há também o entendimento de verdade como o comportamento que inspira confiança, fidelidade.

Já a liberdade não está ligada ao isolamento (cada um realizando seus anseios particulares), mas sim ao inter-relacionamento de pessoas ou povos, mas com o reconhecimento de que são dependentes e iguais em direitos e deveres.

A igualdade diz respeito ao fato de todos os homens são absolutamente iguais na partilha da dignidade enquanto pessoas, merecendo, portanto, rigorosamente o mesmo respeito, não obstante as diferenças biológicas e culturais que os distinguem entre si. Esta afirmação não exclui o fato de se aplicar na esfera das políticas públicas e das leis o critério da igualdade proporcional – tratar desigualmente os desiguais em benefício dos mais fragilizados. Os seres humanos são naturalmente diferentes, mas estas diferenças não apresentam nenhuma relação com superioridade. Contudo, é com base nestas diferenças que uns se consideram superiores aos outros (Comparato, 2006).

A segurança deve ser entendida em seu sentido pleno, ou seja, diz respeito não apenas à segurança física, mas também nas questões de saúde, previdência, alimentação e financeira.

A solidariedade complementa e aperfeiçoa a liberdade, a igualdade e a segurança. Enquanto a liberdade e a igualdade põem as pessoas uma diante das outras, a solidariedade as reúne em uma mesma comunidade. Na perspectiva da igualdade e liberdade cada qual reivindica o que lhe é próprio. No plano da solidariedade todos são convocados para defender o que é comum. Quanto a segurança, esta só pode ser plena quando cada qual zela pelo bem de todos e a sociedade pelo bem de cada um.

Como coloca Platão, citado por Comparato (2006) a verdadeira comunidade é como um organismo vivo, cujos diferentes membros estão intimamente ligados uns aos outros, de tal forma que quando um deles é afetado, todo o conjunto sofre. Dessa forma, hoje com o avanço do processo de unificação da humanidade, explicitados especialmente pelos blocos econômicos e busca de diálogo entre culturas diferentes, fica evidente que a constituição de uma comunidade solidária entre os povos da Terra, mesmo que ainda requiera a superação de grandes desafios, é um objetivo mais próximo.

Não obstante esta evidência de progresso na relação entre os seres humanos, entre muitos agentes econômicos ainda é evidente a presença da não cooperação. Como coloca Williamson (1989), os agentes econômicos têm uma tendência ao oportunismo que é a busca pelos interesses próprios, com dolo. O autor coloca que, apesar do oportunismo, existe também a busca sincera pelo interesse próprio, mas a existência deste é constante nas transações econômicas. Zylbersztajn (1995) acrescenta que o oportunismo refere-se ao jogo não cooperativo entre os agentes.

Expandido as categorias de análise das motivações da responsabilidade social, Martin (2002) propõe que estas sejam analisadas a partir das perspectivas de cumprimento, escolha, estratégica e estrutural. O cumprimento diz respeito às ações de responsabilidade social que são implementadas em função da existência de leis que obrigam os empresários a realizarem-nas. A escolha se relaciona aos costumes da sociedade que induzem o empresário a optar por realizar ações de responsabilidade social. As ações estratégicas de responsabilidade social são aquelas voltas para o

aumento dos lucros da empresa. Já as estruturais dizem respeito às motivações morais do agente, ou seja, ele realiza ações de responsabilidade em função de princípios éticos que fundamentam suas condutas.

2.2 Princípios Motivadores da Responsabilidade Social no Turismo

A cadeia do turismo é estruturada com seguintes agentes: agentes locais que são aqueles localizados na destinação turística (meios de hospedagem, restaurantes, entretenimento, agências de receptivo) e atuam de forma integrada para fornecer instalações e serviços aos viajantes; agentes externos (operadoras de turismo, agências de viagem), que constituem o canal de distribuição do produto turístico; agentes de suporte (bancos, hospitais, empresas de transporte dentre outros) que auxiliam o desenvolvimento das viagens.

Gomes (2008) afirma que os agentes econômicos do turismo têm uma tendência ao oportunismo. Estudando regiões turísticas, ele demonstra que estas ações se manifestam inclusive em situações que a princípio seriam de cooperação, em que os empresários são membros de uma mesma entidade que visa o desenvolvimento do turismo regional.

O autor coloca que a busca pelo interesse próprio no turismo se manifesta de variadas formas, sendo algumas delas dolosas. Por exemplo, nos casos em que os empresários, membros de uma associação voltada para o desenvolvimento regional do turismo, não pagam as mensalidades que mantêm esta entidade gestora. Este comportamento gera transtornos, pois a associação, que trabalha em prol do turismo da região onde o próprio empresário se localiza, tem seu funcionamento prejudicado e, conseqüentemente, não é eficiente no alcance das metas desejadas pelos associados.

O fato dos agentes do turismo agirem de maneira oportunista inclusive em situações que a princípio deveriam ser de cooperação, reforça o questionamento sobre suas motivações em ações socialmente responsáveis. Assim, considerando os princípios éticos bem como das motivações da responsabilidade social discutidas, são apresentados a seguir relatos que estimulam as reflexões éticas sobre a motivação da responsabilidade social no turismo.

“a rede disponibiliza diariamente 100 quilos de ponta e miolo de abobrinha *in natura*, tendo em vista que estas partes do legume não tem utilidade na produção da abobrinha recheada” (Gimenes, 2004, p.467).

“a fazenda pretende adotar a educação ambiental como alicerce para o desenvolvimento sustentável. A intenção desta atividade é colocar os visitantes em contato direto com o meio ambiente” (Baltieri & Sarti, 2003, p.125).

“Desenvolvimento de uma política ambiental do empreendimento; tratamento de resíduos sólidos; eficiência no consumo de água e energia” (Pacheco & Martins, 2004, p. 487).

“[Criação de um] centro de sensibilização do hóspede para colaborar com a gestão ambiental” (Azambuja, 2004 p. 514.)

“Será correto contratar a mão-de-obra para atender a pesca no Pantanal do Mato Grosso somente para a temporada (março-novembro) e deixa-la sem trabalho de dezembro a fevereiro, fazendo com que não recebam férias remuneradas e outros benefícios previstos na lei?” (Wada, 2004, p. 514).

“O uso do legado cultural como atuação dentro do produto hoteleiro no Pólo Costa dos Arrecifes, no estado de Pernambuco é reduzido, sendo apenas utilizados componentes mais simples e fáceis de implementar” (Nascimento et al., 2004, p. 548).

“a Coca-Cola®, patrocinadora do festival, investiu em 2001, 5 milhões para a melhoria da infra-estrutura da cidade. Portanto, para o visitante que ali chega, tem a impressão de estar em uma cidade bastante desenvolvida” (Moraes, 2004, p. 618).

“Utilizar o turismo com um mecanismo de inclusão social e fazer com que os benefícios do setor atinjam todos os segmentos da sociedade desde os investidores, os proprietários, os guias, os artesãos, os funcionários de hotéis, entre outros é fator de extrema preocupação do Banco [do Nordeste].(...) Embora o projeto de capacitação para o turismo promovido pelo Banco do Nordeste não tenha retorno financeiro a curto prazo, somente a participação e o interesse dos alunos em adquirir conhecimentos básicos sobre o turismo fizeram com que aumentasse a auto-estima dos alunos” (Uenoyama, 2004, p. 8).

As ações expostas evidenciam uma motivação fundamentada em alguns princípios éticos como justiça, segurança em seu sentido alimentar. Contudo, outras rompem com os princípios de justiça bem como o de igualdade. As situações apresentadas predominantemente estão ligadas à motivação estratégica de responsabilidade social, ou seja, aquela voltada para o aumento dos lucros da empresa.

Ações como tratamento de resíduos sólidos, ainda que sejam utilizadas pelas empresas como um meio de marketing, na verdade dizem respeito à motivação

caracterizada por Martin (2002) como de cumprimento, ou seja, as ações de responsabilidade social implementadas em função da existência de leis.

Freqüentemente os agentes se vangloriaram pelos benefícios que geram para a região, especialmente criação de postos de trabalho. A partir de uma análise mais crítica percebe-se que em muitos casos contradizem o princípio da ética da responsabilidade. Desinteressam-se pelos efeitos concretos das suas ações, ou de suas decisões, sob o pretexto de que só lhes cabe, moralmente falando, cumprirem seus deveres.

Assim, por ser parte de um estudo em fase inicial, este ensaio teórico busca estimular o questionamento. Estas indagações fundamentarão estudos futuros que trarão as primeiras conclusões sobre a ética nas práticas de responsabilidade social no turismo. Contudo, fica evidente que especialmente os princípios éticos como verdade, amor e igualdade devem estar presentes nestas ações.

Considerações Finais

Os temas apresentados possibilitam a análise da motivação das ações de responsabilidade social praticadas pelos empresários no turismo. A partir da compreensão desta, podem ser feitas proposições voltadas para um agir fundamentado na ética e que, portanto, visa todos os envolvidos com a empresa e não apenas aqueles que lhe proporcionam maiores benefícios econômicos.

Estas proposições contribuem para a mudança de mentalidade, o que é essencial, visto que, como coloca Senge (2009), o funcionamento das instituições depende da maneira como pensam seus membros. Ele acrescenta ainda que todas as mudanças se fundamentam em novas maneiras de pensar e um mundo sustentável só será possível se pensarmos de maneira diferente.

Por isso, considerando as diferenças de articulação dos agentes locais em núcleos receptores de turismo, estudos futuros devem:

- Verificar o que os empresários de turismo entendem por responsabilidade social.
- Identificar as ações socialmente responsáveis que os empresários de turismo praticam.
-

- Relacionar as ações de responsabilidade social praticadas pelos empresários de turismo aos princípios éticos.
- Identificar, de maneira crítica, os reais benefícios gerados pelas ações de responsabilidade social praticadas pelos empresários de turismo.
- Propor estratégias para se alcançar uma responsabilidade social fundamentada na ética.

Dessa forma, considerando a crescente busca por um mundo melhor, fundamentada em uma maior harmonia entre as questões sociais, ambientais e econômicas, é relevante para o progresso do turismo a busca de resultados para as propostas acima. Assim, se despertará uma reflexão sobre um melhor agir, voltado para o benefício social coletivo, por parte dos agentes econômicos envolvidos com o turismo.

Referências Bibliográficas

- AZAMBUJA, M. S. Atividade de Hospitalidade e a Responsabilidade Social. In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social**. São Paulo: Roca, 2004.
- BALTIERI, M. C. ; SARTI, A. C. . Fazenda Cassorova (Brotas, SP) como recurso de educação ambiental. In: OLIVEIRA, C.G.S.; MOURA, J.C. **O turismo como vetor do desenvolvimento rural sustentável**. Piracicaba: FEALQ, 2003.
- COMPARATO, F.K. **Ética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- GIMENES, M.H.S.P. Alimentos e Bebidas e Responsabilidade Social: experiências e possibilidades. In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social**. São Paulo: Roca, 2004.
- GOMES, B.M.A. **Políticas Públicas e as Transações em Regiões Turísticas**. São Paulo: All Print, 2008.
- GOMES, A.; MORETTI, S. **A Responsabilidade e o Social**: uma discussão sobre o papel das empresas. São Paulo: Saraiva, 2007.
- MARTIN, R. Virtue Matrix. **Harvard Business Review**, v.80, n.3, 2002.

MORAES, M.V.C. Impactos da Apropriação do Festival Folclórico de Parintins pelo Turismo. In: BAHL, Miguel. (Org.). **Turismo com responsabilidade social..** São Paulo: Roca, 2004.

NASCIMENTO, F.M.; SILVA, L.M.T.; ENDERS, W.T. Criação de Parcerias entre Poder Público e Setor Hoteleiro para Dinamizar o Legado Cultural Regional In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social..** São Paulo: Roca, 2004.

OLIVEIRA, J. A. P. de. **Empresas na sociedade:** sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PACHECO, D.N.; D.V.MARTINS. Restaurante como Empresa Socialmente Responsável. In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social..** São Paulo: Roca, 2004.

SENGE, P. **A Revolução Decisiva:** como indivíduos e organizações trabalham em parceria para criar um mundo sustentável. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

UENOYAMA, R.H.S. Desenvolvimento do Turismo com Responsabilidade Social. In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social..** São Paulo: Roca, 2004.

WADA, E. K (a). Gestão de turismo e responsabilidade social: algumas indagações. In: BAHL, M. (Org.). **Turismo com responsabilidade social..** São Paulo: Roca, 2004.

WILLIAMSON, O. E. **Las Instituciones Económicas del Capitalismo.** México: Fondo Cultura Económica, 1989.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de Governança e Coordenação do Agrobusiness:** uma aplicação da nova economia das instituições. 1995. Doutorado (Tese de Livre Docência). Universidade de São Paulo, São Paulo.