

Responsabilidade Ambiental de Hóspedes: uma reflexão sobre Turismo, Economia e Meio Ambiente

Thiago José Costa Alves¹

Resumo

Resumo: Este artigo tem como objeto de estudo tratar as relações de responsabilidade ambiental do hóspede sob a ótica das relações do turismo com a economia neoclássica, a economia do meio ambiente e da economia ecológica. A fim de entender como se posicionam autores que escrevem sobre o turismo e meio ambiente buscou-se a interpretação e discriminação de artigos considerados importantes referências. O resultado desse estudo comprova que a linha de raciocínio adotada pela maioria dos pesquisadores da área de turismo está relacionada aos segmentos sugeridos pela economia neoclássica e economia do meio ambiente. Diante dos resultados é relevante salientar que esses modelos econômicos se caracterizam respectivamente por não considerar os custos ambientais em sua produção, modelo econômico neoclássico, e por atribuir valores monetários aos riscos e custos ambientais, economia do meio ambiente. É interessante notar a necessidade de investigar novas propostas de entendimento do meio ambiente no cenário da economia, traçando paralelos com a realidade existente do Turismo.

Palavras-chave: Turismo. Economia. Responsabilidade ambiental. Hóspedes.

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.

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

¹ 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: thitopie@yahoo.com.br

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 dessa perspectiva o estudo propõe esclarecer os seguintes questionamentos: a) como o hóspede se relaciona com o meio ambiente? e b) 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 e meios de hospedagem 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.

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) e Luchiari (2002) constataam 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.

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.

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.

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.

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. A economia neoclássica, ambientalmente contextualizada, caracteriza-se por não prever custos ambientais durante a sua produção. 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 crescimento econômico e social. A colocação de recursos naturais para

suprimento da necessidade humana em estudo semelhante é questionado por Wallerstein (1997, p. 2) 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 oferecer 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.

Considerações finais

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

Os agentes que interferem no processo do turismo e que são relacionados nesse estudo, apresentam a necessidade de uma regulação ambiental que ultrapasse as questões econômicas. O processo de internalização dos danos ambientais, às emissões do produto turístico, deve ser inerente a sua produção, a fim de que essas preocupações possam viabilizar novas perspectivas de comportamento humano.

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, e que por sua vez se afasta da monetarização do ambiente o que revela a real importância do meio ambiente para o homem.

Para Wallerstein (1997, p. 3), 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”.

Apesar de ser algo que não deve ser desvalorizado, o homem como principal motivo de mudanças aparece como uma falha. Para que as questões ambientais possam adotar uma postura de melhorias, o homem deve perceber o meio ambiente como fonte de vida de necessidade sistêmica, para tal é necessária uma reflexão sobre as reais conseqüências do modelo antropocêntrico que ainda vigora em estudos científicos existentes em boa parte da faixa ocidental do mundo e que por tal deve ser analisada de forma geral.

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

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.

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.

CAVALCANTI, 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.eps.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.

LUCHIARI, M. T. D. P. Turismo e território: sustentabilidade para que? BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo.** Caxias do Sul: EducS, 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.

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).

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.