



UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMICAS
MESTRADO PROFISSIONAL DE ADMINISTRAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**VALORES SUSTENTÁVEIS E
EDUCAÇÃO PARA A
SUSTENTABILIDADE: Uma
proposta para os meios de
hospedagem em Florianópolis**

KARINA MATHEUS DOS SANTOS FARACO

FLORIANÓPOLIS, 2015

KARINA MATHEUS DOS SANTOS FARACO

**VALORES SUSTENTÁVEIS E EDUCAÇÃO PARA A
SUSTENTABILIDADE: UMA PROPOSTA PARA OS MEIOS DE
HOSPEDAGEM EM FLORIANÓPOLIS**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração no Centro de Ciências de Administração e Socioeconômicas da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Graziela Dias
Alperstedt

**FLORIANÓPOLIS
2015**

F219v Faraco, Karina Matheus dos Santos

Valores sustentáveis e educação para a sustentabilidade: uma proposta para os meios de hospedagem em Florianópolis / Karina Matheus dos Santos Faraco. - 2015.

243 p. ; 21 cm

Orientadora: Graziela Dias Alperstedt

Bibliografia: p. 207-234

Dissertação (mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas, Programa de Pós-Graduação em Administração, Florianópolis, 2015.

1. Turismo. 2. Administração de hotéis. 3. Sustentabilidade - Florianópolis. I. Alperstedt, Graziela Dias. II. Universidade do Estado de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

CDD: 338.4791 - 20.ed.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UDESC

KARINA MATHEUS DOS SANTOS FARACO

**VALORES SUSTENTÁVEIS E EDUCAÇÃO PARA A
SUSTENTABILIDADE: UMA PROPOSTA PARA OS MEIOS DE
HOSPEDAGEM EM FLORIANÓPOLIS**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração no Centro de Ciências de Administração e Socioeconômicas da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestre em Administração.

Banca Examinadora:

Orientadora:

Prof.^a Dr.^a Graziela Dias Alperstedt
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro:

Prof.^a Dr.^a Simone Ghisi Feuerschütte
Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro:

Prof.^a Dr.^a Maria José Souza
Universidade do Vale do Itajaí

Membro:

Prof.^o Dr. Rafael Tezza
Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, 16 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar ao meu marido e minha família, pelo apoio, paciência, torcida e motivação incondicional.

A minha orientadora, professora Graziela Dias Alperstedt, por toda a confiança depositada em meu trabalho. Suas orientações e ensinamentos não apenas me auxiliaram a realizar um trabalho melhor, também a me tornar uma aluna e futura professora melhor.

À Priscila Keller, minha dupla oficial, a quem devo muitas horas de trabalho e pesquisa, dividindo nossas dúvidas e incertezas. Certamente a jornada do mestrado teria sido muito mais dura sem a sua companhia.

Agradeço à Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – Santa Catarina (ABIH SC), à Secretaria de Turismo de Florianópolis e à consultora Maria Lúcia Gobbi. O apoio destas entidades e profissional foram a base desta dissertação, me auxiliando na busca por empreendimentos e levantamento de informações sobre a cidade e a hotelaria na região.

Também agradeço a todos os meios de hospedagem participantes da pesquisa, a seus gestores e colaboradores, por abrirem seu estabelecimento à pesquisa e se disporem a participar de todas as etapas.

Agradeço às professoras Simone Ghisi Feuerschütte (UDESC) e Maria José Souza (UNIVALI) por participarem da minha banca de defesa, se dispondo a avaliar meu trabalho. Ao professor Rafael Tezza não apenas por também estar em minha banca, mas pelo acompanhamento durante toda a dissertação e constantes orientações sobre a estatística.

Agradeço aos professores Pedro Alberto Barbetta (UFSC) e Eduardo Jara (UDESC), pelo auxílio no desenvolvimento da estatística e disponibilidade. À professora Ana Paula Grillo Rodrigues (UDESC) pelas contribuições ao trabalho em minha qualificação.

Obrigada também a todo o corpo docente do Mestrado de Administração da ESAG/UDESC, pelos importantes ensinamentos, aos colegas de turma, pelos cafés e conversas incentivadores, e também à secretaria de Mestrado sempre disponível para nos auxiliar na resolução de eventuais problemas.

Plantar ideias ecológicas é a garantia
de um futuro fértil, tempo de
colhermos sustentabilidade.

Gabriel Garcia de Oliveira

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo geral propor um programa de educação para a sustentabilidade direcionado aos colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis. A capital do estado de Santa Catarina foi escolhida como cidade para o estudo, por ser um destino turístico internacionalmente reconhecido com grande expressividade histórico-cultural, além de repleta de belezas naturais, entre praias, mangues, florestas, dunas e lagoas. Com apenas 33% de sua área urbanizável, faz-se necessário estudar e planejar o desenvolvimento de Florianópolis preservando seus atrativos ambientais, sociais e culturais (ANDRADE; BELLEN, 2006; PNUD, 2013; ABRANTES, 2015). Entretanto, este desenvolvimento só será possível através da educação das pessoas que nela residem, uma vez que é a mudança individual que transforma a realidade das estruturas sociais (MANNING, 2009; CAIXETA, 2010). No entanto, para além dos indivíduos, acredita-se que as organizações também têm o importante papel de disseminar informações e proporcionar espaços onde o comportamento sustentável possa emergir (MONZONI; CARVALHO, 2010). Neste sentido, os meios de hospedagem apresentam-se como espaço privilegiado para tal proposta, pois são ao mesmo tempo dependentes e produtores das condições do meio em que estão inseridos (PIRES, 2010). Para o desenvolvimento da proposta foram realizadas, em uma primeira etapa, entrevistas semiestruturadas com gestores dos meios de hospedagem participantes e visitas nas organizações. Estes elementos foram utilizados para descrição do contexto da pesquisa e identificação das ações ambientais, sociais e educativas realizadas pelos meios de hospedagem. Em seguida, foram pesquisados os valores que embasam o comportamento sustentável junto aos colaboradores destes meios de

hospedagem, por meio do Questionário PVQX5 de Valores Individuais (SCHWARTZ *et al.*, 2012). Observou-se que os meios de hospedagem apresentam mais ações ambientais ligadas à economia de recursos e que há pouca aderência a ações de proteção social. Em relação aos colaboradores conclui-se que os valores ligados ao comportamento sustentável estão presentes na amostra. Os valores benevolência cuidado e benevolência confiabilidade tiveram maior aderência da amostra, seguidos por universalismo preocupação, universalismo natureza e universalismo tolerância. Este resultado indica que o trabalho de educação para a sustentabilidade deve focar em diminuir as barreiras para a expressão do comportamento sustentável e apresentar normas sociais que apoiem estas novas atitudes. Neste sentido, o trabalho apresenta ações abrangentes que envolvem capacitação dos funcionários, programas de sustentabilidade nos meios de hospedagem e ações por parte das organizações da hotelaria de Florianópolis.

Palavras-chave: Educação para sustentabilidade. Valores sustentáveis. Comportamento Sustentável. Hotelaria.

ABSTRACT

This study had as general objective propose an educational program for sustainability directed to the employees of Florianópolis accommodation facilities in Florianópolis. The capital city of the State of Santa Catarina was chosen as place to conduct this research for being a internationally recognized tourist destination with great historical and cultural expressiveness. Besides the natural prominence beauty of its beaches, mangroves, forest, dunes and lagoons. With only 33% available buildable area is of great importance to study and plan the development of Florianópolis preserving their natural, social and cultural aspects (ANDRADE; BELLEN, 2006; PNUD, 2013; ABRANTES, 2015). However, that development only will be achieved through the education of the residents once the social structures only change by the individual transformation will be possible to (MANING, 2009; CAIXETA, 2010). Similarly, the organizations play an important role making pertinent information available and given the opportunity for sustainable behavior emerge in their spaces (MONZONI; CARVALHO, 2010). In this regard, lodging facilities are presented as a privileged space for such a proposal, once they are at the same time dependent and producers of environmental conditions in the place where they ate allocated (PIRES, 2010). For the development of the proposal in a first stage were carried out semi-structured interviews with the managers of lodging establishments participating and visits in the organizations were made. These elements have been used to describe the research context and to identify environmental, social and educational actions carried out by the lodging facilities. Then the employees values that underlie sustainable behavior were measured, using the PVQX5 Individual Values Survey (SCHWARTZ *et al*, 2012).

It was observed that the lodging facilities have more environmental actions related to saving resources and that there is little adherence to actions of social protection. In relation to staff concludes that the values related to sustainable behavior are present in the sample measured. The values benevolence caring and benevolence dependability presented more adherence to the sample, followed by universalism concern, universalism nature and universalism tolerance. This result indicates that the work of education for sustainability must focus on reducing the barriers to the expression of sustainable behavior and present social norms that support these new attitudes. In this sense, the work presents embracing actions involving employee training, sustainability programs in lodging facilities and actions on the part of Florianópolis hospitality organizations.

Keywords: Education for sustainability. Sustainable values. Sustainable behavior. Hospitality.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Desenvolvimento Sustentável: Modelo de Lélé	36
Figura 02 – Artigos de sustentabilidade separados por foco de estudo	57
Figura 03 – Artigos de Comportamento Sustentável separados por ano	58
Figura 04 – Hierarquia valores, crenças, atitudes e comportamento.....	68
Figura 05 – Representação Gráfica da Teoria da Ação Planejada.....	73
Figura 06 - Estrutura universal dos valores	77
Figura 07 – Contínuo Motivacional de 19 Valores	83
Figura 08 - Matriz de Valores de Gouveia, Milfont e Guerra (2014).....	87
Figura 09 - Diagrama do posicionamento dos Valores Universais de Schwartz em amostra brasileira.....	92
Figura 10 - Modelo de Organização de Valores, Crenças, Normas e Comportamentos	94
Figura 11 – Diagrama de caminhos dos fatores de Auto transcendência	123
Figura 12 – Diagrama de caminhos sem o valor Humildade.....	127
Figura 13 – Divisão das áreas em Florianópolis	135
Figura 14 – Principais motivos para viagem de turistas à Florianópolis.....	142
Figura 15 – Destinos procurados por turistas estrangeiros para turismo de lazer (2013).....	144

Figura 16 – Gráfico da média de ações por meio de hospedagem	162
---	-----

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Comparação entre as fases políticas mundiais e brasileira do turismo	43
Quadro 02 – Impactos gerados pelo turismo	46
Quadro 03 – Dimensões da sustentabilidade de Sachs no turismo	49
Quadro 04 – Definições utilizadas pelos autores de Comportamento Sustentável.....	59
Quadro 05 – Comparação entre os 10 valores originais de Schwartz e os 19 atuais.....	79
Quadro 06 – 19 Valores do Refinamento da Teoria de Valores de Schwartz e suas metas motivacionais	82
Quadro 07 – Escala de respostas do Questionário PVQX5	120
Quadro 08 - Propostas e os valores e normas correspondentes.....	196

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Número de exigências da SB Class por meio de hospedagem	54
Tabela 02 – Utilização do termo “Comportamento Sustentável” como sinônimo de “Comportamento Ambiental”	61
Tabela 03 – Estimativa das cargas fatoriais da CFA	124
Tabela 04 - Índices de adequação do modelo	126
Tabela 05 - Índices de Adequação do modelo sem o valor Humildade	128
Tabela 06 – Inadequações encontradas pelo “Floripa se Liga na Rede”	137
Tabela 07 - Ações Ambientais dos meios de hospedagem que as apresentam.....	148
Tabela 08 - Ações Sociais e número de meios de hospedagem que as apresentam.....	158
Tabela 09 – Faixa etária da amostra	164
Tabela 10 – Perfil médio dos respondentes	165
Tabela 11 – Índices de frequência de resposta dos valores de Auto Transcendência	167
Tabela 12 – Médias das respostas dos valores	169

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
1.2	OBJETIVOS	21
1.2.1	GERAL	21
1.2.2	ESPECÍFICOS	21
1.3	JUSTIFICATIVA.....	21
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO	29
2	QUADRO TEÓRICO.....	31
2.1	SUSTENTABILIDADE	31
2.2	TURISMO E HOTELARIA SUSTENTÁVEL.....	40
2.3	COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL.....	56
2.4	TEORIAS DE PREDIÇÃO DO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL.....	60
2.4.1	VALORES, CRENÇAS, ATITUDES E COMPORTAMENTO.....	64
2.4.2	TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA VERSUS TEORIA DE VALORES	71
2.4.3	DISCUSSÕES SOBRE TEORIA DE VALORES UNIVERSAIS	86
2.5	EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE	99
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	113
3.1	CONTEXTO DA PESQUISA	113
3.2	TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	116
3.3	TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS	119

3.4	ESTRUTURA FATORIAL CONFIRMATÓRIA DO QUESTIONÁRIO PVQX5	122
3.5	LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DA PESQUISA.....	129
4	APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	131
4.1	O CONTEXTO DA PESQUISA: FLORIANÓPOLIS, O DESTINO TURÍSTICO.....	131
4.1.1	TURISMO E HOTELARIA EM FLORIANÓPOLIS.....	139
4.2	MEIOS DE HOSPEDAGEM: AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, SOCIOCULTURAL E EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE	147
4.3	VALORES E SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DOS COLABORADORES DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM PESQUISADOS.....	163
5	PROPOSTA DE PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA A SUSTENABILIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DE FLORIANÓPOLIS.....	173
5.1	GESTÃO DO LIXO	180
5.2	CONSTRUÇÃO DE UMA RELAÇÃO COM A CULTURA LOCAL.....	182
5.3	INCENTIVO A AÇÕES SUSTENTÁVEIS.....	184
5.4	MUDANÇAS NOS CRITÉRIOS DE PADRÃO	186

5.5	PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO.....	190
5.5.1	APRESENTAÇÃO E CAPACITAÇÃO DAS AÇÕES PRATICADAS PELOS MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	192
5.5.2	CAPACITAÇÕES AGRUPADAS	192
5.5.3	GRUPOS DE VIVÊNCIAS	194
5.6	INCENTIVO AO ECOTURISMO.....	194
5.7	VALORES E NORMAS TRABALHADOS NA PROPOSTA DE PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE	195
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	199
	REFERÊNCIAS	207
	ANEXO A – METAS MOTIVACIONAIS DE SCHWARTZ (2006; 2012).....	235
	ANEXO B – GRÁFICO DE NÚMERO DE EMPREGOS EM FLORIANÓPOLIS, POR SETOR (DATA VIVA, 2013)	236
	ANEXO C – INFORMAÇÕES PNDA FLORIANÓPOLIS (IBGE, 2015b).....	237
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA DO MEIO DE HOSPEDAGEM.....	238
	APÊNDICE B - Questionário PVQX5 de Valores Individuais.....	239
	APÊNDICE C – Perguntas selecionadas do questionário PVQX5 para análise dos resultados	243

1 INTRODUÇÃO

A escassez dos recursos naturais é a principal impulsionadora das discussões sobre a sustentabilidade do planeta. No Brasil, por exemplo, ocorreu (no ano de 2015) uma crise hídrica sem precedentes que expõem a necessidade urgente de repensar as relações das pessoas com o meio em que vivem. Ao analisar situações como esta, o tema sustentabilidade emerge como de grande importância para o desenvolvimento do país.

O tema já é discutido desde o século XVII, mas vem ganhando força desde a década de 70 por meio de estudos e conferências realizadas pela ONU. Na década de 80 as discussões se ampliaram para questões socioculturais (CARSON, 1962; MEADOWS *et al.*, 1972; ONU; 1972, 2000, 2012; CMMAD, 1991; MALTHUS, 1998; GROBER, 1999).

Destaca-se nas discussões sobre o tema que a sustentabilidade não se refere apenas à proteção ambiental. Como exposto por Elkington (1994; 1998; 2004), a sustentabilidade possui três pilares que se destacam como igualmente importantes: ambiental, social e econômica. Sachs (2002) apresenta uma abordagem mais abrangente da sustentabilidade apresentando oito elementos constituintes: social, cultural, ecológico, ambiental, territorial, econômico, político nacional e político internacional, os quais evidenciam que o desenvolvimento envolve questões complexas e sua amplitude só pode ser alcançada quando tratada em sua totalidade.

Este desenvolvimento, entretanto, precisa ser acompanhado pelo desenvolvimento das pessoas, por meio da educação, pois é o comportamento individual que gera mudanças sociais e políticas (MANNING; 2009). No Brasil, por exemplo, os problemas ambientais estão atrelados, segundo Pato (2004), à falta de informação, desigualdade de distribuição de recursos e condições precárias de vida.

Portanto, os problemas ambientais são originados por comportamentos inadequados, cuja solução depende de mudanças comportamentais (PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Diante do pressuposto de que a mudança para relações mais sustentáveis parte do comportamento individual, buscou-se compreender a formação do comportamento sustentável de colaboradores dos meios de hospedagem de Florianópolis a partir da pesquisa de seus valores. Para tanto utilizou-se a Teoria de Valores Universais de Schwartz (2006; 2012; SCHWARTZ *et al.* 2012)

A cidade de Florianópolis foi escolhida por sua importância histórica e política, e por configurar um importante destino turístico nacional e internacional por suas belezas naturais. Considerada a capital turística do Mercosul, Florianópolis é uma ilha com 42 praias e que apresenta uma identidade cultural formada a partir de sua colonização açoriana. O turismo se configura como uma atividade econômica de destaque para a cidade, impulsionado por suas riquezas naturais e culturais.

A hotelaria, por sua vez, se constitui uma parte essencial do turismo e possui potencial para o fortalecimento da sustentabilidade do seu entorno, pois a atividade hoteleira gera impacto no ambiente a sua volta, podendo preservá-lo ou auxiliar em sua degradação por conta da natureza de sua atividade (PIRES, 2010). Tal potencial se torna ainda mais evidente considerando que grande parte destes meios de hospedagem estão localizados em meio as belezas naturais da cidade, como praias e parques ecológicos.

Pensando na relação de dependência deste setor com o seu meio, torna-se necessário que ações de longo prazo sejam planejadas, buscando proteger o meio social, cultural e ambiental em que se localiza. Entretanto, autores apontam que o setor privilegia o planejamento a curto prazo, degradando o meio a sua volta em prol do lucro (RUSCHMANN; PAOLUCCI; MACIEL, 2008; RUSCHMANN, 2010).

Além do desenvolvimento de ações sustentáveis, uma das formas dos meios de hospedagem impactarem positivamente a cidade de Florianópolis é no desenvolvimento de seus colaboradores. O setor abriga diversos moradores da cidade, muitas vezes da própria região do meio de hospedagem. Considerando que segundo a medida de pegada ecológica, os moradores da cidade são os principais responsáveis pela degradação ambiental de Florianópolis (ANDRADE; BELLEN, 2006), torna-se importante desenvolver ações direcionadas aos colaboradores para que estes possam despertar para comportamentos sustentáveis dentro e fora do ambiente de trabalho.

Tendo em vista o objetivo geral do trabalho, que é o de desenvolver uma proposta que auxilie na educação para a sustentabilidade dos colaboradores de meios de hospedagem em Florianópolis, buscou-se conhecer não somente as ações sustentáveis desenvolvidas pelos meios de hospedagem, mas também os valores de seus colaboradores. Dentro dessa perspectiva, partiu-se do pressuposto que os valores são os aspectos mais estáveis e centrais do comportamento humano (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Pesquisas indicam que ao buscar prever um comportamento, a medição dos valores se apresenta como uma opção mais assertiva. Pato (2004) em sua tese apresenta os valores como a base emocional das motivações. A autora também destaca a teoria de Schwartz como a mais abrangente e precisa nas pesquisas sobre valores. As pesquisas de Caixeta (2010) corroboram os achados de Pato.

Diante destes estudos, buscou-se os valores de Auto Transcendência, conectados à Sustentabilidade, para entender o comportamento dos funcionários e como torná-los mais sustentáveis (PATO, 2004; COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; CAIXETA, 2010; SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Na sequência, são apresentados os objetivos geral e específicos, assim como a justificativa para a presente pesquisa.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GERAL

Propor um programa de educação para a sustentabilidade direcionada aos colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis, com base na análise dos valores sustentáveis individuais apresentados e nas ações desenvolvidas pelos meios de hospedagem.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- a) Descrever o contexto onde estão instalados os meios de hospedagem estudados;
- b) Descrever as ações de sustentabilidade ambiental, social e de educação para a sustentabilidade desenvolvida pelos meios de hospedagem.
- c) Analisar os valores alinhados à sustentabilidade dos colaboradores dos meios de hospedagem pesquisados.

O primeiro objetivo específico se explica diante da necessidade de conhecer a cultural local dos moradores da cidade de Florianópolis, onde estão instalados os meios de hospedagem. Há, neste contexto uma complexidade cultural por conta da cultura mané que precisa ser estudada e entendida para o desenvolvimento da proposta final, além de diversos elementos e dados que influenciam na atividade hoteleira e que são característicos da cidade.

O segundo objetivo específico visa o aprofundamento do conhecimento da realidade dos meios de hospedagem diante dos parâmetros da sustentabilidade. Identificando e

descrevendo quais ações são praticadas e o motivo das escolhas destas ações em detrimento de outras.

O último objetivo específico é a análise dos valores dos colaboradores de meios de hospedagem, buscando entender se os valores que embasam o comportamento sustentável fazem parte dos valores deste grupo. Através dessas informações são propostos os métodos para o programa educacional para a sustentabilidade, enfocando no desenvolvimento de valores ou na diminuição de barreiras ao comportamento.

Com base nessas informações, o resultado final da pesquisa se consolida na proposta de um programa educacional para a sustentabilidade para colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis. Essa proposta constitui-se de sugestões abrangentes a serem realizadas pelos meios de hospedagem e órgãos responsáveis pela hotelaria da cidade de forma a promover o comportamento sustentável no setor.

1.3 JUSTIFICATIVA

Florianópolis é capital do Estado de Santa Catarina e destino turístico internacionalmente reconhecido, além de destaque quanto à qualidade de vida. Formada por uma parte continental e pela Ilha de Santa Catarina, é uma cidade de grande expressividade histórico-cultural, além de repleta de belezas naturais, entre praias, mangues, florestas, dunas e lagoas. Com apenas 33% de sua área urbanizável, um dos desafios é o desenvolvimento de Florianópolis preservando seus atrativos para o futuro (LINS, 2000; MINGORI, 2001; SONAGLIO, 2002; ANDRADE, BELLEN, 2006; PNUD, 2013; ABRANTES, 2015).

De acordo com um estudo sobre a demanda turística internacional (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014), Florianópolis foi a segunda cidade mais visitada do país para lazer em 2012 e 2013 (ocupando terceiro lugar nos anos

anteriores). Quanto ao turismo doméstico, a cidade ocupou a 9ª posição no ranking de cidades mais desejadas pelos turistas brasileiros em 2012 (FIPE, 2012). O turismo de massa é frequente na cidade, especialmente nas praias (SEBRAE/SC; SETUR, 2014). Por suas belezas naturais, a cidade precisa se desenvolver sustentavelmente, especialmente no setor do turismo (MINGORI, 2001; ARAS; CROWTHER, 2013).

Outra questão que justifica o desenvolvimento desta pesquisa é a importância que o turismo tem na economia do país e o crescente interesse pelo turismo sustentável mundialmente. A principal meta do Plano Nacional de Turismo 2013-2016 (PNT) é tornar o Brasil o 3º maior Produto Interno Bruto (PIB) turístico do mundo. Para isso é preciso crescer 8% no setor por ano. Mas este crescimento tem como diretriz realizar “ações de proteção ao meio ambiente e de promoção do seu uso economicamente sustentável, com respeito aos costumes regionais, viabilizando grandes avanços na inclusão social e na distribuição da riqueza” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013, p. 52). Além disso, o PNT coloca como central, já em sua apresentação, a questão da sustentabilidade, até então marginalizada (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013).

O turismo é também destaque na geração de empregos. Segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), no ano de 2011 foram gerados cerca de 2,74 milhões de empregos diretos pelo turismo no Brasil. As estimativas para 2012 eram de um crescimento de 7,7%, totalizando 2,95 milhões de empregos. Estima-se ainda que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. O setor é cada vez mais exigido no sentido de alcançar seus objetivos de crescimento respeitando o tripé da sustentabilidade (WTTC, 2013).

Além de importantes economicamente, os meios de hospedagem são lugares privilegiados para este debate a cerca da sustentabilidade, pois estão instalados, em sua maioria, em locais de importância histórica, cultural e/ou ambiental. Os

meios de hospedagem são ao mesmo tempo dependentes e formadores do meio em que estão (LINS, 2010).

Em Florianópolis há diversos meios de hospedagens próximos a praias e outras belezas naturais. Considerando que o turismo da cidade é voltado para praia e natureza, a hotelaria tem interesse direto que a cidade continue sendo destaque nacional por suas belezas naturais. Assim constituem-se de espaços de relação e desenvolvimento tanto para o turista quanto para o funcionário (RUSCHMANN, 2000).

Aras e Crowther (2013) afirmam que a utilização dos recursos de forma sustentável não é apenas um investimento no futuro da humanidade, mas um investimento no futuro da organização, já que esta também depende dos recursos do futuro para continuar a existir. Para Tomazzoni, Zanette e Laidens (2009) a educação dentro do setor do Turismo é uma ação política que possibilita maior equilíbrio do consumismo e a inclusão econômica de classes marginalizadas.

Na mesma linha de pensamento, Ruschmann (2010) e Ruschmann, Paolucci e Maciel (2008) consideram que os problemas ambientais são pouco considerados pelos empresários do setor de turismo, que têm uma visão de curto prazo de seu negócio. Em locais com ecossistema valioso, a visão de longo prazo é ainda mais importante para a sobrevivência do negócio. Assim, esta pesquisa abre a possibilidade de repensar a relação de uso com o ambiente, pois propõe-se a refletir a responsabilidade das organizações envolvidas nas hospedagens em relação ao eco sistema.

Apesar do turismo sustentável apoiar-se no tripé da sustentabilidade, percebe-se que os estudos realizados enfocam mais na questão ambiental, com poucos vieses voltados para o social, o cultural e o econômico, mesmo que estes pilares tenham grande impacto também na preservação do meio (RUSCHMANN, 2010).

Ruschmann (2010) considera que isto ocorre, pois os impactos socioculturais ocorrem de forma mais lenta e menos

visíveis, por isso há menos investimento. Mingori (2001) identifica um alto número de estudos enfocados em comportamentos ambientais.

Lins (1993; 2000; 2007) destaca que a atratividade da cidade de Florianópolis se deve à excelência de suas belezas naturais, sendo sua degradação preocupante. Os estudos sobre a qualidade da água das praias, por exemplo, indicam diversos pontos atrativos como impróprios para banho. Assim, torna-se importante que estabelecimentos como restaurantes e meios de hospedagem que necessitam dos turistas preocupem-se a longo prazo com o lixo e o esgoto produzido.

Para este estudo foram escolhidos os funcionários como foco da pesquisa, pois não estão de passagem na cidade, sendo coparticipes da preservação do meio, do desenvolvimento da sociedade e da economia.

A pesquisa desenvolvida por Andrade e Bellen (2006) corrobora esta escolha quando demonstrou que os maiores responsáveis pela degradação ambiental de Florianópolis não são os turistas, mas os próprios moradores. Em sua pesquisa foi levantada a pegada ecológica gerada pela cidade durante a alta temporada de 2004, calculada a partir dos resíduos deixados e do gasto de energia, de água e de gasolina automotiva. Este índice indica que a pegada ecológica deixada pelos turistas representa apenas 13,25% total da pegada ecológica dos moradores da cidade no período (ANDRADE; BELLEN, 2006).

A pegada ecológica é um importante índice de medida da degradação gerada pelos indivíduos (DIAS, 2013). Segundo Cidin e Silva (2004), Martine (2007) e Veiga (2010) a pegada ecológica é uma medida simples de ser entendida e por isto bastante popular, além de proporcionar uma importante reflexão consciente sobre a sustentabilidade e o consumo nos indivíduos. Esta medida apresenta problemas metodológicos referentes ao seu cálculo estar atrelado ao rendimento das terras (e assim a capacidade comercial das mesmas), mas

constitui-se de um importante sistema de medida para a sustentabilidade.

O método da pegada ecológica é utilizado nos estudos do turismo para entendimento da sustentabilidade da atividade dentro de cada localidade (SEBASTIÃO, 2010; CORDEIRO; KÖRÖSSY, 2010; FEITOSA; GÓMEZ, 2012).

Apesar de sua importância, não foram encontrados estudos que comparam a pegada ecológica de turistas e moradores em cidades brasileiras, como o desenvolvido por Andrade e Bellen (2006). Também não foram encontrados novas medidas da pegada ecológica na cidade de Florianópolis.

Apesar dos dados da pesquisa de Andrade e Bellen (2006) necessitarem de pesquisas complementares e atualizações de valores, seu destaque está em apontar a importância de se voltar aos moradores, ao falar em sustentabilidade e turismo em Florianópolis. Fica claro pelos dados disponibilizados pela AGESAN (2015) que as ligações de esgotos da cidade apresentam diversos problemas. Estas ligações são responsabilidade dos moradores da cidade, não dos turistas. Da mesma forma, o cuidado com a limpeza, a poluição e a degradação ao longo de todo o ano na cidade. Assim, faz-se importante o trabalho diretamente com os moradores da cidade para a conscientização e a promoção de um comportamento mais sustentável.

Outro destaque pode ser atribuído à lei n. 9.795 que institui a Política Nacional de Educação Ambiental. A legislação, em seu artigo três, incumbe da educação ambiental o poder público, as instituições educativas, os órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente, os meios de comunicação em massa e as organizações públicas e privadas. Assim, as organizações constituem locais formais de educação ambiental (BRASIL, 1999). Desta forma, considera-se que a educação dos moradores da cidade de Florianópolis também deve ser idealizada e realizada por parte das organizações da cidade, como os meios de hospedagem, pois é de

responsabilidade dos meios de hospedagem tanto o cuidado com a preservação do entorno como a educação para que seus funcionários apresentem comportamentos mais sustentáveis.

Na revisão de literatura sobre o tema, percebe-se que há poucas pesquisas acerca da educação ambiental para colaboradores dentro das organizações. Não foram encontrados artigos que relacionassem estes temas de forma a estudar a educação ambiental de colaboradores em meios de hospedagem. Esta lacuna também justifica a necessidade de desenvolvimento de pesquisas e ações na área, e, neste caso em específico, de programas de capacitação das pessoas para atuarem em espaços de preservação, considerando a necessidade de cuidado com o meio ambiente natural. Este fato é corroborado pelos estudos realizados por Pato (2004) e Caixeta (2010), que apontam a necessidade de mais estudos na área.

Segundo Pato (2004) os problemas ambientais do Brasil estão mais atrelados à falta de informação, desigualdade de distribuição de recursos e condições precárias de vida. A má utilização dos recursos e programas mais sofisticados como os de reciclagem seriam problemas secundários. Caixeta (2010) reconhece que os problemas ambientais advêm de comportamentos inadequados, assim sua solução virá de mudanças comportamentais. Na mesma linha de pensamento, Manning (2009) destaca que a mudança social e política advêm das mudanças individuais.

Assim, torna-se necessário estudar as motivações comportamentais dos indivíduos para o desenvolvimento de mudanças consistentes no longo prazo. Neste sentido, as organizações tem o papel de disseminar informações e proporcionar espaços onde o comportamento sustentável possa emergir (ALMEIDA, 2002; QUINN; NORTON, 2004; MONZONI; CARVALHO, 2010).

Oskamp (2000) e Zelezny e Schultz (2000) indicam que os problemas ambientais são questões sociais, mas sua origem

são os comportamentos humanos (individuais e de grupos) e assim é o comportamento individual que promoverá as mudanças necessárias para alterar os grupos e assim a sociedade.

Em busca sistemática do tema Comportamento Sustentável (Sustainable Behavior), realizada nas bases CAPES, SPELL e SCOPUS, no período de 2000 a 2015, foram encontrados apenas 27 artigos que falavam especificamente sobre este tipo de comportamento. A maior parte desenvolveu temas correlacionados como o Comportamento de Proteção Ambiental.

Segundo Oliveira, Martins e Lima, em seu estudo bibliométrico sobre a sustentabilidade realizado no portal CAPES de 1972 à 2004, predominam os estudos de cunho teórico-conceitual, resultado que também foi observado em relação aos artigos levantados na revisão. Assim estudos sobre o Comportamento Sustentável, especialmente no contexto desenvolvido, são inéditos e necessários.

Para aprofundar nestas questões, o presente estudo busca conhecer o contexto da cidade de Florianópolis, levantar ações sustentáveis dos meios de hospedagem pesquisados e analisar os valores sustentáveis dos colaboradores de meios destes meios de hospedagem. Embasados nestes dados propõe-se, ao final, um programa de educação para a sustentabilidade para os colaboradores pesquisados.

A educação constitui um importante caminho para a solução destes problemas, pois além de trazer informações necessárias, possibilita a criação de caminhos para melhoras sociais e econômicas tão necessárias.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Esta dissertação foi dividida em seis capítulos. Este primeiro capítulo contempla a Introdução, com a apresentação

dos objetivos geral e específicos, justificativa do trabalho, e sua estrutura.

O capítulo seguinte apresenta o Quadro Teórico, que disserta sobre os conceitos teóricos que embasam esse estudo. São eles: Sustentabilidade; Turismo e Hotelaria Sustentável; Comportamento Sustentável; Teorias de Predição do Comportamento Sustentável, e; Educação para a Sustentabilidade.

O tema sustentabilidade é transversal ao trabalho e remete ao tema maior no qual a pesquisa está inserida. Compreender a trajetória evolutiva das discussões sobre a sustentabilidade permitiu que a mestranda pudesse compreender melhor o quadro contextual onde estão inseridos os meios de hospedagem e seus colaboradores.

Já o tópico Turismo Sustentável apresenta como o tema sustentabilidade é abordado dentro da hotelaria, elucidando o turismo sustentável e diferenciando-o de temas correlatos, como o ecoturismo. Apresenta também como o tema vem sendo desenvolvido na realidade brasileira para além de posicionar as práticas e fatos vivenciados em Florianópolis dentro desta perspectiva.

O tópico Comportamento Sustentável procura entender esse tipo de comportamento, bem como diferenciá-lo de outras discussões semelhantes encontradas na literatura para assim atentar para sua real dimensão. A discussão sobre as Teorias de Análise do Comportamento Sustentável está intimamente ligada ao tópico anterior, na medida em que descreve as teorias utilizadas para o estudo do Comportamento Sustentável, necessário para compreender e justificar a teoria escolhida.

O último tópico de análise aborda a Educação Ambiental, buscando compreender como esta se desenvolveu no Brasil e quais as suas principais vertentes. O enfoque principal desta temática está em entender como ela ocorre no interior das organizações.

No capítulo três a metodologia utilizada na pesquisa é apresentada, descrevendo a coleta dos dados, a análise dos dados, as principais categorias de pesquisa e o processo da pesquisa. Em cada item são apresentadas as técnicas empregadas e a referência teórica que a embasa, bem como os parâmetros utilizados para análise.

O capítulo quatro apresenta os dados da pesquisa, bem como a sua análise e interpretação. O primeiro tópico do capítulo aborda os dados obtidos sobre a cidade de Florianópolis, caracterizando o contexto da pesquisa. O segundo item apresenta os dados dos meios de hospedagens participantes, e, por último, disserta-se sobre o resultado do Questionário PVQX5 aplicado aos colaboradores dos meios de hospedagem.

Embasado nesses resultados, o capítulo cinco apresenta a proposta do programa de educação para a sustentabilidade para colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis. Cada proposta é descrita em um tópico do capítulo, apresentando sua conexão com os resultados da dissertação e pesquisas anteriores.

O último capítulo trata das principais conclusões da dissertação, bem como recomendações para estudos futuros e demais considerações.

2 QUADRO TEÓRICO

O quadro teórico de análise visa dar sustentação à compreensão das principais categorias de pesquisa, à elaboração dos instrumentos de coleta de dados, à análise dos dados e à elaboração da proposta de programa de educação para a sustentabilidade para meios de hospedagem ligados ao ecoturismo em Florianópolis. Assim, na sequência, são abordadas as principais categorias de pesquisa: sustentabilidade, turismo sustentável, comportamento sustentável, teorias de análise do comportamento sustentável e educação ambiental corporativa.

2.1 SUSTENTABILIDADE

A preocupação com o esgotamento dos recursos naturais e com a sustentabilidade do planeta não é nova. Grober (1999) afirma que o primeiro autor a escrever sobre o tema é Hans Carl von Carlowitz, em 1713, com a obra *Sylvicultura Oeconomica*, cuja principal preocupação era com a extração desordenada de madeira na Europa e seu impacto no bem-estar social e econômico. Apesar de o termo sustentabilidade surgir muito depois, a ideia de sustentabilidade dava seus primeiros passos.

Thomas Malthus, em 1798, em seu famoso estudo *First Essay on Population*, indica que a população do planeta crescerá de forma geométrica, enquanto os recursos sofrerão um aumento aritmético (MALTHUS, 1998). Ambos os autores, Grober e Malthus, indicaram a finitude dos recursos ainda no século XVIII, mas o tema só ganharia destaque novamente no século XX.

Rachel Carson publicou em 1962 o livro *Silent Spring*, ganhador de oito prêmios, que relata as consequências do uso de pesticidas. Considerado um marco no entendimento dos efeitos das ações humanas sobre o meio, o livro surge em um

momento pós-guerra mundial onde a indústria começa a se expandir e as questões ambientais são novamente levantadas (CARSON, 1962; OLIVEIRA, MARTINS E LIMA, 2010).

Outro marco nos estudos ambientais é o livro *The Limits to Growth* (MEADOWS *et al.*, 1972) que traz também a preocupação com a escassez de recursos. A obra foi escrita pelo Clube de Roma, onde cientistas e pensadores discutiam o sistema econômico vigente e suas consequências. Seu relatório demonstrou que os recursos ecológicos estavam próximos ao fim: através de simulações matemáticas o grupo indicou que os recursos ecológicos esgotar-se-iam em 100 anos.

Ainda neste ano, 1972, a Organização das Nações Unidas (ONU) realizou em Estocolmo a “Conferência do Ambiente Humano” cujo tema era políticas públicas para a preservação do Planeta. Desta conferência resultou a Declaração de Estocolmo, um guia para a preservação do meio ambiente. A declaração destaca o poder do homem de construir um futuro melhor (ou de destruí-lo), sendo ao mesmo tempo fruto e construtor deste meio.

Também na declaração é apresentado que os países em desenvolvimento devem trabalhar para se desenvolver, já que o subdesenvolvimento é causa de grande parte dos problemas ambientais, e os países desenvolvidos devem trabalhar para reduzir a distância entre eles os países em desenvolvimento. A declaração de Estocolmo responsabiliza igualmente cidadãos, comunidades, empresas, instituições e governos sobre as questões sustentáveis e indica 26 princípios para reger as ações futuras (ONU, 1972).

Segundo Oliveira, Martins e Lima (2010), os estudos de sustentabilidade até 1970 focavam nas questões envolvendo economia e meio-ambiente e ganharam notabilidade mundial através do relatório do Clube de Roma. Na década seguinte começariam as discussões envolvendo também as questões sociais e os estudos destas relações ganhariam cada vez mais força, bem como apoio dos governos.

Em 1987, na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, o Relatório “Nosso futuro comum” trouxe à luz um novo conceito de desenvolvimento sustentável, seria “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades”. Nesse sentido, o desenvolvimento sustentável só seria possível em um mundo mais justo socialmente e mais consciente ambientalmente e, portanto, mais sustentável. Esta ideia se constitui a base do desenvolvimento sustentável até os dias atuais (CMMAD, 1991).

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento Sustentável ocorreu em 1992 no Rio de Janeiro, ficando conhecida também como Eco-92 ou Cúpula da Terra, reunindo mais de 100 chefes de Estados. Deste encontro resultou as Convenções do Clima e da Biodiversidade, a Agenda 21, a Declaração do Rio para Meio Ambiente e Desenvolvimento, e a Declaração de Princípios para Florestas.

A “Agenda 21” busca estabelecer um padrão de desenvolvimento sustentável, tornando-se o documento mais importante da Eco-92. O documento trata das políticas econômicas, sociais e ambientais; trazendo objetivos de combate à pobreza e miséria e preservação dos recursos. Além da Agenda 21 internacional, os países desenvolveram seus próprios programas. A Agenda 21 brasileira trata de seis grandes temas: gestão dos recursos naturais, agricultura sustentável, cidades sustentáveis, infraestrutura e integração regional, redução das desigualdades sociais e ciência e tecnologia para o desenvolvimento sustentável (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE; 2004a; 2004b, SOUZA, 2012).

A Agenda 21 foi desenvolvida localmente em diversas cidades, entre elas Florianópolis. As primeiras discussões ocorreram em 1997, com apresentação da experiência de São Paulo e definição de metodologia da Agenda. O Fórum Agenda

21 Local em Florianópolis ocorreu um ano depois, criado pelo Decreto Municipal n. 246/97, no qual diversas entidades participaram. Foram criados 10 Seminários Regionais, buscando organizar necessidades dos bairros da cidade. Com base nestes dados, a Agenda 21 de Florianópolis foi desenvolvida. Entretanto, observa-se que o município incorporou apenas algumas ações, sem seguir todos itens ou as prioridades elencadas. Ainda assim, diversas políticas ambientais e os Planos Diretores utilizaram este documento como embasamento (VELLOSO, 2006).

Nas últimas décadas, diversos esforços vem sendo feitos para avançar nas discussões e nas ações referentes à sustentabilidade no mundo. Em 1997 foi realizada a Rio + 5 com objetivo de entender as dificuldades de implementação da Agenda 21 e elencar prioridades. O Protocolo de Quioto é assinado neste mesmo ano, tratando da emissão de gases do efeito estufa dos países participantes. Em 2000 ocorreu a cúpula do Milênio a qual apresentou 8 objetivos de desenvolvimento do milênio ligados especialmente a vertente social, porém com objetivos de preservação ambiental incluídos. Em 2002 acontece a Rio + 10 que continua a discussão da Agenda 21, propondo agendas locais e, em 2012, a Rio + 20 que avaliou as metas propostas e reafirmou o compromisso dos países participantes com o desenvolvimento sustentável (CORDANI; MARCOVITCH; SALATI, 1997; DINIZ, 2002; 2010 MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA, 1997; ONU, 2000; 2012).

Segundo Elkington (2004) desde 1960 até o presente houveram três grandes ondas de pressão pública que moldaram a agenda ambiental mundial. A primeira onda começou em 1960 e foi até 1987. A pressão que surgiu foi o entendimento de que os recursos naturais eram limitados, o que gerou legislações ambientais de proteção. As organizações tomaram uma postura defensiva frente as mudanças. A segunda onda foi de 1987 a 1999, trazendo uma ideia de desenvolvimento

sustentável por meio de um novo formato de produção. As organizações tornaram-se mais competitivas para responder as novas demandas. A terceira onda demonstra que é necessária uma mudança profunda na sociedade e nas organizações, exigindo inovação por parte das organizações para criar novos mercados. Esta onda iniciou em 1999 e está em andamento.

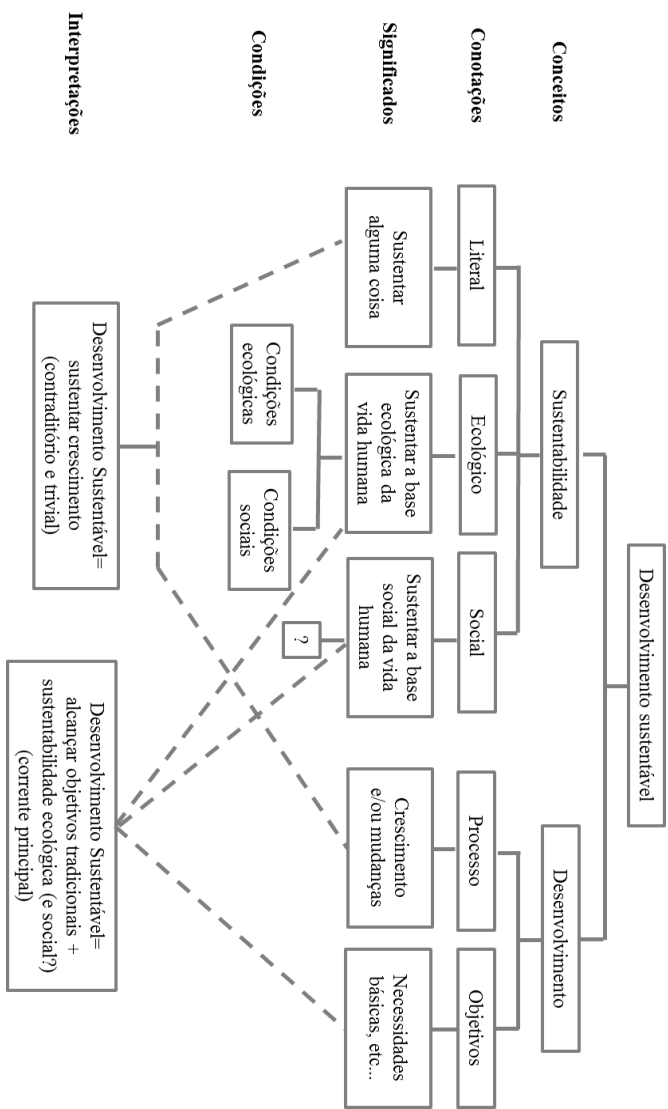
Os conceitos de Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável são conectados historicamente e seus estudos são complementares. Entretanto cada termo carrega certas ideias importantes de serem diferenciadas.

Segundo Coelho (2014) Desenvolvimento Sustentável tem dois principais conceitos. O primeiro conceito foi desenvolvido na dimensão política, e refere-se a crescer ordenadamente, de forma constante, respeitando as questões sociais. O segundo conceito é o desenvolvido pelo relatório "Nosso futuro comum", em que o desenvolvimento deve ser pensado de forma a manter os recursos para as gerações futuras.

Entretanto, a ideia de desenvolvimento sustentável é controversa entre os autores e o termo por vezes é mal visto. A palavra desenvolvimento é utilizada também como sinônimo de crescimento, especialmente quando utilizada em contextos políticos e econômicos (BARBIERI; SILVA, 2011; COELHO, 2014). A CMMAD (1991) indica que crescimento e desenvolvimento são diferentes. O primeiro refere-se ao crescimento econômico, aumento da riqueza, enquanto o desenvolvimento vincula-se à melhoria da qualidade de vida.

O termo desenvolvimento sustentável é bastante utilizados por diversas instituições, nem sempre com o mesmo significado. Isto se deve por se tratar de um termo positivo, maleável e excessivamente inexpressivo (LÉLÉ, 1991; CALDWELL, 1993; BARBIERI; SILVA, 2011; COELHO, 2014). Lélé (1991) propõe um modelo sobre os significados de desenvolvimento sustentável.

Figura 01 – Desenvolvimento Sustentável: Modelo de Lélé



Fonte: Lélé (1991). Tradução: próprio autor

Conforme o modelo apresentado, os termos sustentabilidade e desenvolvimento possuem diferentes significados que resultam em dois diferentes conceitos. Sustentabilidade apresenta uma conotação literal que significa sustentar algo. Entretanto, sustentabilidade pode ter conotações sociais e ecológicas, no sentido de uma ação que sustenta a base da vida humana ecológica e socialmente (LÉLÉ, 1991; BARBIERI; SILVA, 2011).

Lélé (1991) indica que a ideia de sustentabilidade social é nebulosa e que os estudos focam mais no termo ecológico. Também destaca que criar ações que sejam ecologicamente sustentáveis exige de certa forma uma sustentabilidade social, pois busca a preservação do meio ambiente que sustenta a sociedade.

O termo desenvolvimento pode se referir a um processo ou a um objetivo. A primeira conotação significa o processo de crescimento ou de mudanças. Já o desenvolvimento enquanto objetivo refere-se as necessidades mais básicas (LÉLÉ, 1991; BARBIERI; SILVA, 2011).

O cruzamento desses conceitos, de sustentabilidade e desenvolvimento, dá margem à duas interpretações: (1) desenvolvimento sustentável como sustentação de um crescimento (bastante utilizado em questões econômicas); (2) desenvolvimento sustentável como crescer tendo em perspectiva as questões ambientais e sociais (LÉLÉ, 1991; CALDWELL, 1993; BARBIERI; SILVA, 2011; COELHO, 2014).

Ambas as interpretações abordam o crescimento, mas é preciso entender que quando o termo está conectado apenas em sustentar um crescimento de uma organização, por exemplo, este crescimento pode ser pensado às custas de danos ambientais ou sociais. Uma organização pode sustentar seu crescimento ao longo de anos pautado em abusos contra seus funcionários. Portanto, a ideia de desenvolvimento sustentável

como um processo compreende as questões ambientais e sociais como parte da sustentabilidade.

Barbieri e Silva (2011) citam os diversos casos de empresas que obtêm certificações para setores ou processos específicos, sem o estudo de toda sua cadeia produtiva, e autoproclamam que promovem o desenvolvimento sustentável. Estes exemplos seriam um dos motivos para a desconfiança com o termo. Os autores indicam que a troca do termo desenvolvimento sustentável por sustentabilidade é indicada, pois enquanto no termo “desenvolvimento sustentável” a palavra sustentável é um adjetivo ao desenvolvimento, o termo “sustentabilidade” coloca a ideia da sustentabilidade no centro da discussão, sendo ela o substantivo, e ainda evita o debate sobre desenvolvimento/crescimento. Diante do apresentado, a presente pesquisa privilegia a utilização do termo sustentabilidade.

Para a maioria dos autores, a sustentabilidade é composta de três pilares: econômico, social e ecológico. Este conceito é conhecido como modelo Triple Bottom Line (TBL). O termo foi cunhado por Elkington em 1994, trabalhando a ideia que as empresas deveriam basear-se em três diferentes conceitos de lucro: (1) a sustentabilidade econômica, que pode ser medida através do lucro em sua forma tradicional; (2) a responsabilidade social; e (3) a responsabilidade ambiental. A TBL pode ser resumida em Lucro, Pessoas e Planeta (em inglês *“Profit, People and Planet”* – 3Ps) (ELKINGTON, 1994; 1998; 2004).

Tripple Bottom Line (TBL) é um conjunto de valores, assuntos e processos que as empresas devem levar em conta ao planejar suas ações, de modo a criar valor econômico, social e ambiental. Cunhada para ser uma medida para as empresas, buscando que fossem medidos o custo e o lucro total de suas ações, não apenas sua medida econômica, hoje o conceito extrapola as organizações e o próprio termo sustentabilidade está associado a este tripé: sustentabilidade econômica,

sustentabilidade ambiental e sustentabilidade social. Torna-se importante ressaltar que ao tratar da sustentabilidade em outros contextos, faz-se necessário o entendimento que a dimensão social é ampla e trata de questões culturais e territoriais, aproximando-se do proposto por Sachs (ELKINGTON, 2004; OLIVEIRA; MARTINS; LIMA, 2010; SACHS, 2002).

Sachs (2002) traz a ideia de que a sustentabilidade surge quando o desenvolvimento leva em conta diversos fatores, ampliando o conceito da TBL. Estes fatores são desenvolvidos através de oito critérios: (1) Social, sobre questões de igualdade social; (2) Cultural, respeito a pluralidade de cada ambiente; (3) Ecológico, utilização consciente de recursos naturais; (4) Ambiental, respeito ao ecossistema; (5) Territorial, equilíbrio nas áreas rurais e urbanas; (6) Econômico, desenvolvimento econômico equilibrado; (7) Política Nacional; buscando a democracia com respeito aos direitos humanos em níveis nacionais; (8) Política Internacional; promoção da paz e dos direitos humanos internacionalmente (SACHS, 2002).

Os critérios apresentados por Sachs (2002) demonstram a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável não se dão apenas buscando a sustentabilidade ecológica, mas alternativas que sejam também sociais e economicamente sustentáveis. Tendo por base o desenvolvimento sustentável, a ideia é que, cada vez mais, a sociedade e as organizações busquem o alinhamento de seus objetivos com o crescimento econômico, a proteção ambiental e a igualdade social.

Oliveira, Martins e Lima (2010) realizaram um estudo bibliográfico sobre sustentabilidade empresarial, analisando artigos dos periódicos CAPES de 1972 à 2004, concluindo que os textos estão distribuídos em periódicos diversos, com publicações em sua maioria de cunho teórico-conceitual. Os autores observam que em 1987 as publicações sobre o tema começam a crescer. A pesquisa destes autores revelou que o conceito de sustentabilidade vem evoluindo de forma a torna-se

mais amplo, incluindo o crescimento econômico, a equidade social e a qualidade ambiental de forma interdependente e harmonizada. A presente pesquisa utilizará o conceito de sustentabilidade da TBL, seguindo esta tendência de estudos.

2.2 TURISMO E HOTELARIA SUSTENTÁVEL

A história do desenvolvimento da sustentabilidade na hotelaria está entrelaçada ao desenvolvimento do tema dentro do turismo, conectados a novas demandas de turistas por destinos “verdes”. Esta tendência surge nas organizações entre as décadas de 70 e 90, quando o ambientalismo ganhou força política, impulsionando a preocupação com os estilos de vida e de consumo, e o impacto ambiental causado por estes comportamentos. Nesta busca nasce a ideia de consumidor verde, aquele que utiliza seu poder de escolha na compra e opta não apenas pelo custo/benefício direto do produto, mas também pelo impacto ambiental que o produto causa. Em busca destes consumidores, diversas organizações, inclusive do setor hoteleiro, passaram a tomar medidas de proteção ambiental e informar estas medidas como marketing. (PORTILHO, 2004; 2010; ELKINGTON, 1994).

Segundo Portilho (2004; 2010) o movimento do consumo verde apresenta alguns problemas, pois entrega a responsabilidade aos consumidores deixando que estes optem entre as organizações, partindo do pressuposto que, com as informações corretas, a maior parte deles escolherão pela empresa de menor impacto ambiental. Assim, o mercado regularia a necessidade de programas adequados por parte das empresas. Entretanto, a ideia de que bastaria informar ao consumidor para ele selecionar os produtos verdes é falha, já que nem todos os consumidores tem esta preocupação ou prioridade.

Além disso, as empresas não informam o consumidor de toda a sua cadeia de produção, apenas alguns itens são

apresentados. E este movimento transfere a responsabilidade do governo e das empresas em relação ao meio ambiente para o consumidor e sua escolha individual. Por vezes os produtos verdes têm valor elevado, e, neste caso, o consumidor é quem paga pela tecnologia de proteção ao meio (PORTILHO, 2004; 2010).

É ainda importante destacar que não se pode falar em produto verde ou organização sustentável baseando-se em ações pontuais. A sustentabilidade deve permear todo o planejamento da organização, sendo um de seus norteadores, de forma que cada ação seja planejada segundo seus impactos ambientais, sociais e econômicos (ARAS; CROWTHER, 2013; ANJOS; ANJOS; RADOS, 2010).

Ainda com estas questões em aberto, o consumo verde é uma tendência de mercado e diversos produtos surgem para suprir esta demanda. Estas tendências e preocupações não são diferentes para o setor do turismo de forma geral. Considerado um setor de grande impacto ambiental e cultural, as organizações responsáveis pelo planejamento do turismo vêm buscando novas formas de atuação, e, com elas o turismo sustentável que propõe práticas indicadas a todo o setor, buscando a viabilidade ecológica, social e econômica (PORTILHO 2010; BRAGA JÚNIOR, SILVA, MORETTI; 2011; BRASIL, 2010; PIRES, 2010).

Segundo Ruschmann (2010) pode-se observar quatro fases do turismo mundial. Durante o século XVIII ocorreu a fase de descoberta da natureza. Os turistas buscavam lugares onde a industrialização não havia chego para descanso. A segunda fase é caracterizada pelo turismo elitista, onde a natureza está domesticada através de grandes e audaciosas construções; ocorre no final do século XIX e início do século XX. Em 1950 inicia-se a expansão do turismo em massa, com intuito de aumentar o fluxo de visitantes, com ápice entre 70 e 80. É uma fase caracterizada por excessos e abusos contra a natureza. A urbanização avança, as praias ficam saturadas de

construções e o crescimento é desordenado. Na década de 90, inicia-se um movimento de pensar o impacto ambiental do turismo e aproximar o turista da natureza. Surge o ecoturismo.

Hall (2001) também identifica algumas fases do turismo. Segundo ele entre 1950 e 1970 é a expansão do turismo de massa, com políticas de fomento por parte do governo. Entre 1970 e 1985 o turismo é visto como agente de desenvolvimento e os governos investem em infraestrutura. A última fase é de maior conexão com a natureza, inicia-se a partir de 1985. As organizações turísticas passam a preocupar-se com o impacto ambiental e a competitividade aumenta, surgem atividades turísticas ecológicas. Em 1995, a ONU realizou a Primeira Conferência sobre Turismo Sustentável

O turismo no Brasil iniciou-se em 1930, com a criação da Divisão do Turismo. Apesar dos investimentos em infraestrutura, especialmente em companhias aéreas e marítimas, o crescimento da atividade só passou a ser significativo em 1966, com a expansão do turismo mundial. O governo brasileiro cria o Conselho Nacional do Turismo e da Empresa Brasileira de Turismo (CNTur) e o EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo). A década de 60 é o início dos investimentos no Brasil no setor turístico, sendo caracterizada pelas políticas de fomento. Na década de 90 o estado começa a fornecer infraestrutura para o turismo e incentivar o desenvolvimento. Em 1991 foi desenvolvido o primeiro Plano Nacional do Turismo, mas este foi implementado apenas parcialmente pelo momento político do país. A partir de 2000 começam as discussões sobre sustentabilidade (HENZ, LEITE e ANJOS; 2010; SOLHA, 2004).

Em 2003 é criado o Ministério do Turismo e o EMBRATUR passa a cuidar exclusivamente da promoção e do apoio a comercialização dos produtos turísticos do Brasil no exterior. O Ministério do Turismo passa a desenvolver a Política Nacional do Turismo; promover a divulgação do turismo brasileiro; estimular iniciativas de incentivo à

atividades turísticas; planejar, coordenar, supervisionar e avaliar planos e programas de incentivo ao turismo. O turismo passa a ser uma das grandes prioridades do Governo Brasileiro, integrando a macro estratégia do país (EMBRATUR, 2015; HENZ, LEITE e ANJOS; 2010; SOLHA, 2004).

Para Henz, Leite e Anjos (2010), o Brasil esteve em atraso em relação ao desenvolvimento mundial do turismo. Abaixo o quadro comparativo demonstra a diferença:

Quadro 01 – Comparação entre as fases políticas mundiais e brasileira do turismo

Fases da política de turismo	Período	
	Mundial	Brasil
Políticas de Fomento	1950-1970	1960-1990
Turismo como agente de desenvolvimento; fornecimento de infra estrutura	1970-1985	1990-2000
Estado como coordenador do turismo; preocupações com a sustentabilidade	1985-atual	2000-atual

Fonte: Solha (2006 *in* HENZ; LEITE; ANJOS, 2010)

Segundo os autores Henz, Leite e Anjos (2010), o desenvolvimento do turismo no Brasil estaria se desenvolvendo mais vagorosamente quando comparados com os achados de Hall (2001). O primeiro período (1960 e 1990) é marcado por políticas de fomento da entrada turistas. Na década de 90, o turismo no Brasil passou a ser entendido como importante o desenvolvimento do país e foram desenvolvidas políticas estruturais. A partir de 2003, com a criação do Ministério do Turismo, o governo brasileiro passa a coordenar as atividades

de turismo e ter políticas mais intensas de sustentabilidade (HENZ, LEITE e ANJOS; 2010; SOLHA, 2004).

Embora as características indicadas pelos autores demonstrarem este desenvolvimento nestas épocas, é possível identificar o desenvolvimento do Turismo Sustentável desde 1985 no Brasil. Neste ano, a EMBRATUR criou o “Projeto Turismo Ecológico”. Em 1991 o governo instituiu o PROECOTUR (Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal) e o PRODETUR-NE (Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste). Em 1994 em conjunto com o governo, o IBAMA escreveu as “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo” que “estabelece os parâmetros básicos de uma definição de Política voltada à melhoria da qualidade de vida da população, com a preocupação de manutenção do patrimônio ambiental com um legado cultural [...]” (BRASIL, 1994, p. 8; BRASIL, 2010; HENZ, LEITE e ANJOS; 2010).

Apesar destas iniciativas, o poder público, historicamente, mantém-se afastado da atividade turística. No Brasil destaca-se a fragilidade dos programas regionais. Como consequência, a iniciativa privada tende a conduzir as atividades turísticas segundo critérios de lucratividade, especialmente a de curto prazo (PIRES, 2010).

Na década de 90, surge o termo “turismo sustentável” que é a atividade turística que protege e fortalece o meio para o futuro, dando igual importância à gestão dos recursos econômicos, sociais, culturais, estéticos e ambientais. Este modo de fazer deve permear toda a atividade turística (BRASIL, 2010).

Segundo Mingori (2001), o turismo sustentável estimula a compreensão de impactos ambiental, social e cultural; assegura a distribuição justa de custos e benefícios; gera empregos; estimula indústrias domésticas; diversifica a economia local; influencia as decisões tomadas na sociedade; cria novas formas de recreação local; auxilia a cobrir gastos

com preservação das áreas turísticas; faz uso produtivo de terras marginalizadas na agricultura; aumenta a autoestima da comunidade, através da promoção da cultura; monitora e administra nos impactos do turismo.

Pires (2010) argumenta que a relação do turismo com o meio ambiente é de interdependência, na qual o turismo depende e também define o meio a sua volta. Assim a queda de qualidade do meio turístico (como degradação do meio ambiente ou alta taxa de violência) diminuem significativamente as receitas dos fornecedores de atividades turísticas e dos meios de hospedagem, que passam a investir ainda menos, criando um ciclo vicioso. O autor apresenta um esquema resumo dos principais impactos da atividade turística, conforme o Quadro 02.

Quadro 02 – Impactos gerados pelo turismo

Componente afetado	Tipologia dos impactos
Terra	Conflitos de uso do solo Consumo excessivo de recursos naturais Degradação dos solos Destruição da vegetação Efeitos na vida selvagem Expansão e poluição arquitetônica
Água	Poluição e contaminação por lixo sólido e por efluentes bioquímicos Destruição física de ecossistemas aquáticos Erosão do solo e assoreamento de recursos hídricos
Ar	Emissão de poluentes pelos meios de transporte utilizados pelo turismo Emissão de poluentes pelo consumo de energia dos demais serviços turísticos
Outros problemas decorrentes	Barulho, congestionamentos, escassez água e de alimentos, sazonalidade

Fonte: Pires (2010), baseado em Euhofa *et al.*, 2001.

A atividade turística pode apresentar impactos ambientais de diversas ordens, nos mais diversos componentes do meio ambiente, social e cultural. Os elementos que se destacam: destruição da paisagem; flutuação sazonal de fluxo de pessoas; alterações na demografia local; aumento das rodovias; poluição atmosférica e arquitetônica; degradação dos traços culturais locais. Neste sentido, o turismo pode tornar-se o principal fator a destruir a principal fonte de renda de atividade turística (RIBEIRO; STIGLIANO, 2010; RUSCHMANN, 2010; PIRES, 2010).

Este impacto pode ser positivo, através de financiamentos a áreas e programas de preservação, bem como participação em programas sociais. O setor do turismo tem papel privilegiado, podendo tornar-se protagonista em movimentos sustentáveis, incentivando o consumo e consciências mais sustentáveis em seus clientes, funcionários e concorrentes, bem como pressionar políticas neste sentido (PIRES, 2010).

Ruschmann, Palocci e Maciel (2008) e Ruschmann (2010) indicam que o setor turístico apresenta um planejamento de curto prazo, deixando de levar em conta as questões ambientais em suas decisões. Um dos impactos importantes dentro do setor da hotelaria é a busca constante pela adesão do cliente. Isto acaba por aumentar os gastos em itens de conforto, como lençóis de melhor qualidade, ou novas tecnologias. Estes itens são sempre rapidamente superados pelo mercado concorrente, que apresenta um lençol com mais fios, ou uma televisão maior, criando um ciclo de constante desperdício e gastos. Para mudar este paradigma, é necessário discutir e repensar o objetivo da hotelaria: hospitalidade. A hospitalidade é receber bem seu cliente, o que não está conectado a apresentar os itens mais caros e modernos na unidade habitacional (HSIEH, 2010).

Hsieh (2010) destaca os itens que devem ser observados por meios de hospedagens: planejamento arquitetônico levando em conta iluminação e ventilação natural; aparelhos de higiene automáticos, com redutores de consumo de água, sensor de presença, ou toalete seco; dispositivos com timer e sensores de presença, como cartão-chave; fontes alternativas de água; reuso e reciclagem de água; eliminação de desperdício.

O termo turismo sustentável tem diversos pontos comuns com o Ecoturismo. O ecoturismo é o destino de turistas que buscam o contato com a natureza em espaços preservados, dissociados do turismo em massa. Visa ofertar atividades recreativas e educacionais de preservação da

natureza e da sociobiodiversidade. Estas atividades são de baixo impacto ambiental, realizadas em áreas de importância natural e cultural e promove o bem-estar da população local (RODRIGUES, 2003; BRASIL, 2010).

O ecoturismo é um segmento do turismo, e o turismo sustentável refere-se a um movimento de repensar e refazer do turismo como um todo, desenvolver sua infraestrutura sem prejudicar as gerações futuras. Assim o Ecoturismo é uma das vertentes do Turismo Sustentável, mas a ideia de sustentabilidade no setor do turismo é mais ampla, tratando de elementos sustentáveis em toda a cadeia de turismo (RODRIGUES, 2003; BRASIL, 2010; MINGORI, 2001).

Ruschamann (2000) destaca que o ecoturismo é o carro chefe do movimento do turismo sustentável, pois incentiva uma conscientização por parte dos turistas em prol de viagens responsáveis. O ecoturismo não leva em conta apenas a preservação do meio, mas a participação da comunidade local e a preservação cultural.

Considerando o Turismo Sustentável, Anjos, Anjos e Rados (2010) propõe uma aproximação das dimensões propostas por Sachs (2002) ao turismo. Seu estudo é apresentado resumidamente no Quadro 03.

Quadro 03 – Dimensões da sustentabilidade de Sachs no turismo

Dimensão	Conceito Geral	Conceito no turismo
Ecológica	Proteção e mitigação dos danos aos elementos naturais	Capacidade de carga do ecossistema para o uso turístico
Social	Equidade social Acesso a bens e direitos	Equidade na distribuição dos benefícios trazidos pelo turismo
Cultural	Identidade local Valorização cultural	Respeito às diferenças Valorização das minorias Integração Cultural
Política	Democratização e participação	Participação da comunidade local e dos visitantes nas decisões
Econômica	Equilíbrio no crescimento econômico	Desenvolvimento econômico dos destinos turísticos
Espacial	Distribuição equilibrada do uso do território	Uso adequado dos territórios turísticos

Fonte: Anjos, Anjos e Rados (2010), adaptado de Sachs (2000)

Desenvolver um turismo sustentável não se trata apenas de proteção ambiental do entorno, mas na equidade da distribuição dos benefícios desta atividade para as comunidades, valorização cultural, participação da comunidade local nas decisões políticas do turismo e uso adequado de cada território (ANJOS; ANJOS; RADOS, 2010).

Hall (2001) estudou o planejamento do turismo e identificou quatro abordagens comuns: fomento, econômica, físico-espacial e comunitária. A abordagem fomento entende os recursos naturais e culturais como objetos de exploração, não se atendo aos impactos negativos que a atividade turística pode causar. A população local não participa das decisões tomadas. A abordagem econômica trata do turismo como uma indústria e entende que esta pode ser uma excelente ferramenta do governo para alcançar metas de crescimento. Dá pouca atenção aos impactos negativos do turismo. Em relação ao impacto ambiental do solo, a abordagem físico-espacial constitui um avanço, preocupando-se com a saturação física e espacial do ambiente. O enfoque desta abordagem está em como desenvolver o turismo com os limites naturais da região. A abordagem comunitária apresenta uma visão mais ampla dos impactos, entendendo a necessidade da participação local nas decisões políticas para criar planos de desenvolvimentos alinhados a questões culturais, sociais e econômicas locais (HALL, 2001).

Anjos, Anjos e Rados (2010) apontam que uma quinta abordagem é apresentada atualmente: a abordagem sistêmica que busca ampliar as discussões e planejamento para incorporar a comunidade, o governo e a indústria, buscando gerir o turismo de forma estratégica. Para tanto, faz-se necessária a criação de um sistema de indicadores que meçam o desenvolvimento não apenas econômico do turismo, mas social e ambiental.

O Plano Nacional de Turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013) apresenta o ecoturismo como uma das ações o desenvolvimento sustentável da atividade turística, tendo como objetivos específicos: Combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo; Integrar a produção associada na cadeia produtiva do turismo; e Fomentar o turismo de base comunitária.

O Brasil por sua multiplicidade de fauna e flora exhibe grande potencial na área do ecoturismo. Desde o seu início, ou de suas primeiras diretrizes, o ecoturismo tem sido o setor do turismo que mais cresce no país, com grande interesse de turistas nacionais e internacionais. Por este destaque, o ecoturismo é uma importante atividade a ser desenvolvida dentro dos ideais do turismo sustentável (BRASIL, 1994, 2010; SACHS, 2002).

Oriundo da ideia de consumo verde o Ecoturismo surge inicialmente como uma maneira de formar um sujeito ecológico no contato direto com a natureza. Com o crescente interesse do público neste tipo de turismo, a atividade foi se tornando atrativa para o setor, crescendo cada vez mais. Portanto, o ecoturismo busca oportunizar o contato com a natureza de forma sustentável e educativa. Além disso, tem como diretriz trabalhar a comunidade local, buscando formas de desenvolver seu entorno e preservando a cultura. A conexão entre o ecoturismo e a educação ambiental está no cerne de seu surgimento (FURLAN, 2003).

Por este interesse grande no ecoturismo, é possível perceber que há espaço para o turismo e mais especificamente a hotelaria se desenvolver sustentavelmente e fazer disto seu diferencial. Esse crescimento, entretanto, precisa ser acompanhado pelo incremento da gestão e da capacitação das pessoas que nele trabalham. Espera-se que para trabalhar com meios de hospedagem sustentavelmente responsáveis, dê aos seus colaboradores acesso a conhecimentos teóricos e práticos que lhes permitam apresentar comportamentos condizentes

com a utilização do patrimônio natural e cultural de forma sustentável. Mingori (2001) destaca que é necessário “promover um turismo ambientalmente sustentável, economicamente viável e socialmente justo”.

Valente (2007) argumenta que a hotelaria tem começado a se preocupar com as questões de sustentabilidade, especialmente as ambientais. O enfoque está quase sempre na redução de custos e desperdício, priorizando ações como eficiência energética. Entretanto, é importante que, no que se refere à proteção do meio ambiente, os meios de hospedagem atentem-se para a diminuição da emissão de gases; uso de recursos naturais, especialmente água, luz e combustível; reuso e reciclagem; e, planejamento das construções para melhor utilização de recursos naturais.

Tzschentkr, Kirk e Lynch (2004) indicam em sua pesquisa que os principais motivos para a implementação de medidas de proteção ambiental em meios de hospedagem é a redução de custos e o aumento da eficiência. O desejo de pensar nas gerações futuras apresentou-se apenas como uma obrigação moral.

A preocupação com a sustentabilidade no setor da hotelaria motivou o surgimento de alguns selos e certificações específicas. Em 2004, o Instituto Hospitabilidade desenvolveu a Norma Nacional para Meios de Hospedagem – Requisitos para a Sustentabilidade NIH-54, colocando o Brasil na liderança dos países no programa Sustainable Tourism Certification Network of the Americas. O objetivo proposto da norma era auxiliar micro e pequenos meios de hospedagem a melhorar seu atendimento, melhoria de qualidade de vida da comunidade em congruência com à conservação ambiental, ressaltando o tripé da sustentabilidade e indicando diversas orientações para cada um destes para os meios de hospedagens (AZEVEDO, 2010; INSTITUTO HOSPITALIDADE, 2004).

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) desenvolveu a NBR 15401 Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão da Sustentabilidade – Requisitos em 2006. (ABNT; SEBRAE, 2012). Orientado pela NBR 15401, o SEBRAE e o Instituto Hospitalidade desenvolveram o Programa Bem Receber, que capacita e dá consultorias a meios de hospedagem sobre práticas ambientais, de inclusão social e cultural (TOMAZZONI; ZANETTE; LAIDENS, 2009).

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SB Class), desenvolvido pelo Ministério do Turismo em parceria com Inmetro e Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM) em 2011. Seu objetivo é classificar os meios de hospedagem através de um número de estrelas. Os critérios gerais do programa são: infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Os critérios para ganhar cada estrela diferem para cada meio de hospedagem e o sistema analisa as categorias: hotel, resort, hotel fazenda, cama e café, hotel histórico, pousada e flat/apart. (BRASIL, 2011).

Cada estrela do sistema tem exigências a serem cumpridas avaliadas sob os eixos: Infraestrutura, Serviços e Sustentabilidade. Ao comparar as exigências (mandatórias e eletivas) em relação a cada um dos eixos, percebe-se que o eixo sustentabilidade é o que possui menos critérios estabelecidos (tabela abaixo).

.

Tabela 01 – Número de exigências da SB Class por meio de hospedagem

Eixo	Hotel	Pousada
Infraestrutura	118	100
Serviços	63	47
Sustentabilidade	14	13

Fonte: BRASIL (2011)

Como observado na tabela 01, o número de exigências do eixo sustentabilidade é muito menor que os demais eixos. Ao analisar os critérios para cada item, observa-se que há poucas exigências sobre as questões culturais e sociais. Também não há exigências sobre acessibilidade.

Para a referente pesquisa foram utilizadas as definições de hotéis e pousadas da Cartilha de Orientações Básicas da SB Class (BRASIL, 2010), segundo a qual o hotel é um “estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária”. Já a pousada refere-se a um empreendimento de um prédio com no máximo três pavimentos, podendo contar com chalés e bangalôs, tendo uma característica mais horizontal que o hotel. A pousada pode ter no máximo 30 unidades habitacionais e 30 leitos. A classificação define ainda as características de Resorts, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico e Flat/Apart-Hotel.

Neste sentido a pousada tende a ser menor e considerada pelos gestores participantes da pesquisa com características como “aconchegante”, “receptiva”, “relaxante”, entre outras. Enquanto o hotel não apresenta limitação de pavimentos, unidades habitacionais ou leitos.

Em relação as exigências específicas da classificação de estrelas da SBClass de itens sustentáveis destaca-se para os hotéis que a obtenção da primeira estrela requer monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes; medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água; e medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem. A partir da quarta estrela é exigido também: medidas permanentes de seleção de fornecedores (critérios ambientais, socioculturais e econômicos) para promover a sustentabilidade; medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade e treinamento dos funcionários (BRASIL, 2011).

Em comparação aos hotéis, as pousadas necessitam para a obtenção da primeira estrela medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água e de gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem, medidas permanentes para geração de trabalho e renda para a comunidade local e programa de treinamento de empregados. Na terceira estrela exige-se também Incentivo a Cultura Local e Monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes em relação aos serviços ofertados, incluindo pesquisas de opinião, espaço para reclamações e meios para solucioná-las. Para quarta estrela acrescenta-se o item medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade.

Destaca-se ainda que a partir da 3ª estrela é exigido que o hotel troque as roupas de cama em dias alternados e as toalhas todos os dias e a presença de *amenities*¹ nas unidades habitacionais. Nas pousadas de quatro estrelas é exigido a troca diária de roupa de cama e toalha, além da presença de 2

¹ *Amenities* (amenidades) são os itens que os meios de hospedagem dão ao hóspedes, considerados pequenos presentes, como miniaturas de shampoo, condicionador, sabonete, chocolates e balas. Os *amenities* de higiene pessoal são os mais comuns dentro da pesquisa realizada.

amenities. Estas medidas vão na contramão da sustentabilidade ambiental. A troca constante de roupas impõe um alto gasto de água e produtos de limpeza, além de desgastar mais rapidamente a roupa. E os *amenities* geram um alto número de lixo com embalagens, além de desperdício de produtos utilizados parcialmente e gastos excessivos na compra do produto. Seria ideal a SBClass incentivar reuso de toalhas e roupas de cama, além da troca dos *amenities* por embalagens fixas maiores dos produtos através de exigências neste sentido em seus critérios.

Destaca-se o fato que não é indicado qualquer necessidade de adaptação dos meios de hospedagem quanto a acessibilidade de pessoas com necessidades especiais, item essencial para se falar de sustentabilidade social.

Assim, apesar de incluir a sustentabilidade como um de seus principais critérios, a SB Class utiliza apenas o viés de proteção ambiental como itens obrigatórios, os itens de incentivo social e cultural são eletivos para hotéis. Para pousadas alguns dos itens socioculturais são obrigatórios. A classificação exige 100% dos itens obrigatórios em cada estrela e 30% dos eletivos.

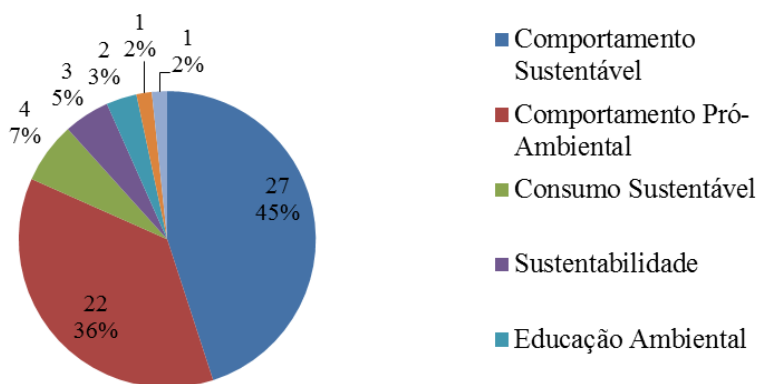
2.3 COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL

A prática individual da sustentabilidade é tema de estudo desta pesquisa. Para tanto, buscou-se o comportamento embasado no tripé da sustentabilidade: ambiental, social e econômico; o Comportamento Sustentável (CS).

Em revisão sistemática sobre o Comportamento Sustentável tornou-se evidente que este é um fenômeno pouco estudado. A revisão foi realizada nas bases Ebsco, Scopus e CAPES pelo grupo de pesquisa Strategos – Linha de Pesquisa Organizações, Estratégia e Gestão Ambiental. Foi utilizado o termo em inglês *sustainable behavior* e selecionaram-se artigos a partir de 2000. Foi realizada uma pré-seleção pelos resumos

para verificar se os artigos tratavam do tema a ser estudado, chegando-se a 60 artigos para estudo. Destes, após leitura, seis artigos foram retirados por não estarem relacionados ao tema ou não serem textos completos. Os artigos que possuem conexão com o tema estudado estão distribuídos conforme a Figura 02.

Figura 02 – Artigos de sustentabilidade separados por foco de estudo



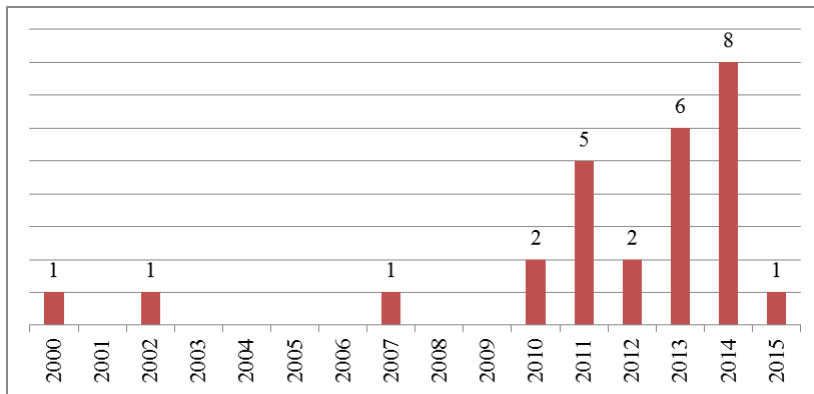
Fonte: Dados primários da pesquisa grupo Strategos

Segundo apresentado na Figura 02, vinte e sete artigos trabalharam o comportamento sustentável, o que representa 45% do total de artigos levantados. Os demais abordavam temas correlacionados ao comportamento sustentável. Destaca-se os estudos referentes ao Comportamento pró-ambiental (termo aqui empregado como genérico aos temas que referem-se à proteção e cuidado do meio ambiente) e os estudos de consumo sustentável.

Assim apenas 27 artigos da revisão sistemática tratavam verdadeiramente de Comportamento Sustentável. Estudando

este grupo de artigos é possível observar o crescimento do número de estudos sobre o tema ao longo dos anos na Figura 03.

Figura 03 – Artigos de Comportamento Sustentável separados por ano



Fonte: Dados primários da pesquisa grupo Strategos

Percebe-se pelo gráfico que os estudos sobre Comportamento Sustentável ganharam consistência a partir de 2010 e apresentam uma tendência de crescimento. O resultado de 2015 é parcial, não representando o total de publicações indexadas no ano pois, o estudo foi realizado sem o ano estar concluído.

Apesar do crescente número, as pesquisas ainda necessitam se desenvolver. Um dos indicativos desta necessidade são os conceitos utilizados pelos autores para definir o Comportamento Sustentável, como pode ser visto no quadro a seguir.

Quadro 04 – Definições utilizadas pelos autores de Comportamento Sustentável

Definições utilizadas pelos autores de CS	
Artigos que não possuem definição	18
Utiliza a definição de Corral-Verdugo	1
Artigos com autoria de Corral-Verdugo	4
Desenvolve uma definição própria	2

Fonte: Próprio autor

Destaca-se na pesquisa o autor Corral-Verdugo pois, três artigos encontrados são do próprio autor e apresentam sua definição de Comportamento Sustentável (2012; *et al.*, 2011; *et al.*, 2013; TAPIA-FONLLEM *et al.*, 2013). Um artigo apresenta a definição de Comportamento Sustentável de Corral-Verdugo (JUÁREZ-NÁJERA; RIVERA-MARTÍNEZ; HAFKAMP, 2010). Apenas dois artigos utilizam definições próprias, diferentes de Corral-Verdugo.

O autor Corral-Verdugo desenvolveu diversos estudos sobre Comportamento Pró-ambiental entre 1993 e 2003. Seu primeiro artigo a respeito do comportamento sustentável é de 2004 e chama-se *Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable*. Neste estudo, os autores apontam que não há definições de comportamento sustentável na literatura até então, e, que o conceito de CS se confunde com Comportamento pró-ambiental e sustentabilidade. Entretanto faz-se necessário a diferenciação, pois nem todas as condutas de proteção ao meio ambiente necessariamente irão beneficiar social e economicamente o local. Comportamentos sustentáveis devem então levar em conta estes três pilares (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 2004; CORRAL-VERDUGO *et al.*, 2011; CORRAL-VERDUGO, 2012).

Assim, Corral-Verdugo e Pinheiro (2004, p. 10, tradução livre) definem que Comportamento Sustentável é um “conjunto de ações efetivas, deliberadas e antecipatórias que resultam na preservação dos recursos naturais, incluindo a integridade de espécies vegetais e animais, e bem estar individual e social das presentes e futuras gerações humanas”. O texto ainda demonstra que existem cinco dimensões psicológicas que compõe o comportamento sustentável – (1) eficácia, resposta hábil ante as necessidades sociais e ambientais; (2) deliberação, o comportamento deve ter o propósito claro de proteger o ambiente e proporcionar bem-estar; (3) antecipação, ação projetada para o futuro; (4) solidariedade, orientada para o bem-estar dos demais; e (5) austeridade, consumo do que é necessário, sem desperdícios (CORRAL VERDUGO; PINHEIRO, 2004; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012).

Awasthi e Saxena (2013), Schöpke e Rauschmayer (2014) utilizam o conceito de desenvolvimento sustentável para embasar o comportamento sustentável, indicando que o comportamento sustentável seria satisfazer as necessidades de hoje sem prejudicar o futuro.

Para Tapia-Fonllem *et al.* (2013), o comportamento sustentável tem como elementos o comportamento pró-ecológico e ações intencionais de proteção dos recursos naturais. São classificados em frugal, comportamento de consumo austero; altruísta, comportamentos que leva em conta o bem-estar dos demais; e equitativos, ações que garantam oportunidades iguais a todos.

Pelas similaridades dos termos comportamento sustentável, comportamento de proteção ambiental e consumo sustentável, levantou-se a importância do estudo destes termos. O comportamento de proteção ambiental é um fenômeno bastante estudado no Brasil pois cobre uma importante faceta do comportamento sustentável, a preocupação com o pilar meio-ambiente. Para Tapia-Fonllem *et al.* (2013), o

comportamento sustentável e o comportamento pró-ambiental são sinônimos, mas o CS é utilizado para referir-se a comportamentos ambientais e sociais com igual peso enquanto o comportamento pró-ambiental se dirige a ações de proteção do ambiente.

Segundo Pato (2004) e Stern (2000) o comportamento ecológico seria a preocupação com o meio ambiente e a utilização dos recursos de maneira sustentável, entendendo o fenômeno como complexo, pois mesmo ações não intencionais afetam o meio ambiente.

Como ressaltado por Diniz (2010) e Corral-Verdugo (2000), existe na literatura diversos termos utilizados para tratar do comportamento ecológico. Entre esses termos encontram-se “comportamento pró-ambiental”, “pró-ecológico”, “altruísmo ambiental”, entre outros. A diferença de termos se daria por existirem muitos estudos acerca do tema partindo de diferentes áreas. Porém, eles apresentam alta convergência entre si.

Além disto, os termos Comportamento Sustentável e Comportamento Ambiental misturam-se na literatura, existindo textos que os utilizam como sinônimo. Historicamente, os estudos de comportamento ambiental surgiram primeiro e com o desenvolvimento dos estudos na área percebeu-se que era necessário diferenciar as dimensões de cada um (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 2004). Esta percepção pode ser constatada na revisão sistemática realizada, cujo resultado está na Tabela a seguir.

Tabela 02 – Utilização do termo “Comportamento Sustentável” como sinônimo de “Comportamento Ambiental”

Utiliza CS como sinônimo de Comportamento Ambiental	11
Utiliza CS com outro significado	11

Fonte: próprio autor

Metade dos estudos com enfoque em comportamentos de proteção ambiental utilizam o termo Comportamento Sustentável. Isto ocorre porque a preocupação com o meio ambiente é o pilar da Sustentabilidade de maior evidência desde o surgimento do tema (CORRAL VERDUGO; PINHEIRO, 2004; CORRAL-VERDUGO, 2000; 2001; 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM *et al.*, 2013)

Além das pesquisas que se referem ao comportamento ecológico, existem no Brasil diversos estudos voltados ao consumo sustentável (INSTITUTO ETHOS, 2001; INSTITUTO AKATU, 2002; 2004; 2005; 2007a; 2007b; 2010; 2012; LAGES E VARGAS, 2002; QUEIROGA *et al.*, 2005; MAGALHÃES, 2007; BRANDALISE, 2008; ENOKI *et al.*, 2008; BRANDALISE *et al.* 2009; GUIVANT, 2009; TÓDERO, 2009; RIBEIRO; VEIGA, 2011; SANTOS; CHALUB-MARTINS, 2012; OLIVEIRA; SILVA; GOMEZ, 2012).

O consumo sustentável (ou consumo consciente, consumo verde) é um processo de avaliação do objeto de consumo de sua compra ao descarte, buscando consumir para o bem-estar e não como um fim em si próprio e avaliando o consumo de forma a preservar os recursos naturais às próximas gerações (AKATU, 2014; 2015). Este conceito é utilizado pelo Instituto Akatu em suas diversas pesquisa sobre o tema e aproxima-se do conceito de sustentabilidade (PORTILHO, 2004). O consumo sustentável é apoiado no tripé da sustentabilidade, porém os diversos estudos encontrados sobre o tema possuem maior enfoque na questão ambiental.

Os estudos de comportamento pró-ecológico e comportamento sustentável são correlacionados com o estudo de comportamento sustentável. Entretanto, estes estudos possuem enfoque em apenas um segmento ou na análise por uma perspectiva (como os comportamentos pró-ambientais). Assim fica clara a necessidade de estudos que analisem mais

amplamente estes comportamentos, enfocando nos três pilares da sustentabilidade.

Para o presente trabalho será utilizado o conceito desenvolvido por Corral-Verdugo em seus estudos. Entendendo que Comportamento Sustentável é um conjunto de ações que visem o bem-estar social, econômico e ambiental, que sejam efetivas, deliberadas e antecipadas (CORRAL VERDUGO; PINHEIRO, 2004; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM *et al.*, 2013).

2.4 TEORIAS DE PREDIÇÃO DO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL

Para encontrar teorias que pudessem ser utilizadas para a pesquisa de Comportamento Sustentável, buscou-se os estudos de Comportamento Ambiental. A escolha pelo levantamento de pesquisas que abordam os comportamentos ambientais (cuja preocupação é apenas com o fator ambiental) se deu pelos temas serem próximos ao objetivo desta pesquisa e por considerar que a base do comportamento de proteção ambiental é em valores e crenças similares ao comportamento sustentável. Observa-se que as formas de predizer um comportamento ambiental e o comportamento sustentável são similares, podendo ser utilizada a mesma base teórica (COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; PATO, 2004; PATO; TAMAYO, 2002; KAISER, *et al.* 1999).

Segundo Coelho, Gouveia e Milfont (2006), Caixeta (2010) e Coelho (2004), os estudos que buscam predizer o comportamento pró-ambiental sustentam-se nos seguintes marcos teóricos: Teoria da Ação Planejada (FISHBEIN; AJZEN, 1975; 2010; AJZEN; FISHBEIN, 1980; AJZEN, 1991; AJZEN; ALBARRACÍN; HORNIK, 2007) e Teoria de Valores Universais (SCHWARTZ, 1977; 1992; 1994; 2006; 2012; *et al.*, 2012; SCHWARTZ; BILSKY. 1987).

Os autores também destacam que não é aconselhável medir a ocorrência do comportamento diretamente, pois em estudos através de questionários auto relatados, onde o sujeito indica as ações que faz ou não, ocorre uma discrepância entre o dito e o feito. Os sujeitos pesquisados tendem a responder o que é esperado que estes façam. Por esta razão, estudos que buscam entender a intenção comportamental (e não a ação em si) têm alcançado melhores resultados (COELHO, 2004; COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; CAIXETA, 2010; PATO, 2004).

As teorias da Ação Planejada e dos Valores Universais diferem acerca dos elementos formativos do comportamento que são essenciais para a sua predição. A teoria da Ação Planejada utiliza as crenças e atitudes e seus elementos mediadores, enquanto a Teoria de Valores de Schwartz entende que os valores são mais centrais e por isso mais precisos ao buscar estudar um comportamento (FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN; FISHBEIN, 1980; AJZEN, 1991; 2014; AJZEN; ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; SCHWARTZ, 1992; 1994; 2006; 2012; *et al.*, 2012; SCHWARTZ; BILSKY. 1987).

2.4.1 VALORES, CRENÇAS, ATITUDES E COMPORTAMENTO

Valores, crenças, atitudes e comportamento estão relacionados entre si. Os termos causam confusão, pois diferentes estudos utilizam os termos com diferentes abrangências. O termo crença, por exemplo, é utilizado como sinônimo de valor por Schwartz (1992; 2006; 2012), já os estudos de Ajzen utilizam o termo crença associado à ideia de normas (AJZEN, 1991; AJZEN; ALBARRACÍN; HORNIK; 2007; AFONSO, 2013).

No campo organizacional, um dos estudos mais conhecidos sobre valores são os de Schein (2010). Segundo o autor, os valores organizacionais advêm de crenças e valores

pessoais (*beliefs and values*). Na formação da cultura de uma organização, a princípio, não existe um modo de fazer próprio, e aqueles que estão no comando utilizam suas próprias crenças e valores para tomar as decisões. Se este padrão é validado pelo grupo como funcional, este é aprendido e integrado pela organização “[...]e, portanto, a ser ensinado a novos membros como a forma correta de perceber, pensar e sentir em relação a esses problemas” (SCHEIN, 2010, p. 17, tradução livre). Estes seriam os valores esposados que tendem a se tornar centrais e instituídos, tornando-se valores arraigados (SCHEIN, 2010; ZANELLI e SILVA, 2009).

Schein (2010) apresenta os pressupostos básicos (formadores da cultura organizacional) como os valores e crenças individuais. O autor cita que prefere o termo pressupostos básicos (*basic assumptions*) ao invés de valores básicos (*basic values*) pois o termo pressupostos é entendido como não negociável do grupo, enquanto valores é um termo mais aberto, passível dos indivíduos concordarem ou não, dando uma ideia errônea ao que o autor se refere.

Os termos valores, crenças e pressupostos podem gerar confusões. Freitas (1991) aponta o termo crenças como sinônimo de pressupostos básicos. Entretanto, Schein (2010) indica que os pressupostos básicos são formados por crenças (*beliefs*) e valores (*values*), sendo, portanto, conceitos diferentes mas correlacionados entre si.

Segundo Zanelli e Silva (2008) os valores formam um sistema de convicções e hierarquia de necessidades. Através deles, formam-se os conceitos sobre como agir de um sujeito (aquilo que é bom e mau, bonito e feio, etc.). Os autores destacam que estes são valores arraigados, estão no cerne de nosso comportamento, são estáveis e duradouros.

Schwartz (2006; 2012) concebe valores como crenças vinculadas à emoções. Referindo-se ao cerne da motivação, transcendem ações e situações específicas, orientam a avaliação de pessoas e situações e constituem uma hierarquia

onde um valor é mais prioritário que outro. O valor é mais voltado a orientações gerais do comportamento individual, enquanto normas e atitudes referem-se a situações ou ações específicas, formando uma avaliação da situação específica.

Schwartz utiliza o termo *basic values* ao referir-se a este centro do modo de agir. E indica “*Values are beliefs*” (2012, p. 3). Assim considera-se que o autor utilize a mesma ideia de Schein (2010) quando se refere-se a pressupostos básicos. Neste texto utiliza-se o termo valores para se referir ao conjunto de crenças e conceitos mais centrais do sujeito conforme Schwartz (2006; 2012).

As crenças são consideradas antecessoras das atitudes e dos comportamentos. Entretanto não há consenso entre os autores de sua definição, sendo considerada como uma visão de mundo em alguns estudos e por outros autores como a expressão objetiva dos valores (PATO, 2004; CAIXETA, 2010; COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; COELHO, 2009). Segundo Pato (2004), crenças são expressões dos valores, sendo mais objetivas e concretas (PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Para a presente pesquisa, valores e crenças serão utilizadas conforme Schwartz, apresentando-se como sinônimos e centrais à personalidade. O termo norma será utilizado para referir-se às expressões mais objetiva dos valores e crenças, substituindo a utilização de crença para referir-se a essas questões. Opta-se por norma, pois o termo já é utilizado neste sentido e evita confusões com o uso já comum de crenças em autores clássicos (SCHEIN, 2010; SCHWARTZ, 2006; 2012).

Segundo Groot, Abrahamse e Jones (2013); McKenzie-Mohr e Schultz (2014); e Schwartz (2012) as normas são regras que informam como um indivíduo ou grupo deve se comportar em determinada situação. As normas sociais são regras sobre o comportamento habitual que orientam sobre as interações sociais e atuam como motivadores do comportamento. As

normas pessoais referem-se à crença do indivíduo sobre a sua própria obrigação moral de como agir em determinadas situações.

Segunda a Psicologia Social, as normas sociais estão associadas a crenças afetivas, influenciando o comportamento no nível do subconsciente. Já as normas pessoais são associadas a crenças cognitivas e, por isso, influenciam o comportamento de forma consciente. Portanto, a combinação destas duas normas podem gerar um normativo mais persuasivo (GROOT; ABRAHAMSE; JONES, 2013).

O termo atitude, diferenciando-se do conceito de normas, é um sistema de organização das crenças, cognições e comportamentos anteriores sobre um objeto predefinido. É o elemento que conecta as opiniões e conceitos com a ação, a conduta. (RODRIGUES; ASSMAR; JABLONSKI, 1999; COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; COELHO, 2009; CAIXETA, 2010).

Atitude ambiental é um termo bastante estudado pela Psicologia Ambiental e descreve a tendência do indivíduo em comportar-se favoravelmente ao meio ambiente. Preocupação ambiental e atitudes ecológicas estão associados a esta ideia (MILFONT, 2007; COELHO, 2009; CAIXETA 2010).

Dentro dos estudos do behaviorismo, escola psicológica voltada ao estudo do comportamento humano, a palavra comportamento é a relação entre o meio e o sujeito, referindo-se a (1) os antecessores da ação, o que acontece no meio que faz emergir uma resposta do sujeito; (2) a ação ou resposta do sujeito; e as (3) consequências destas respostas (SKINNER, 1970; LOPES, 2008).

Entretanto, no que se refere aos estudos de comportamentos dentro do sistema de valores, crenças e atitudes, o termo comportamento está sendo utilizado para referência da ação do sujeito. O termo comportamento ambiental refere-se as ações do sujeito deliberadas de proteção ambiental. Assim como o comportamento sustentável refere-se

a ações de proteção social, ambiental e econômica (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 2004; PATO, 2004; CAIXETA, 2010; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM; *et al.*, 2013).

Estes termos formam uma hierarquia de causa e efeito, por isso, sua diferenciação faz-se necessária. Abaixo é possível verificar na Figura 04 a hierarquia formada por estes elementos (PATO, 2004; CAIXETA, 2010; SCHWARTZ, 2006; 2012).

Figura 04 – Hierarquia valores, crenças, atitudes e comportamento



Fonte: Literatura pesquisada

Segundo este modelo valores/crenças geram normas, que geram atitudes, que embasam o comportamento. Neste modelo valores não apenas embasa as normas (que dão origem a atitudes e comportamentos), com também tem relação direta com atitudes e comportamentos. Isto indica que ao se mudar um valor, todo o sistema do comportamento muda. Normas influenciam diretamente atitudes e comportamentos (PATO, 2004; CAIXETA, 2010; SCHWARTZ, 2012).

Os estudos demonstram que valores como transcendência, equidade, altruísmo e benevolência são associados ao comportamento ambiental e sustentável. Na pesquisa de Schwartz estes valores estão apresentados dentro do agrupamento Auto Transcendência (PATO, 2004;

CAIXETA, 2010; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM; *et al.*, 2013.

O principal estudo de crenças ambientais foi desenvolvido por Dunlap e Van Liere (2008; VAN LIERE; DUNLAP; 1981) em que os autores propõem o instrumento conhecido como NEP (New Environmental Paradigm). Os autores dividem as crenças ambientais em duas visões: antropocêntricas e ecocêntricas. As crenças antropocêntricas são fundamentadas na ideia que os recursos do mundo existem para satisfazer as necessidades dos homens. Assim, o bem-estar próprio estaria acima da necessidade de preservação ambiental. Já a visão ecocêntrica indica que a natureza tem um valor intrínseco e que seus recursos são limitados (VAN LIERE; DUNLAP; 1981; DUNLAP e VAN LIERE, 2008; PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Sobre essa discussão, Thompson e Barton (1994) entendem que ambas as crenças demonstram interesse pela natureza e interesse na preservação. Entretanto, com diferentes motivações. As crenças antropocêntricas geram comportamentos que beneficiam o próprio indivíduo, assim as ações sustentáveis que esta crença embasa, são comportamentos que gerem benefícios para o indivíduo como economia de água ou luz. As crenças ecocêntricas possuem uma motivação mais altruísta e universalista, tendo como meta o bem comum. Indivíduos com estas crenças podem apresentar comportamentos considerados mais complexos, que geram mais inconveniências ou menor benefício financeiro (como a compra de um produto mais caro, ou separar o lixo).

A respeito das normas e comportamento pró-ambiental, o estudo de Groot, Abrahamse e Jones (2013) diferencia normas sociais descritivas e sociais inibitórias. A primeira descreve a expressão comum de determinado comportamento; a segunda indica os comportamentos aceitos socialmente e os desaprovados. Em geral, os estudos demonstraram que ambas as normas têm o mesmo efeito persuasivo sobre o

comportamento. Porém, em situações caracterizadas por comportamentos altamente indesejáveis, a norma descritiva é ineficaz, pois a descrição do comportamento só aponta que a norma colocada já é desrespeitada. Assim, a norma inibitória pode ser útil para diversos comportamentos pró-ambientais.

O uso de normas pessoais torna a promoção do comportamento muito mais eficiente. Assim identificar uma norma pessoal e conectá-la a um comportamento esperado tem ainda mais chances de promover o comportamento. Por exemplo, o uso de frases como “você se preocupa com o meio ambiente?” deveria ser seguida do comportamento específico que se deseja promover, por exemplo (GROOT, ABRAHAMSE E JONES, 2013).

O estudo de Groot, Abrahamse e Jones (2013) buscou combinar ambas as normas. Sendo pioneiro na área, indicou que não há estudos que mesclam normas sociais e pessoais na busca de influenciar comportamentos pró-ambientais. O estudo utilizou normas cautelares (normas sociais inibitórias que descrevem o comportamento correto, de forma positiva). O resultado foi promissor, pois além de aumentar o número de uso das sacolas retornáveis, a norma cautelar se sobrepôs à norma descritiva presente no supermercado; no momento da intervenção da pesquisa, apenas o espaço observado continha a norma utilizada, nos demais caixas da organização os clientes continuavam utilizando as sacolas na mesma quantidade. Mesmo observando a maioria utilizando sacolas grátis ao invés das retornáveis, a norma cautelar influenciou na ação (GROOT, ABRAHAMSE E JONES, 2013).

Quanto à influência da norma pessoal, as frases utilizadas foram similares, com estruturas como “nós agradecemos por ajudar o planeta, continue a usar sacolas retornáveis.” Os autores acreditam que frases de cunho pessoal teriam maior influência sobre o comportamento, mas a organização indicou que frases pessoais poderiam ofender os clientes. A sugestão dos autores era de que o texto fosse “você

se importa com o planeta? Use sacolas retornáveis.” O estudo indica que a utilização das normas pessoais e sociais inibitórias/cautelares em conjunto aumentam as chances da promoção do comportamento em comparação com as normas em separado (GROOT; ABRAHAMSE; JONES, 2013).

2.4.2 TEORIA DA AÇÃO PLANEJADA VERSUS TEORIA DE VALORES

Para a escolha da teoria de predição do comportamento sustentável, utilizou-se como base os estudos sobre comportamento ambiental. Os autores destacam duas teorias destacam-se na predição do comportamento individual (COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; PATO, 2004; PATO; TAMAYO, 2002; KAISER, *et al.*, 1999; CAIXETA, 2010). São elas, a Teoria da Ação Planejada (AJZEN, 1991; AJZEN; ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; AFONSO 2013) e a Teoria de Valores Universais de Schwartz (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; SCHWARTZ 2006; SCHWARTZ, 2012).

Os estudos da Teoria da Ação Planejada (TAP) e sua antecessora, a Teoria da Ação Racional, baseiam-se na ideia que a intenção de se comportar de determinada maneira pode ser determinada se estudada por meio da relação entre normas e comportamentos e os elementos que intermediam esta relação (FISHBEIN; AJZEN, 1975; 2010; AJZEN; FISHBEIN, 1980; AJZEN, 1991; AJZEN; ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; AFONSO 2013).

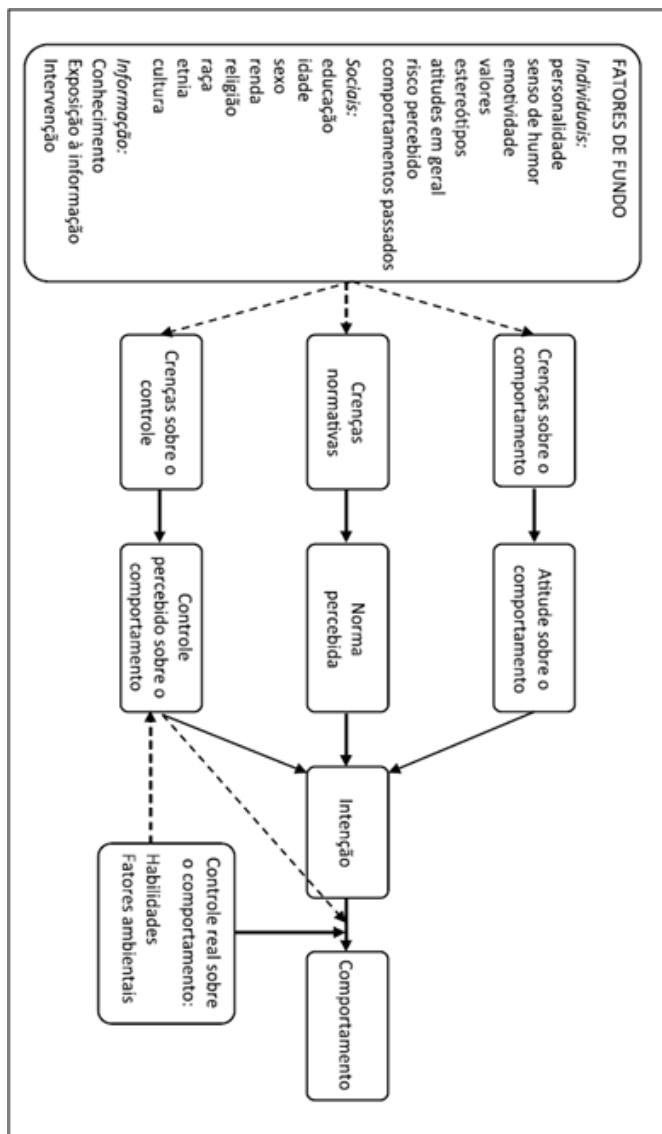
Fishbein e Ajzen (1975) em seu livro *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* desenvolveram estudos acerca da Teoria da Ação Racional, cujo objetivo era prever a ocorrência de comportamentos fruto de escolhas conscientes do indivíduo. Tal abordagem contribuiu a partir de um conceito importante que é a medição de uma intenção comportamental, ou seja, quando não é possível observar diretamente o comportamento

de um indivíduo, pode-se medir a intenção subjacente. Para tal investigação, torna-se de suma importância entender o que influencia a intenção de se comportar de determinada forma. Segundo a Teoria da Ação Racional esses fatores seriam as atitudes, as normas subjetivas, as crenças e a avaliação das consequências (FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN, 1980; 1991; AJZEN, ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; MOUTINHO; ROAZZI, 2010).

Considerando que não são apenas as forças sob as quais o indivíduo tem controle que exercem influência na ocorrência de um comportamento, Ajzen iniciou os estudos da Teoria da Ação Planejada (TAP). O autor destacou a percepção do indivíduo das barreiras a sua volta e a sua influência na intenção comportamental. Por exemplo, uma pessoa pode ter a intenção de separar seu lixo, mas tem apenas uma lixeira em casa. Este fato pode ser considerado como uma barreira para o sujeito não separar seu lixo. Entretanto, esta mesma situação pode ser encarada de outra forma por outro indivíduo que poderá encontrar maneiras criativas de separar seu lixo (AJZEN, 1991; AJZEN, ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; AFONSO, 2013).

Ajzen (2014) indica que a única diferença entre a Teoria da Ação Racional e a Teoria da Ação Planejada é que na primeira os comportamentos estudados dependem apenas do indivíduo para ocorrer (se houver a intenção de se comportar de tal forma, este comportamento ocorrerá, não haverá barreiras). Já na segunda, existe o componente controle comportamental percebido. A Figura 05 demonstra os fatores que influenciam na intenção de realizar um comportamento segundo a Teoria da Ação Planejada.

Figura 05 – Representação Gráfica da Teoria da Ação Planejada



Fonte: Afonso (2013)

Teoria da Ação Planejada entende que a intenção comportamental é mediada pelas crenças sobre o comportamento, as normas e o controle; e pela da percepção do indivíduo dos controles e das normas (CAIXETA, 2010).

Segundo Moutinho e Rouzzi (2010) a Teoria da Ação Planejada é particularmente útil quando se trata de programas de mudanças comportamentais. Porém, alguns autores argumentam que o comportamento ecológico apresenta um gap considerável entre a intenção e a ação real. Em função disso, a TAP não seria o arcabouço teórico mais adequado para a predição do comportamento (PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Caixeta (2010) destaca que esta teoria vem sendo muito utilizada em pesquisas de escolhas econômicas e de consumo na Psicologia, enquanto a teoria dos Valores Universais de Schwartz originalmente trabalha com comportamentos altruísticos e comportamentos de cunho moral. (que seriam mais próximos aos comportamentos ambientais). Estes achados corroboram Kaiser *et al.* (1999), que indica que a TAP não é adequada para prever comportamentos ligados à moral. Segundo pesquisa os valores são tão formadores do comportamento quanto as atitudes, porém eles são mais centrais e, por isso, melhores preditores dos comportamentos (SCHWARTZ, 2006; PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Pato (2004) e Caixeta (2010), em seus estudos sobre o comportamento de proteção ambiental, consideram que estudar os valores é o meio mais confiável para prever a ocorrência deste comportamento. A teoria de Valores de Schwartz é considerada de maior abrangência e de maior confiança, pois diversos estudos já foram desenvolvidos embasados nesta teoria por todo o mundo. (KAISER, *et al.*, 1999; CORRALIZA; BERENGUER, 2000; HERNÁNDEZ; HIDALGO, 2000; PATO; TAMAYO 2002; 2006; PATO, 2004; COELHO, GOUVEIA; MILFONT, 2006; COELHO, 2009; MILFONT, 2007).

Grob (1995) examinou as relações entre consciência ambiental, emoções, valores pessoais e controle percebido, concluindo que o efeito direto entre valores e comportamento era a relação com maior poder preditivo. Além disso, os valores influenciam outras variáveis e, quando estes são medidos em conjunto, o poder preditivo é ainda maior. Os modelos de Grob (1995) e de Stern *et al.* (1995) evidenciam uma estrutura hierárquica de relações, nos quais valores influenciam normas e diversas outras variáveis que causam o comportamento.

Schwartz e Bilsky (1987) estudaram os valores e suas dimensões, buscando aqueles que são possíveis de se identificar em todas as culturas e de desenvolver uma relação estrutural entre eles. Os autores entendem que os valores são critérios para responder três requisitos universais: (1) necessidades biológicas, (2) requisitos de interação para a coordenação interpessoal, (3) exigências sociais para o bem-estar e sobrevivência do grupo. Levantou-se, neste primeiro estudo, oito domínios motivacionais: diversão, segurança, realização, auto direção, conformidade restritiva, pró-social, poder social e maturidade. Os estudos partiram das definições de Rokeach (1973 *apud* SCHWARTZ; BILSKY, 1987).

Segundo os estudos de Schwartz, valores são crenças ligadas ao afeto; referem-se a metas sobre estados desejáveis de comportamento ou situações; transcendem situações específicas; são critérios para avaliação de comportamentos e situações; são ordenados hierarquicamente por importância, e mais de um valor orienta a ação. O conteúdo principal dos valores é a meta ou preocupação por ele expressa. Assim, valores são representações cognitivas das necessidades humanas universais: biológicas, interacionais e sociais (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; SCHWARTZ 1992; 1994; 2012).

Schwartz desenvolveu estudos para aprofundamento dos valores universais e formas adequadas de medi-los. Seu

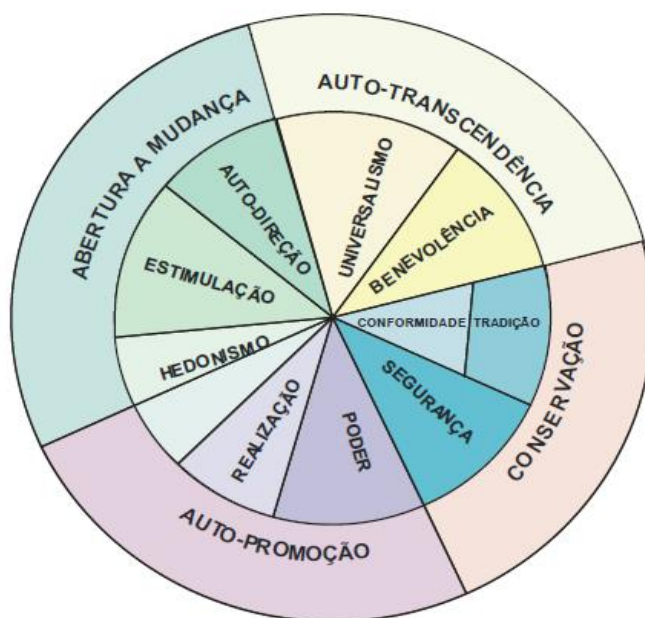
modelo mais difundido é desenvolvido em pesquisas a partir de 1994 e descreve dez tipos de valores motivacionais: poder, realização, hedonismo, estimulação, auto direção, universalismo, tradição, conformidade e segurança.

Cada valor refere-se a uma meta motivacional, o objetivo que está no cerne deste valor e que motivará a ação. Assim, a pessoa que considera importante o respeito às tradições de sua cultura e orienta suas ações para isto, demonstra ter o valor “Tradição”. As metas de cada valor podem ser observadas no Anexo A. Estes domínios formam uma hierarquia em que alguns são altamente compatíveis e outros contraditórios. Para tanto, os autores desenvolveram uma representação gráfica circular, onde os domínios mais compatíveis estão mais próximos no círculo e aqueles contraditórios estão em pontos opostos (SCHWARTZ, 1992, 1994, 2006; 2012)

As relações entre valores e tipos motivacionais foram expressas em duas dimensões bipolares: abertura à mudança versus conservação e, autopromoção versus autotranscendência. O modelo é apresentado a seguir(COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; PATO; TAMAYO, 2002; PATO, 2004; SCHWARTZ, 1992; 1994; 2012).

.

Figura 06 - Estrutura universal dos valores



Fonte: Schwartz (1992; 1994). Tradução: PATO (2004)

Os termos conformidade e tradição foram colocados juntos pois compartilham as mesmas metas. Tradição é representada na parte externa do círculo, indicando que este valor é considerado mais abstrato e absoluto do que conformidade. Por isso a oposição com outros valores é mais forte (SCHWARTZ, 1994; 2012).

Os agrupamentos bipolares (Autopromoção *versus* Autotranscendência; Conservação *versus* Abertura a mudança) captam os conflitos principais dos valores. Estes agrupamentos são, segundo Schwartz (2014), relações dinâmicas entre os valores apresentam metas similares, facilitando os estudos sobre valores. O agrupamento autotranscendência é associado a

pesquisa de comportamento pró-ambiental (PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Segundo Schwartz, estes valores são universais, pois representam objetivos e necessidades presentes em todas as culturas. Foram realizados diversos estudos transculturais com amostra em 82 países. Demonstrou-se que estes 10 valores são universais, pois 90% das culturas distingue-os. Nos 10% restante, algum valor acabou se misturando aos adjacentes. As relações bipolares foram confirmadas. Este resultado demonstra que o modelo circular contínuo de motivação é correto (SCHWARTZ, 1992, 1994, 2006; 2012).

Schwartz *et al.* (2012) apresentou um refinamento deste modelo circular de 10 valores. Neste novo trabalho alguns valores foram divididos em itens mais específicos, buscando um maior poder preditivo do modelo. Estes itens apresentavam mais de uma faceta (como auto direção que pode referir-se a ação ou pensamento). Ao distinguir estes itens por suas facetas o modelo torna-se mais exato. Este novo modelo não invalida as pesquisas anteriores. Os autores consideram que estas divisões podem ser reagrupadas conforme os 10 valores anteriores, sendo apenas um refinamento das mesmas. As divisões realizadas são apresentadas abaixo.

Quadro 05 – Comparação entre os 10 valores originais de Schwartz e os 19 atuais

Auto Direção	Auto Direção Pensamento
	Auto Direção Ação
Estimulação	Estimulação
Hedonismo	Hedonismo
Realização	Realização
Poder	Poder Dominância
	Poder Recursos
Segurança	Imagem (face)
	Segurança Pessoal
	Segurança Sociedade
Tradição	Tradição
Conformidade	Conformidade Regras
	Conformidade Interpessoal
Humildade	Humildade
Benevolência	Benevolência Cuidado
	Benevolência Confiabilidade
Universalismo	Universalismo Preocupação
	Universalismo Natureza
	Universalismo Tolerância

Fonte: Schwartz *et al.* (2012). Tradução livre.

O valor Auto Direção (que se refere à necessidade de domínio, controle e autonomia) divide-se em dois subtipos: Autonomia de pensamento, liberdade para desenvolver-se intelectualmente, e; Autonomia de ação que indica a liberdade para agir na direção de seus próprios objetivos. Os valores Estimulação, Hedonismo e Realização mantiveram-se como valores únicos. Estimulação refere-se à necessidade de constantes estímulos novos; Hedonismo ao prazer e satisfação dos sentidos; e Realização refere-se ao sucesso alcançado segundo as normas sociais estabelecidas (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

O valor Poder apresentou três subtipos: Poder Dominância, que se refere ao domínio sobre as pessoas; Poder Recursos, refere-se ao controle dos recursos materiais; e Fachada, refere-se ao controle do prestígio e da imagem pública. O valor Fachada contém elementos dos valores originais poder e segurança. O valor Segurança subdividiu-se em Fachada, Segurança Pessoal e Segurança Social. Segurança Pessoal envolve o sentimento de pertença, a segurança em relação às pessoas próximas de si, de que os entes queridos estejam saudáveis, que é possível contar com eles. Segurança Social refere-se à segurança do país, do governo e da ordem social (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

O valor tradição manteve-se sem subdivisões, representando o objetivo de manutenção e preservação da cultura. Entretanto, alguns itens atrelados a este valor demonstraram estar medindo humildade. Schwartz *et al.* (2012) consideraram que estes valores são conceitualmente distintos, portanto, Humildade constitui um novo valor que expressa a satisfação com o que se tem, sem pedir mais, modéstia e submissão as circunstâncias da vida. O valor conformidade apresentou duas subdivisões: Conformidade Regras, que se refere ao cumprimento das expectativas sociais, comportar-se conforme regras e leis. Conformidade Interpessoal, que

significa evitar perturbar os demais, demonstrar respeito e educação perante os outros (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

O valor Benevolência apresentou elementos de dois subtipos: “Cuidado”, conectados ao sentimento de ser útil, trabalhar para o bem-estar dos demais; e “Confiabilidade”, referindo-se a ser confiável perante o grupo. Quanto a este segundo subitem, os autores indicam que ele parece estar conectado a fatores de conformidade. O valor Universalismo subdividiu-se em Preocupação Social (nomeado como Universalismo Preocupação), referente à igualdade e justiça a todos; Natureza, proteção ao meio ambiente; e Tolerância, aceitação e tolerância para com os demais. O quadro a seguir apresenta as metas motivacionais destes valores.

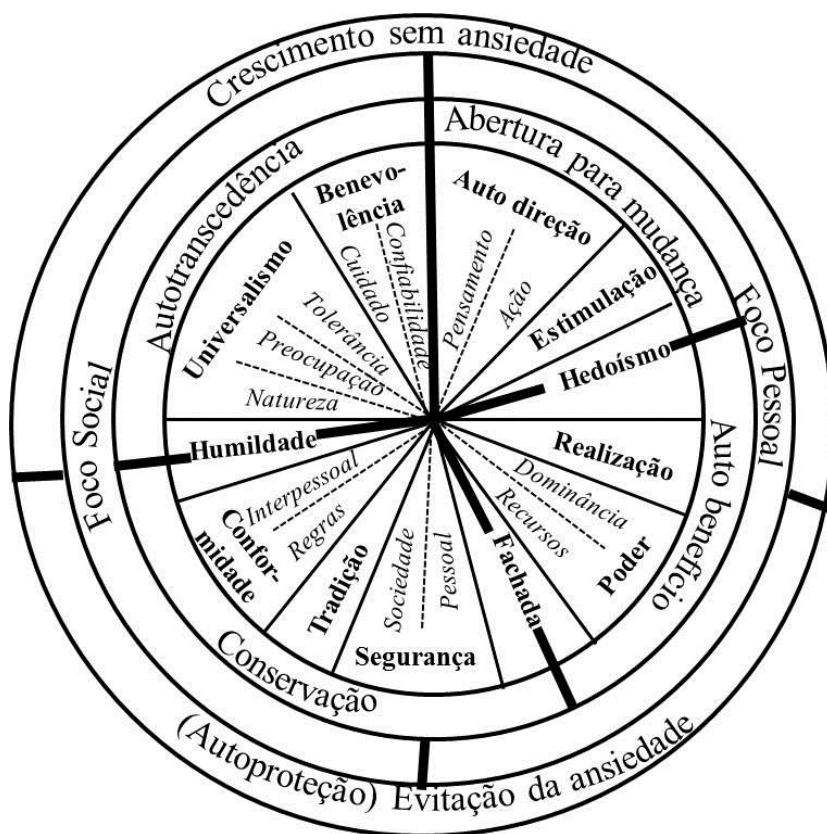
Quadro 06 – 19 Valores do Refinamento da Teoria de Valores de Schwartz e suas metas motivacionais

Valor	Definições conceituais através de metas motivacionais
Auto- direção pensamento	Liberdade para cultivar suas próprias ideias e habilidades
Auto-direção ação	A liberdade para determinar suas próprias ações
Estimulação	Excitação, novidade e mudança
Hedonismo	O prazer e a satisfação sensorial
Realização	Sucesso de acordo com as normas sociais
Poder-dominância	Poder através do controle sobre as pessoas
Poder-Recursos	Poder através do controle de recursos sociais e materiais
Fachada (face)	Segurança e poder através da manutenção de sua imagem pública e evitando humilhação
Segurança Pessoal	Segurança em relação aos que são próximos
Segurança Social	Segurança e estabilidade na sociedade em geral
Tradição	Manutenção e preservação da cultura, família ou tradições religiosas
Conformidade – Regras	O cumprimento das regras, leis e obrigações formais
Conformidade - Interpessoal	Evitar perturbar ou prejudicar outras pessoas
Humildade	Reconhecendo sua menor importância na organização maior das coisas
Benevolência-Confabilidade	Ser um membro seguro e confiável do grupo
Benevolência-Cuidado	Devoção ao bem-estar dos membros do grupo
Universalismo-Preocupação Social	Compromisso com a igualdade, a justiça e a segurança e igual proteção de todos.
Universalismo-Natureza	Preservação do ambiente natural
Universalismo-Tolerância	Aceitação e compreensão daqueles que são diferentes de si

Fonte: Schwartz *et al.* (2012). Tradução livre.

O autor também refinou o modelo circular contínuo já apresentado anteriormente. Esta organização, tal qual a anterior, é hierárquica e os valores próximos são conectados e os distantes são opostos. É possível observar esta organização na Figura 07.

Figura 07 – Contínuo Motivacional de 19 Valores



Fonte: Schwartz *et al.* (2012). Tradução livre.

Como apresentado na Figura 07, os 19 valores são distribuídos de forma circular. Embasado na ordem dos valores, em seus conflitos e compatibilidades, os autores propuseram novos agrupamentos de valores (SCHWARTZ *et al.*, 2012). O círculo mais próximo dos valores é dividido em quatro agrupamentos, apresentando dois conflitos bipolares e já utilizado originalmente na Teoria de Valores Universais. As dimensões opostas Abertura à Mudança e Conservação representa o primeiro conflito bipolar. Os valores Auto direção – Pensamento, Auto Direção – Ação, Estimulação e Hedonismo representam o gosto por mudanças, a busca por novidades e liberdade de pensar e agir. Opondo-se aos valores Humildade, Conformidade Interpessoal, Conformidade Regras, Tradição, Segurança Sociedade, Segurança Pessoal e Fachada. Estes valores indicam meta de conservar e valorizar as coisas como estão (SCHWARTZ, 1992; 1994; 2012; SCHWARTZ *et al.*, 2012).

A segunda relação apresentada neste círculo refere-se à Auto Transcendência e ao Autobenefício. Os valores Humildade, Benevolência Cuidado, Benevolência Confiabilidade, Universalismo Preocupação, Universalismo Natureza, Universalismo Tolerância estão agrupados na dimensão Auto Transcendência e representam a necessidade de pensar nos demais e priorizar o bem-estar geral. Já os valores Hedonismo, Realização, Poder Dominância, Poder Recursos e Fachada representam metas com foco em seus próprios interesses. (SCHWARTZ, 1992; 1994; 2012; SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Destaca-se que os valores Humildade, Fachada e Hedonismo estão presentes em dois agrupamentos ao mesmo tempo. Eles representam valores na fronteira entre os tipos de motivações, guardando elementos de ambos.

O segundo círculo após os valores divide-os em duas metades e indica os domínios de Foco Social (lado direito) e Foco Pessoal (lado esquerdo). Os valores agrupados sob o Foco

Social indicam a preocupação social, com o bem-estar dos demais e das instituições sociais. O Foco Pessoal representa os valores que colocam o próprio bem-estar acima dos demais (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

O círculo mais distante dos valores representa o conflito Crescimento sem ansiedade versus Evitação da ansiedade (autoproteção). Os valores da parte de cima do círculo (Crescimento sem ansiedade) são indicados que suas motivações não estão conectadas a momentos de ansiedade. Os valores da parte de baixo do círculo estão conectados a sentimentos de maior ansiedade, por isso representam uma busca de evitar este sentimento. Segurança, por exemplo, é um valor conectado à necessidade de evitar a ansiedade de perder alguém. Em pesquisa empírica, evidenciou-se que humildade e conformidade interpessoal podem ser motivados pelas duas dimensões deste conflito (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Para medir o modelo proposto, Schwartz *et al.* (2012) criou o Questionário de Valores Universais. Seu estudo foi validado por meio da aplicação de 15 amostras em 10 países. A aplicação do instrumento deu suporte ao refinamento proposto da teoria, indicando 19 itens distintos e a maior previsibilidade deste modelo comparado aos 10 valores originais. Também confirmou as relações apresentadas no modelo circular com uma exceção: os valores referentes à benevolência e ao universalismo foram dispostos na teoria de forma diferente a apresentada na prática. Na teoria benevolência estaria próximo a Humildade e Universalismo estaria próximo aos valores de Auto Direção. O modelo apresentado na Figura 07 representa os achados na aplicação da pesquisa (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Na presente pesquisa optou-se por aplicar o questionário PVQ5X, pois seu modelo teórico apresenta possibilidade de maiores relações com comportamento sustentável. Os novos itens incluídos na Teoria dos Valores Universais permitem maior entendimento das dimensões e dos

pilares do comportamento sustentável apresentado no grupo de pesquisa. Em comparação com o modelo de Ajzen (1991), acredita-se que a Teoria de Valores universais demonstra maior poder preditivo. Seu modelo explicativo já foi utilizado em pesquisas semelhantes com sucesso (COELHO; GOUVEIA; MILFONT, 2006; PATO, 2004; PATO; TAMAYO, 2002; CAIXETA, 2010).

Os valores e os agrupamentos referentes ao comportamento sustentável foram considerados a partir de pesquisas similares sobre comportamento de proteção ambiental. Os valores de transcendência, equidade, altruísmo e benevolência estão associados ao comportamento sustentável e ambiental. Segundo Pato (2004) o valor universalismo é o mais conectado ao comportamento ecológico, e os valores conectados à autotranscendência apresentam conexão a crenças antropocêntricas (PATO, 2004; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM *et al.*, 2013).

2.4.3 DISCUSSÕES SOBRE TEORIA DE VALORES UNIVERSAIS

Gouveia, Milfont e Guerra (2014) apresentaram críticas à Teoria Universal de Valores de Schwartz, indicando que os estudos de Schwartz têm diferido em quantos são os Valores Universais, se oito, dez ou dezenove, o que causa confusão entre os pesquisadores (SCHWARTZ, 1992; 1994; 2012; GOUVEIA; MILFONT; GUERRA, 2014).

Schwartz (2014) e Schwartz *et al.* (2012) indicam que a representação do Contínuo Circular de sua teoria é uma representação arbitrária da disposição dos Valores, porém a relação proposta entre os valores é comprovada em pesquisas. A variação de número de valores dentro deste modelo não contradiz a ideia inicial, pois o círculo pode ser estudado e representado de diferentes formas, seguindo o enfoque da pesquisa (podem ser utilizados apenas os valores que

interessam à pesquisa, ou pares de relações). Os 19 valores podem ser reagrupados em 10, pois são especificações com metas similares.

Os autores Gouveia, Milfont e Guerra (2014) propõem a Teoria Funcional dos Valores, embasados nas premissas também presentes no estudo de Schwartz que indicam que valores orientam as ações e são expressões de necessidades cognitivas. Sua teoria pode ser representada por uma matriz que cruza necessidades de sobrevivência e de prosperidade com orientações comportamentais individuais, centrais e sociais. A representação de sua matriz pode ser vista na Figura a seguir.

Figura 08 - Matriz de Valores de Gouveia, Milfont e Guerra (2014)

		<i>Valores como guia de ações (círculo de metas)</i>		
		<i>Metas pessoais (o indivíduo por si mesmo)</i>	<i>Metas centrais (o objetivo geral da vida)</i>	<i>Metas Sociais (o indivíduo na comunidade)</i>
<i>Valores como expressão de necessidades (nível de necessidades)</i>	<i>Necessidades de Prosperidade (vida como fonte de oportunidade)</i>	Valores de Excitação Emoção Prazer Sexualidade	Valores Suprapessoal Beleza Conhecimento Maturidade	Valores de Interação Afetividade Pertença Apoio
	<i>Necessidades de Sobrevivência (vida como fonte de ameaças)</i>	Valores de Promoção Poder Prestígio Sucesso	Valores de Existência Saúde Estabilidade Sobrevivência	Valores Normativos Obediência Religiosidade Tradição

Fonte: Gouveia, Milfont e Guerra (2014). Tradução livre

Os valores são distribuídos segundo dois parâmetros. O primeiro parâmetro distribui valores como “guias para ações” e são divididos entre metas pessoais; metas centrais; e metas sociais. O segundo parâmetro indica a divisão segundo as necessidades expressadas pelos valores, que, por sua vez, é

dividida entre necessidades de sobrevivência (necessidades biológicas e sociais básicas) e de prosperidade (representam princípios e ideias mais abstratos) (GOUVEIA; MILFONT; GUERRA, 2014).

Em comparação à Schwartz (1992; 1994; 2012; *et al.*, 2012), Gouveia, Milfont e Guerra (2014) indicam que os valores apresentados em sua matriz representam as relações indicadas na Teoria de Valores Universais, considerando que sua teoria mais concisa é um avanço.

Segundo Schwartz (2014), a teoria de Gouveia, Milfont e Guerra (2014) é funcional, como indicado em seu nome, mas não mais que sua teoria inicial. A dimensão de metas que orientam ações também é descrita em Schwartz. A segunda dimensão da matriz, representação de necessidades humanas, divide os valores entre necessidades de sobrevivência e de prosperidade; estas dimensões são comparadas aos agrupamentos Evitação da ansiedade e Crescimento, presentes em Schwartz *et al.* (2012).

A teoria apresentada por Gouveia, Milfont e Guerra (2014) não apresenta valores cuja a preocupação seja com os outros (valores de autotranscedência que motivam o comportamento pró-social). Sua teoria apresenta “Valores Interativos” que tratam de necessidades individuais de interação. Valores de autonomia também foram deixados de fora da teoria. As Metas Centrais são descritas como correspondentes a metas pessoais e sociais, mas seus itens podem representar ambas as metas ou nenhuma das duas. Assim as relações apresentadas pelos autores não cobrem todas as relações apresentadas na Teoria de Valores Universais, sendo mais restrita (SCHWARTZ, 2014).

Assim, considera-se que a Teoria de Valores Funcionais (GOUVEIA; MILFONT; GUERRA, 2014) necessita de mais estudos e não se apresenta como uma real alternativa a pesquisa de Valores. A teoria de Schwartz (1992;

1994; 2012; *et al.*, 2012) permanece como referência para o estudo tanto de valores, como predição de comportamentos.

Em relação aos estudos específicos da realidade brasileira, Tamayo e Schwartz (1993) pesquisaram a estrutura motivacional dos valores humanos em professores de escola e alunos universitários. Os resultados para essas amostras indicaram que Conformidade, Tradição e Segurança ocuparam uma única área e o valor de Universalismo (traduzido como Filantropia pelos autores) misturou-se à Benevolência.

O trabalho de Tamayo e Schawartz (1993) também buscou analisar a existência de quatro valores específicos da realidade brasileira: esperto - driblar obstáculos para conseguir o que quero; sonhador - manter uma visão otimista do futuro; vaidade - preocupação e cuidado com a aparência; trabalho - ter um modo digno de ganhar a vida.

O valor esperto está conectado ao chamado “jeitinho brasileiro”. Esta maneira de resolver os problemas, considerada tradicionalmente brasileira, é definida por Smith *et al* (2012) como uma engenhosidade criativa e audaciosa, que pode se referir a burlar regras e envolver outras pessoas, para resolver problemas a curto prazo.

As amostras da pesquisa de Tamayo e Schwartz (1993) apresentaram resultados diferentes para o valor sonhador: os alunos conectaram sua visão otimista ao bem estar da família e amigos (benevolência), enquanto os professores apresentaram o valor sonhador agregado ao bem estar geral (universalismo). O valor esperto aparece conectado a auto realização. Já trabalho, tem sua meta motivacional conectada à benevolência, diferentemente dos demais países pesquisados, onde aparece conectado a Auto Realização e Vaidade está ligado a poder. A pesquisa também demonstrou baixa autonomia emocional e intelectual e altos valores de conservadorismo e hierarquia nas amostras pesquisadas.

Tamayo (1994) corrobora com estes resultados indicando que estes quatro itens são realmente valores

característicos da amostra brasileira e integram o modelo de Schwartz (1994). Considerando que o modelo de Schwartz apresenta 10 valores universais, presentes em todos os países, estes valores podem conter subitens que representam a expressão deste valor naquela população. Assim, o valor Poder pode ser dividido entre riqueza, status social, entre outros. Estes subitens podem ser medidos separadamente. Para a pesquisa de Tamayo (1994) foram hierarquizados 56 valores.

O valor trabalho destacou-se dentro desta pesquisa (TAMAYO; 1994), aparecendo como uma das metas mais importantes para as amostras (estudantes universitários e professores escolares). O autor destaca que este resultado contradiz a crença de que brasileiros não gostam de trabalhar, apesar de sua amostra não ser representativa para todos os brasileiros. Entretanto, é importante destacar que o valor trabalho é conectado ao modo como se trabalha (dignamente).

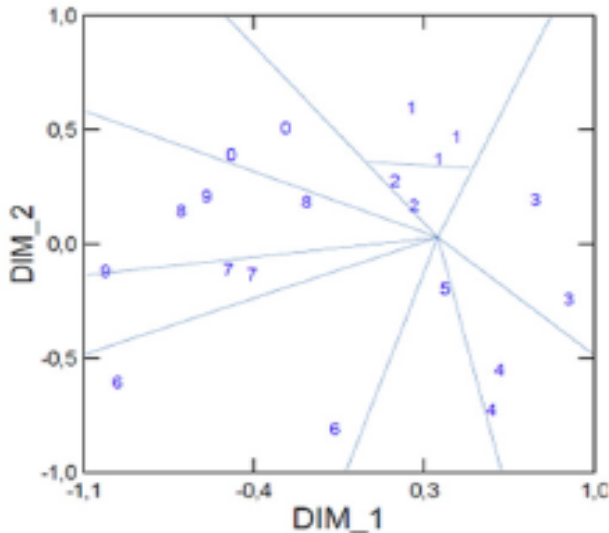
Este fato indica que ao comparar com outros países é possível ter uma percepção de que os brasileiros encaram o trabalho de forma bastante diferente, pois para a maioria dos países o trabalho está conectado à Riqueza. Nesta mesma pesquisa, o valor riqueza apareceu em uma das últimas posições hierárquicas, demonstrando que é importante ter um trabalho digno, mas não ser rico. Estas ideias condizem com os achados de Tamayo e Schwartz (1993) que indicam que trabalho está conectado a benevolência no Brasil.

Torres *et al.* (2012) destaca que não apenas cada país tem uma cultura diferente dos demais, como existem subculturas importantes dentro de cada país. Em sua pesquisa, os autores consideraram que estudos anteriores trataram dos valores brasileiros como homogêneos em detrimento de estudos regionais. Assim, a pesquisa buscou validar a hipótese de que cada região brasileira possui uma subcultura, realizando uma meta análise dos estudos já realizados no país de 1994 a 2012 como SVS.

Sobre a região Sul, Torres *et al.* (2012) consideram que esta região cresceu a partir da chegada de imigrantes europeus que mantiveram suas tradições e costumes, destacando-se os alemães e os italianos. A base econômica é a agricultura familiar. Isto indica que valores como Tradição, Conformidade e Segurança são elementos históricos da região e apresentam maior aderência do que outras regiões. Considerando também que os imigrantes criaram pequenas colônias que representavam parte de seu país aqui, valores de foco mais pessoal, como estimulação, aparecem de maneira mais forte do que outras regiões.

Os autores (TORRES *et al.*; 2012) destacam ainda o valor universalismo como fortemente presente na amostra da pesquisa, indicando que este valor é uma herança dos imigrantes europeus, considerando que o universalismo apresenta uma mistura de valores pessoais e individuais. Os resultados demonstraram que a região sul apresenta o valor Conservação mais elevado (também a região nordeste), assim como Estimulação se comparado a outras regiões do país. Teixeira *et al.* (2014) realizou amplo estudo para validação da escala PVQ-21 e da estrutura de Valores Universais de Schwartz (1992; 1994; 2006; 2012) para o Brasil. O autor aponta que apesar de bastante utilizada no mundo em centenas de pesquisa e já aplicada ao Brasil em outros estudos, faltava um estudo representativo da escala no Brasil. A pesquisa indicou que os resultados brasileiros são compatíveis com a estrutura proposta na teoria. Abaixo segue o diagrama com o posicionamento dos Valores Universais segundo a amostra brasileira.

Figura 09 - Diagrama do posicionamento dos Valores Universais de Schwartz em amostra brasileira



Legenda: 1–Universalismo; 2–Benevolência; 3–Tradição; 4–Conformidade; 5–Segurança; 6–Poder; 7–Realização; 8–Hedonismo; 9–Estimulação; 0–Autodireção

Fonte: Teixeira et al. (2014)

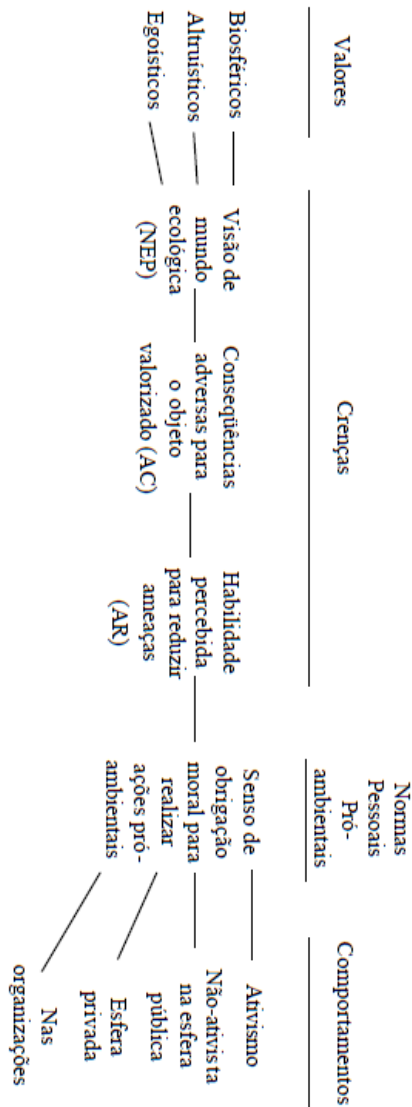
Este diagrama de posicionamento busca confirmar o modelo circular de Schwartz (1996; 2006; 2012) para a amostra brasileira. Os valores Hedonismo (8) e Estimulação (9) demonstraram estar em uma mesma região do Contínuo. Esta junção pode ser explicada por fatores da cultura brasileira em que a busca por prazeres afetivos e sensuais está conectada à vivência de novidades. O autor cita o carnaval, a importância da comida e o “jeitinho” brasileiro como demonstração desta cultura (TEIXEIRA *et al*, 2014).

O valor Universalismo (1) se apresentou separado de Benevolência (2), mas em um mesmo vértice do círculo, de forma que o primeiro ficou na porção mais externa do círculo do que o segundo. Segundo Schwartz (1992; 2012), os valores situados nas áreas mais externas do círculo demonstram maior abstração em relação aos mais próximos do centro. Texeira *et al.* (2014) indicou que o valor de preservação da natureza (aqui como item do valor universalismo) no Brasil, não é traduzido em práticas cotidianas, o que explicaria este resultado.

Na proposta de Schwartz (1992; 1994) os valores tradição (3) e conformidade (4) são adjacentes no círculo, demonstrando que não são percebidos como um mais abstrato que o outro. No dia a dia do brasileiro estão presentes diversas tradições e costumes, como comemorações, tipos de comida e festas religiosas. A conformidade também se faz presente através de normas sociais, refletidas em ideias como “Manda quem pode, obedece quem tem juízo” (TEIXEIRA *et al.*, 2014).

Sobre pesquisas ligadas ao comportamento sustentável, destaca-se o estudo de Stern, Dietz e Kalof (1993) que propuseram um modelo adaptado do modelo de Schwartz (1992; 1994) exclusivamente para variáveis ambientais. Eles acrescentaram ao modelo original os seguintes itens: valores proteção do ambiente, prevenção da poluição e respeitando a Terra. Os autores consideram que os valores são divididos em três orientações: egoística, valores relacionados a satisfazer seus próprios interesses; social-altruística, orientação para os outros seres humanos; e, a biosférica, orientação para o equilíbrio das necessidades do ser humano e das demais espécies. Na figura a seguir, apresenta-se o modelo proposto pelos autores (STERN; DIETZ; KALOF, 1993; STERN; DIETZ, 1994; STERN, 2000; PATO, 2004).

Figura 10 - Modelo de Organização de Valores, Crenças, Normas e Comportamentos



Fonte: Stern (2000) traduzido por Pato (2004)

O modelo apresentado foi proposto por Stern (2000) e indica que as normas pessoais são a principal base para o comportamento ambientalmente responsável e a única variável que conectou todas as condutas ambientais apresentadas. Este achado é confirmado por Groot, Abrahamse e Jones (2013) em seu estudo sobre normas sociais e pessoais que incentivam a diminuição do uso de sacolas plásticas grátis: as normas pessoais influenciaram mais o comportamento pró-ambiental que normas sociais. O estudo também indicou que os valores possuem uma conexão e influência maior com normas pessoais, e maior distanciamento com normas sociais.

Os valores são considerados por Stern (2000) bastante estáveis em adultos e responsáveis por influenciar as crenças e as normas. A pesquisa realizada indica que os valores de autotranscendência são conectados a comportamentos de proteção ambiental.

Em comparação entre os estudos, Stern, Dietz e Kalof (1993) propõe agrupamentos semelhantes ao proposto por Schwartz (1994). Considera-se entretanto que a Teoria de Valores Universais possui maior poder de predição pois se tem a disposição de relações dinâmicas bipolares, enquanto os agrupamentos de Stern, Dietz e Kalof (1993) representam dimensões unipolares, sendo um modelo mais simples. Ainda assim é possível construir um paralelo com a relação entre autopromoção, correspondente a orientação egoística, e autotranscendência, correspondente as orientações social-altruística e biosférica (SCHWARTZ, 1992; 1994; STERN; DIETZ; KALOF, 1993; STERN; DIETZ, 1994; PATO, 2004).

Segundo Pato (2004) a pesquisa de Stern, Dietz e Kalof (1993) contribuiu ao estudo do Comportamento Ecológico através de valores na medida em que propuseram um modelo de entendimento relacionando valores, crenças, normas e comportamento. Entretanto, o estudo reduz o modelo de Schwartz (1992; 1994) à apenas três dimensões, e estas

dimensões ignoram comportamentos importantes de racionalização do consumo.

Pato (2004) e Caixeta (2010) desenvolveram suas pesquisas sobre comportamento ecológico utilizando a teoria de Schwartz, como base do modelo explicativo de suas teorias, e a Teoria de Ajzen como complementar, explicando as normas como mediadores dos valores, demonstrando que juntas essas teorias têm maior poder preditivo que quando utilizadas isoladamente.

Pato (2004) buscou entender a relação entre valores e crenças enquanto preditores do comportamento ecológico. Segundo sua pesquisa valores, crenças, normas e atitudes são temas relacionados e antecedentes do comportamento ecológico. A autora concluiu que valores são essenciais no estudo do comportamento ecológico, mas a relação entre valores e comportamentos não é direta. Assim, o estudo das crenças ambientais complementa o modelo e o torna mais eficaz. A relação entre valores e crenças na formação de um comportamento ambiental é confirmada por Stern e Dietz (1994) e Corraliza e Berenguer (2000).

Pato (2004) considera então que as crenças representam a visão de mundo de cada pessoa e são filtros para perceber o mundo e orientar o comportamento. Assim, utiliza os conceitos de crenças e os estudos de Ajzen (1980; 1991) para investigar melhor esta relação. Dentro dessa perspectiva, propõe que as motivações ligadas aos valores de autotranscendência estariam ligadas a crenças ecocêntricas. Já os valores de autopromoção estariam ligados a crenças antropocêntricas. A autora ainda destaca que o tipo motivacional Universalismo é o mais fortemente conectado a crenças ecocêntricas e comportamentos ecológicos (PATO, 2004).

Os achados de Pato (2004) oferecem um modelo direto para medição de comportamento sustentável, pois a relação entre valores e comportamento ecológico pode ser transposta para o comportamento sustentável. Um destaque se faz para a

importância de se compreender as motivações do comportamento ambiental para melhorar as intervenções possíveis. As pessoas com orientação a valores de autopromoção motivam-se mais por uma relação custo-benefício do que apenas o bem maior do planeta - orientação universalista (PATO, 2004).

As escalas utilizadas por Pato (2004) foram validadas com a participação de estudantes voluntários, portanto validada apenas para esta população. O questionário aplicado é de auto relato, ou seja, o sujeito indica quais ações faz ou não. Seria importante que em questionários como estes, sejam incluídos itens de desejabilidade social, que indicassem quais comportamentos o sujeito acredita que sejam desejados socialmente (e que poderia declarar fazer para cumprir a norma).

Caixeta (2010) estudou a influência do meio para atitudes e comportamentos ecológicos. Assim buscou responder se os funcionários de uma instituição ou setores de instituições que lidam diretamente com a preservação do meio ambiente agem diferentemente daqueles de instituições e setores que não têm essa missão.

Os resultados da pesquisa de Caixeta (2010) revelaram que os funcionários de instituições cuja missão é proteger o meio ambiente demonstraram mais crenças ecocêntricas do que aqueles pertencentes a instituições que cuja missão não é proteger o meio ambiente. Também foram comparadas as missões dos setores, indicando que aqueles que trabalhavam em setores diretamente ligados a proteção ambiental, apresentavam crenças mais ecocêntricas que aqueles que trabalhavam em setores cuja missão não era esta. Os dados também revelaram que o setor de atuação teve maior influência do que a instituição em si, denotando que o trabalho em um setor que cuida do meio ambiente exerce mais influência do que a própria organização.

A pesquisa de Caixeta (2010) apresenta algumas limitações. Seu instrumento foi construído a partir de outros, sem validação segundo a Psicometria. A autora indica a falta de um instrumento que avalie especificamente crenças ambientais. Estas limitações sugerem que o instrumento mais adequado a presente pesquisa é o modelo dos Valores Universais (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

Alguns pesquisadores estudaram quais valores estão conectados a conduta de proteção ambiental, identificando os valores de autotranscendência e altruístas: Humildade, Benevolência e Universalismo (KARP, 1996; STERN *et al.*, 1995; STERN *et al.*, 1999; STERN, 2000; KAISER *et al.*, 1999).

Stern (2000) sugere que os valores conectados a Auto Benefício e Conservação são negativamente associados ao Comportamento Ambiental. Segundo Schwartz (2014) os valores de Autotranscendência de sua teoria são os que melhor expressam o comportamento pró-social, expressando uma preocupação com o bem-estar dos demais. Corral-Verdugo *et al* (2013) indicam que os comportamentos pró-ambientais e pró-sociais estão conectados a valores de Humanidade, Justiça e Temperança.

Pelo apresentado nestas pesquisas, conclui-se que os valores Humildade, Benevolência Cuidado, Benevolência Confiabilidade, Universalismo Preocupação, Universalismo Natureza e Universalismo Tolerância da Teoria Universal de Schwartz *et al.* (2012) são os valores conectados com o Comportamento Sustentável. As pesquisas não fazem referência ao comportamento de sustentabilidade do pilar econômico. Entretanto, é possível supor que, assim como o comportamento de proteção ambiental e pró-social, este comportamento específico está conectado aos valores de autotranscendência na medida em que busca o bem estar do grupo acima do individual.

2.5 EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

A Educação para a Sustentabilidade ou Educação para o Desenvolvimento Sustentável (EDS) é um termo que vem sendo estudado e que cuja história está atrelada à Educação Ambiental (EA). Segundo a UNESCO (2002) a Educação para o Desenvolvimento Sustentável é um conceito dinâmico que busca instrumentalizar indivíduos e sociedades através de habilidades, perspectivas, conhecimento e valores em prol do equilíbrio entre o bem-estar humano e econômico com as tradições culturais e preservação dos recursos naturais do planeta. É a educação que busca promover o desenvolvimento preservando os recursos para as gerações futuras.

Alguns autores indicam que a Educação Ambiental está mais focada nas questões do meio ambiente. O autor Dias (2004) apresenta que o cerne da educação ambiental é desenvolver conhecimentos, compreensão, habilidades e motivação para adquirir valores, mentalidades e atitudes que são necessários para lidar com questões e problemas ambientais e encontrar soluções ambientais. Para Sauvé (1997; 2005) a Educação Ambiental sempre é limitada à proteção do ambiente natural. A EDS apresenta-se como uma remodelação tratando da relação entre homem e natureza, buscando incluir as questões sociais e econômicas.

Loureiro (2006) considera que a Educação Ambiental no Brasil é elemento de transformação social, buscando autonomia e liberdade humana e a redefinição das relações na sociedade como um todo. Seu conceito abrange itens sociais, econômicos e ambientais de forma crítica. Carvalho (2011) indica que a Educação Ambiental precisa ser crítica na medida em que se pauta na emancipação do sujeito histórico e socialmente localizado. Se não for assim, a EA tende a ingenuidade de considerar qualquer conjunto de boas práticas como educação, o que não é.

Hasselink, Kempen e Wals (2000) e Sauve (1997; 2005) indicam que existem diferentes perspectivas sobre a relação entre Educação Ambiental (EA) e Educação para o Desenvolvimento Sustentável (EDS). Os autores resumem quatro relações presentes na literatura: (1) a EA é parte da EDS, sendo a Educação para Sustentabilidade mais ampla que a Educação Ambiental, que enfoca apenas no ambiental; (2) a EDS é parte integrante da EA, neste caso a Educação Ambiental seria a questão mais ampla e a EDS é apenas uma orientação dos estudos; (3) os termos referem-se a itens diferentes que sobrepõem-se parcialmente; (4) A EDS é a evolução da EA.

Barbieri e Silva (2011) indicam que a UNESCO (1997) compreende a Educação para o Desenvolvimento Sustentável como uma evolução da EA (perspectiva 4), reformulando-a em escala global de forma ambiciosa. Os autores ainda destacam que a UNESCO (2005) utiliza como similares as expressões “educação para a sustentabilidade”, “educação para um futuro sustentável”, “educação para o desenvolvimento sustentável”.

A principal crítica aos conceitos da ONU e da UNESCO é que as ideias apresentadas na Agenda 21 e em suas avaliações foram realizadas em fóruns políticos e econômicos, de forma independente dos educadores. A principal declaração dos estudiosos é que a EDS é confusa conceitualmente e, no contexto brasileiro, a educação ambiental já inclui as questões sociais e econômicas e que a troca de termos pode significar a perda de um capital simbólico importante, já que a Educação Ambiental é difundida no país, com um número expressivo de estudos e aplicações (BARBIERI; SILVA, 2011).

Barbiere e Silva (2011) apontam que a Educação Ambiental é de suma importância para os estudos de sustentabilidade. Entretanto, diante da percepção que diversos estudos e ações tem como foco apenas as questões ambientais, acredita-se que o uso de um termo que destaque a sustentabilidade como um todo seja necessário.

A discussão vem ao encontro dos problemas apresentados pelo termo Desenvolvimento Sustentável, o qual é apontado como excessivamente inexpressivo e maleável, sendo utilizado por diversas pessoas e instituições para referir-se a ideias diferentes (LÉLÉ, 1991; BARBIERI; SILVA, 2011; CALDWELL, 1993; COELHO, 2014; LÉLÉ, 1991).

Na pesquisa aqui apresentada, considerando as discussões de Lélé (1991), Barbieri e Silva (2011), Hasselink, Kempen e Wals (2000) e Sauve (1997; 2005), optou-se pela utilização do termo Educação para a Sustentabilidade, que se apresenta como uma alternativa para destacar os três pilares da sustentabilidade dentro da educação, explicitando-os no nome. Considera-se que o termo é sinônimo de Educação para o Desenvolvimento Sustentável e para Educação Ambiental, entretanto serão respeitados no texto os termos utilizados originalmente pelos autores ao citar suas ideias.

As discussões acerca da Educação Ambiental, iniciam-se após a Segunda Guerra Mundial. Diversas iniciativas mundiais surgiram em busca da paz. Em 1946, como parte destas ações, a ONU cria a UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) com intuito de discutir sobre a Educação em geral e a Educação Ambiental. Barbieri e Silva (2011) avaliam que a origem da educação ambiental está conectada à criação do termo pela UNESCO e suas histórias se misturam (BARBIERI; SILVA, 2011; UNESCO, 2014; 2015a).

Já durante a conferência de Estocolmo (ONU, 1972) a educação ambiental foi considerada essencial para o desenvolvimento sustentável e a manutenção dos direitos básicos humanos. A conferência foi um marco sobre a importância da educação ambiental e determinou os rumos futuros do tema. A responsabilidade da promoção da educação ambiental passou a ser dividida entre UNESCO e PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente) que

juntas criaram o Programa Internacional de Educação Ambiental (PIEA) para a promoção de estudos sobre a Educação Ambiental (ONU, 1975; BARBIERI; SILVA, 2011; DIAS, 2004).

Em 1975 o PIEA promoveu o Seminário Internacional de Belgrado, onde foi publicada a Carta de Belgrado. Estabeleceu-se que a meta da Educação Ambiental é a melhora das relações ecológicas e a promoção da consciência mundial sobre o meio ambiente e sua conservação; através da conscientização, conhecimento, atitudes, habilidades, capacidade de avaliação e participação. O público-alvo destas ações envolve todas as formas de educação formal e informal. Apesar das definições apresentadas, a Carta de Belgrado não especifica ações concretas para a sua realização (BARBIERI; SILVA, 2011; BELGRADO, 1975; DIAS, 2004).

A publicação do relatório *Nosso Futuro comum* difundiu a ideia de desenvolvimento sustentável. A UNESCO foi convidada a desenvolver o capítulo 36 Agenda 21, desenvolvendo as premissas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável. As quatro grandes premissas são: Promoção e Melhoria da Educação Básica, Reorientação da educação existente em todos os níveis em direção ao Desenvolvimento Sustentável; Desenvolver Entendimento Público e Consciência da Sustentabilidade; Treinamento (CONFERÊNCIA, 1995; CMMAD, 1991; UNESCO, 2002)

Estas metas indicam a necessidade de rever a educação de modo que a ética da sustentabilidade esteja em todos os setores da sociedade, cada relação educacional deve estar permeada dos valores sustentáveis. A meta treinamento é especialmente focada em integrar as questões sustentáveis em todos os níveis administrativos e funcionais das organizações. A implementação das ações referentes ao proposto no capítulo 36 ficou a encargo da UNESCO que promoveu a iniciativa internacional “Educação para o Futuro Sustentável”

(CONFERÊNCIA, 1995; SAUVE, 1997; UNESCO, 2002; BARBIERI; SILVA, 2011).

Em 1996 a ONU realiza uma reavaliação da Agenda 21 e indica que se tornou evidente que a Educação Ambiental é essencial para aplicação de todo o restante dos programas propostos. A educação é considerada um meio para a mudança de valores, condutas e modos de vidas necessários para o desenvolvimento sustentável; difundir conhecimentos teóricos e práticos necessários para a melhor gestão e ordenação dos recursos naturais; informar a população para que tenham condições de optar em prol da sustentabilidade. O documento ainda destaca que a Educação para o desenvolvimento sustentável era um tema emergente e considerou-se o termo equivalente à educação ambiental para os efeitos do informe. Entretanto, a integração dos pilares ambiental, social e econômico mostrou-se um desafio (CDS, 1997).

Na Declaração de Thessaloniki reafirma-se que a Educação Ambiental é sinônimo da Educação voltada à sustentabilidade. Também é destacado que a sustentabilidade se refere não apenas ao meio ambiente, mas também as questões referentes à saúde, condições econômicas, segurança, alimentos, democracia, direitos humanos e paz. Seus estudos e implementações devem ser holísticos, interdisciplinares e considerar contextos locais, regionais e nacionais (UNESCO, 1997).

Em seu relatório, avaliando a década após a Rio-92, a UNESCO (2002) indica que a educação continuada de adultos é essencial o desenvolvimento sustentável. Para ser efetiva, a Educação para o Desenvolvimento Sustentável deve estender-se para além da escola, assim alcançará a conscientização da sociedade. Uma sociedade consciente e bem informada quanto as questões sustentáveis é, ao mesmo tempo, consequência e influência do processo da EDS, pois exercerá pressão para maior pressão sobre as instituições. A meta treinamento da Agenda 21 representa esta necessidade.

Em dezembro de 2002 a Assembleia Geral da ONU indicou de 2005 à 2014 a década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável, tornando a UNESCO a líder do movimento, sendo responsável por promover e implementar a EDS. A UNESCO destaca que a década representa uma rede de diversas organizações em prol da mobilização, difusão e informação da EDS. O principal desafio é o estímulo a mudanças de atitudes e comportamentos (UNESCO, 2005; BARBIERI; SILVA, 2011). Não foram encontrados estudos de análises dos resultados deste esforço.

No Brasil, até 1981 as discussões sobre Educação Ambiental eram bastante limitadas e seu ensino estava restrito a ciências biológicas. Neste ano, foi sancionada a Lei 6.938 de Política Nacional do Meio Ambiente, que impulsionou a discussão sobre o tema. Em 1985 a Secretaria de Estado de Meio Ambiente (SEMA) publicaria “Educação Ambiental”, documento que reconhece a educação ambiental como base para as ações do órgão (DIAS, 2004).

A constituição de 1988 traz a necessidade de promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e como consequência em 1989 o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis (IBAMA) é criado. Dias (2004) destaca que apenas após 15 anos da Conferência de Thessaloniki o governo tomou medidas para apresentar a Educação Ambiental a seus educadores (até então tomada como sinônimo de Ecologia). Com a criação do IBAMA, foi publicado o documento Projeto de Informações sobre a Educação Ambiental e aberto o grupo de Trabalho para Educação Ambiental em parceria entre o IBAMA e o MEC.

Em 1999 a lei 9.795, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, indica que a educação ambiental é de responsabilidade do poder público, das instituições educativas, dos órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente, dos meios de comunicação em massa e das organizações públicas e privadas.

Esta lei explicita a responsabilidade das organizações na Educação para a Sustentabilidade. As organizações, especialmente aquelas que dependem do meio em que estão inseridas, como turismo e hotelaria, devem responsabilizar-se por promover o comportamento sustentável em seus colaboradores e na comunidade. Estas ações são importantes não apenas para uma melhor relação entre a organização e a comunidade, mas para a preservação dos recursos e da organização a longo prazo.

A educação para a sustentabilidade nas empresas não deve limitar-se a treinamentos que desenvolvem respostas a questões econômicas (como economia de água dentro da organização). Estes treinamentos devem ir além da doutrinação do sujeito, promovendo a consciência crítica (GUIESTA, 2009).

2.5.1 ESTUDOS APLICADOS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL E EDUCAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Foram levantados alguns estudos aplicados da Educação para a Sustentabilidade para indicações do desenvolvimento do programa proposto nesta dissertação. Considerando que a educação voltada à sustentabilidade tem como objetivo promover valores, atitudes e comportamentos em prol do desenvolvimento sustentável (UNESCO, 2002), pode considerar-se que o Comportamento Sustentável é um de seus objetivos.

Também é importante destacar que os problemas ambientais são questões sociais também, e ambos são causados pela conduta humana. Assim, a mudança de paradigma inicia-se no comportamento individual (ZELEZNY; SCHULTZ 2000; PATO, 2004; OSKAMP, 2000).

Corral-Verdugo (2012) traz elementos do comportamento sustentável e de seus programas de incentivo.

O autor destaca que o comportamento sustentável vem sendo associado a questões negativas como culpa, medo, vergonha, desconforto, inconveniência e sacrifícios na maioria dos estudos. Mesmo pesquisas que buscam motivar o comportamento sustentável, apresentam como motivadores emocionais como o medo (por exemplo, o medo de os recursos acabarem). Há uma falta de compreensão das consequências positivas de se agir de forma sustentável e que, o estudo, através da Psicologia Positiva, pode auxiliar na compreensão por indicadores positivos.

Os autores das pesquisas que elencam aspectos negativos creem que é natural para o aprendizado humano as consequências negativas, exemplificando, por exemplo, que situações de alto risco ensinam importantes comportamentos de defesa (BAUMEISTER, *et al.* 2001; FROH, 2009; CORRAL-VERDUGO, 2012).

Nesta questão, é importante notar que apesar de experiências negativas serem importantes para o aprendizado, as consequências negativas estão mais ligadas ao aprendizado do que não fazer. Esta relação é frágil, pois as consequências negativas não ensinam o comportamento que deve ser realizado e sim aquele que *não deve ser realizado*. A melhor relação entre comportamento e reforço é quando o comportamento correto é reforçado positivamente. Assim campanhas que demonstrem os benefícios de economizar água, tendem a ser mais eficientes do que aquelas que apresente o que ocorre quando se desperdiça água (SKINNER, 1970; LOPES, 2008).

Além disso, a norma social tem grande importância para a realização de um comportamento: quando campanhas de incentivo ao comportamento sustentável sugerem comportamentos do que as pessoas comumente fazem ao contrário, tendem a ser ineficazes por trazerem um comportamento contrário à regra social vigente (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

Corral-Verdugo indica a necessidade de valorizar as consequências intrínsecas e extrínsecas positivas do comportamento esperado. Os comportamentos sustentáveis geram consequências extrínsecas de ganhos materiais e reforço social e intrínsecas de satisfação e autonomia e repercussões positivas, bem como sentimentos felizes e bem-estar. Destas, as consequências intrínsecas são mais importantes, pois não dependem do meio para ocorrer (YOUNG, 1993; 2000; IWATA, 2001; CORRAL-VERDUGO, 2012).

Mckenzie-Mohr e Schultz (2012) apresentam em sua pesquisa a utilização das ferramentas do Marketing Social de Base Comunitária (Community-based social marketing – CBSM) para a promoção de comportamentos sustentáveis. A CBSM é um processo de mudança que ocorre nas seguintes etapas: identificar o comportamento que deseja mudar; identificar as barreiras existentes; conceber uma estratégia para a mudança, diminuindo barreiras e aumentando benefícios; realizar uma aplicação piloto; e avaliar o impacto na comunidade.

A primeira ferramenta para mudança do comportamento é criar um compromisso. O compromisso aumenta a probabilidade que o comportamento ocorra, especialmente no sujeito que está motivado, mas não se envolveu em uma ação. Este compromisso deve ser exercido de forma livre, pois a coerção diminui a probabilidade do comportamento acontecer. Compromissos escritos são mais eficazes que apenas verbais. Além disso, compromissos duráveis, como trocar as lâmpadas por versões mais econômicas, estimulam as normas sociais e a difusão social (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

A difusão social é o processo em que um comportamento está sendo feito pela rede de pessoas. Quando a comunidade está exercendo determinados comportamentos, é mais provável de alguém começar a fazer também. As probabilidades aumentam se o comportamento difundido é visível (como reciclar o lixo). Comportamentos de baixa

visibilidade devem apoiar-se em compromissos duráveis para serem difundidos (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

A terceira ferramenta apresentada por McKenzie-Mohr e Schultz (2012) é a criação de metas. Os autores apontam que é mais provável que um comportamento ocorra se forem apresentadas metas claras, perguntando por exemplo quando eles pretendem praticar a ação com a qual se comprometeram. Gollwitzer (1999) comparou dois grupos de estudantes a quem foram sugeridos que fizessem um trabalho durante as férias para obter créditos extras. O grupo que foi pedido para pensar onde e quando fariam o trabalho obteve 75% de trabalhos apresentados. O segundo grupo, que não foi convidado a pensar onde e quando realizar a atividade, teve 33% apenas de resultado.

Os indivíduos também tendem a seguir as normas sociais: as regras e comportamentos socialmente aceitos pelo seu grupo. As normas sociais devem ser apresentadas por um locutor aprovado pelo público-alvo, assim, para a promoção de um comportamento deve-se ter cuidado com quem irá apresentar a norma social. Um locutor que não seja aprovado pelo grupo em questão poderá ter o efeito contrário. Esta abordagem é mais apropriada para um público-alvo com poucas motivações relacionadas ao comportamento. Diversas pesquisas têm apontado para o sucesso da utilização das normas sociais para promover comportamentos mais sustentáveis (NOLAN, *et al.*, 2008; TABANICO; SCHULTZ, 2008 *apud* MCKENZIE-MOHR E SCHULTZ, 2012).

Alguns comportamentos deixam de ocorrer por simples esquecimento, ou falta de hábito de não fazê-lo, não existindo barreiras para que ele realmente não ocorra. Para estes comportamentos a instrução sobre o comportamento correto pode resolver. A instrução presente em banheiros de meios de hospedagem sobre a troca de toalhas instrui o hóspede onde colocá-las se as deseja lavar ou não. As instruções devem estar próximas de onde espera-se que aconteça o comportamento,

devem ser simples e utilizar proposições positivas, descrevendo o comportamento esperado (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

Uma das formas mais fortes de exercer influência em um comportamento é criar incentivos para que ele ocorra. Pode-se criar um benefício para quem agir segundo a norma que se deseja ou uma punição para quem descumpre a norma. Os incentivos aumentam substancialmente a ocorrência do comportamento esperado, porém a durabilidade deste aumento é pequena e em geral o comportamento deixa de ocorrer quando o incentivo termina, por vezes apresentando um resultado pior do que antes da política de incentivo. Além disso, a mudança comportamental apresentada é muito específica, não se alastrando para outros comportamentos. Por exemplo, se há incentivos para economia de água, a ação de economizar água não se expandirá para economia de luz. Assim o incentivo deve ser utilizado com moderação, servindo para diminuir barreiras, especialmente quando esta é em relação a custos (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

Para uma mudança comportamental ocorrer é essencial que o sujeito tenha feedback de seu comportamento. Sem saber os efeitos das suas ações, o sujeito não muda seus hábitos. Apesar de essencial, raramente esta ferramenta é suficiente para implementar uma mudança. O feedback é especialmente útil para quem já deseja economizar energia, acompanha sua conta para verificar se suas ações surtiram efeito (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

A última ferramenta trata especificamente da diminuição das barreiras, uma das características mais importantes da CBSM, a conveniência. Diversos comportamentos sustentáveis requerem um esforço a mais do que o comportamento geralmente realizado. Separar o lixo seco do restante requer mais atenção e esforço que simplesmente jogar todos os lixos juntos. Assim, um passo importante para as mudanças comportamentais é tornar o comportamento desejado

mais conveniente. Na hotelaria, é comum a utilização de cartões-chaves que desligam todas as luzes do quarto (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

Ações sustentáveis realizadas pelas organizações se apresentam como uma alternativa interessante na diminuição da barreira e na criação de novas normas sociais. Wu, Digiacomo e Kingstone (2013) mediram se as pessoas são mais propensas a fazer o descarte adequado do lixo em prédios verdes (projetados de forma a proteger o uso dos recursos naturais) e comprovaram que esta relação é positiva. Assim a própria organização promovendo ações sustentáveis pode se tornar um estímulo ao comportamento sustentável.

Algumas questões importantes para o entendimento do comportamento apresentado pelo sujeito se fazem necessárias. Spence, Poortinga e Pidgeon (2012) mostram em seu estudo sobre mudanças climáticas, que apesar da alta consciência do problema, os britânicos sentem-se distantes psicologicamente. Em estudos comparativos ao longo dos anos, os britânicos estão mais conscientes, porém menos preocupados e mais céticos com as questões climáticas.

A distância psicológica é composta por quatro dimensões: distância espacial ou geográfica; distância temporal; distância entre o observador e o alvo social; incerteza. Esta é uma dimensão importante a ser considerada no desenvolvimento de programas de educação ambiental, pois se faz necessário a aproximação psicológica com os temas apresentados (LIBERMAN; TOPE, 2008; SPENCE; POORTINGA; PIDGEON, 2012).

Giesta (2009) realizou um estudo exploratório com questionários fechados com empresas que possuem a ISO 14.001, buscando determinar a frequência de elementos relacionados à educação ambiental na gestão ambiental das empresas. Foi questionado sobre os conteúdos contemplados pela educação ambiental nas organizações. Os temas mais indicados foram: “Políticas ambientais da empresa” (95,3%),

“Formas de como proceder no trabalho tendo em vista o cuidado com o meio ambiente” (90,6%) e “Impactos ambientais que a empresa causa” (87,4%). Os temas menos indicados pelas empresas foram “impacto que as comunidades causam ao meio ambiente” (33,9%) e “Questiona posições de consumo do funcionário em sua vida privada” (32,3%). A autora indica que a educação ambiental fornecida por estes espaços tem forte relação com a melhoria de processos organizacionais e cumprimento de leis, mas desconectados da promoção do comportamento sustentável do colaborador no meio em que vive (GIESTA, 2009).

Para que ocorra esta conexão, a educação ambiental deve ser crítica, produzindo um sujeito ecológico, situado individual, social e historicamente. A intervenção não deve ser pontual, ou restrita ao treinamento e à organização. Como agente catalisador deve permear os processos e os valores da empresa e convidar seus colaboradores a pensarem, promovendo maior predisposição ao comportamento sustentável dentro e fora da organização (GIESTA, 2009).

Para o bom desenvolvimento de um programa de Educação para o Desenvolvimento Sustentável também é importante conhecer as crenças, atitudes e valores dos indivíduos para o desenvolvimento de um plano de educação ambiental que favoreça mudanças positivas. Isso porque um sistema de crenças e valores favoráveis ao comportamento sustentável pode facilitar o planejamento para aprimorar conhecimentos e habilidades que permitam comportamentos cada vez mais sustentáveis. Enquanto isso, se o sistema de crenças e valores for mais antropocêntrico será necessário trabalhar no embasamento destas crenças e valores (PATO, 2004; CAIXETA, 2010).

Quanto a educação no turismo, Guttler (2001) destaca que a educação estabelece uma profunda ligação entre o indivíduo e a natureza, gerando percepção e compreensão do espaço. O autor desenvolve seu trabalho no marketing voltado

ao turista, mas as possibilidades educacionais que o turismo e a hotelaria oferecem não se resumem ao cliente. Os meios de hospedagem podem possibilitar esta conexão também com sua comunidade.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste trabalho é propor um programa de educação corporativa, voltado à sustentabilidade, direcionado aos colaboradores de meios de hospedagens de Florianópolis. Para isso, empreendeu-se uma pesquisa quali-quantitativa para então partir para a fase propositiva. A pesquisa também classifica-se como exploratória e descritiva e foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas e visita aos meios de hospedagem, assim como aplicação do Questionário PVQX5 de Valores Individuais (SCHWARTZ *et al.*, 2012).

As principais variáveis da pesquisa são os Valores Sustentáveis dos Funcionários de Meio de Hospedagem de Florianópolis. Os valores sustentáveis são medidos através dos Valores de Auto Transcendência de Schwartz *et al.* (2012): Benevolência confiabilidade, Benevolência cuidado, Universalismo natureza, Universalismo preocupação e Universalismo tolerância.

Sustentabilidade é o tema transversal do trabalho. A proposta da dissertação visa, em última instância, os ideais sustentáveis, pois busca aumentar a predisposição ao comportamento sustentável, entendendo que mudando pessoas é possível mudar os grupos em que estas estão inseridas, e, assim, caminhar na direção da sustentabilidade.

3.1 CONTEXTO DA PESQUISA

A primeira etapa da pesquisa foi exploratória, com vistas a conhecer o cenário da sustentabilidade na hotelaria de Florianópolis e construir o questionário para os meios de hospedagem da segunda etapa. Para realização desta etapa, buscou-se indicações de meios de hospedagem sustentáveis em Florianópolis com especialistas do tema.

Os primeiros locais procurados foram Secretaria de Turismo de Florianópolis, Sindicato de hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis (Sindicato HRBS) e Associação Brasileira da Indústria da Hotelaria de Santa Catarina (ABIH SC). A ABIH SC indicou um meio de hospedagem e dois especialistas no tema para auxiliar nesta etapa da pesquisa. Estes especialistas sugeriram três meios de hospedagem com as características pedidas. Os demais órgãos não possuem informações sobre meios de hospedagem sustentáveis na cidade.

Esta mesma pesquisa foi realizada junto aos guias e portais especializados em hotelaria. O Guia Quatro Rodas e o Portal Eco Hospedagem apresentaram informações sobre meios de hospedagens sustentáveis em Florianópolis.

O Guia quatro rodas da editora Abril acessa diversos destinos turísticos e avalia restaurantes, meios de hospedagem, rotas, entre outros. Nesse guia, os meios de hospedagem são classificados quanto ao seu conforto. A revista ainda oferece alguns selos indicativos, como o Selo de Sustentabilidade (utilizado como referência nesta pesquisa).

O Guia estabeleceu uma lista de características sustentáveis e, para receber este selo, o estabelecimento deve ter a maioria das seguintes características: utilizar lâmpadas fluorescentes; chuveiros e vasos com baixo fluxo; recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete; eletrônicos com baixo consumo de energia; itens de decoração reciclados; construção feita com madeira certificada; azulejos ou pisos reciclados; recicla seu lixo; utiliza energia solar ou eólica; tem tratamento de esgoto; reaproveita água da chuva; sistemas que controle utilização de energia em ambientes (cartões-chaves, sensores de liga e desliga); aproveita a luz natural; funcionários treinados quanto às práticas sustentáveis; investimento na comunidade local; deixa o hóspede escolher se deseja trocas diárias da roupa de cama e toalhas; utiliza alimentos produzidos na região. Dentre os meios de hospedagens

avaliados pela publicação, dois meios de hospedagem foram apresentados como sustentáveis (um dos quais já indicado por um especialista).

O Portal Eco Hospedagem apresenta um cadastro em seu site disponível para meios de hospedagem. Nele o meio de hospedagem declara quais ações possui ou não. Aqueles que possuem um número mínimo de ações aparecem no site na seção “hotéis cadastrados”. Além deste cadastro, o Portal realiza visitas nesses meios de hospedagem, onde aplica uma pesquisa de amplo espectro (baseado nas melhores práticas de diversos da área e na legislação) e verifica ações de proteção ao meio ambiente, gerenciais e sociais. Cada ação vale uma pontuação segundo seu impacto. Se o empreendimento alcançar 40% ou mais da pontuação máxima, recebe um selo do Portal: “Sustentabilidade – Hotel visitado”. Para a pesquisa foram selecionados os hotéis de Florianópolis que foram cadastrados no site, tendo ou não o selo de Sustentabilidade do Portal, sendo sete indicações.

Foram, ao total, doze meios de hospedagens indicados, todos convidados para a pesquisa. Cinco pousadas aceitaram o convite.

Para a segunda etapa da pesquisa, foram convidados a participar da pesquisa todas as pousadas e hotéis de Florianópolis ligados à ABIH e/ou indicados por especialistas na área de sustentabilidade em hotelaria. A escolha de quais meios de hospedagem seriam convidados foi por acesso: utilizando a lista de cadastro da ABIH e hotéis indicados por instituições e pesquisadores, ao total 62 meios de hospedagem. Estes meios de hospedagem foram convidados por email e por telefone. Participaram da segunda etapa da pesquisa cinco pousadas (já participantes da primeira etapa) e sete hotéis.

Os sujeitos da pesquisa constituem-se de todos os funcionários de meios de hospedagem de Florianópolis ligados à ABIH. Em pesquisa realizada pela instituição em dezembro de 2014, foi apontado que esta população seria de 1504

funcionários. Entretanto este número refere-se a uma pesquisa realizada em dezembro, onde o número de funcionários é maior devido a alta temporada, não existem números referenciais para o período da coleta de dados da pesquisa (maio-agosto). A amostra da pesquisa é não probabilística, por conveniência.

Foram aplicados 108 questionários, dos quais foram excluídos da análise os que estavam com páginas em branco ou dados em branco, restando 98 questionários válidos para a pesquisa.

Foram analisadas as respostas dos funcionários buscando desenvolver um programa de Educação Ambiental para os meios de hospedagem de Florianópolis que melhor se relacione com os valores apresentados pelos funcionários relacionados a sustentabilidade

3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Na etapa exploratória da pesquisa, participaram cinco pousadas consideradas sustentáveis por especialistas em turismo em Florianópolis. Com objetivo de conhecer as ações destes meios de hospedagem foram realizadas entrevistas com os responsáveis das pousadas, nas quais levantou-se todos os programas e ações sustentáveis realizadas nos estabelecimentos. Para complementar as informações, realizou-se visitas nas pousadas, conhecendo as áreas comuns e as unidades habitacionais.

Embasados nesta etapa, foi construído o Roteiro de entrevista Semi estruturada a ser aplicado nos responsáveis pelos meios de hospedagem (APÊNDICE A), a ser utilizado na segunda etapa da pesquisa.

Neste roteiro foram consideradas questões culturais, sociais e econômicas em conjunto, entendendo que estas misturam-se na medida em que uma ação social, realizada em prol da comunidade, reflete nestes três elementos (ELKINTON, 1994; 1998; 2004; SACHS, 2002; OLIVEIRA;

MARTINS; LIMA, 2010; ANJOS; PIRES; 2010; ANJOS; RADOS, 2010; ARAS; CROWTHER, 2013). As questões de saúde econômica da empresa, importante ao se falar de sustentabilidade, não foram abordadas pela pesquisa por entender que para o desenvolvimento de um programa de educação voltado à sustentabilidade, no atual panorama, às questões ambientais e sociais seriam mais relevantes olhando sob a ótica dos empregados. Este roteiro foi aplicado aos doze gestores dos doze meios de hospedagem pesquisados. As entrevistas ocorreram nos meios de hospedagem e duraram em torno de 30 minutos.

A segunda etapa da pesquisa teve sete hotéis e cinco pousadas participantes. Para a pesquisa, cada meio de hospedagem foi visitado ao menos uma vez, na qual foi realizada uma entrevista semiestruturada com o responsável pela organização. A entrevista seguia o roteiro proposto no Apêndice A. Também foi realizada visita nos meios de hospedagem para conhecer os quartos, áreas comuns, o espaço dos funcionários e também espaços onde aconteciam ações citadas na entrevista.

A terceira etapa da pesquisa foi a aplicação do Questionário PVQX5 de Valores Individuais (SCHWARTZ *et al.*, 2012), Apêndice B, nos funcionários dos meios de hospedagem participantes. Foram convidados a participar funcionários de todos os setores. O Questionário PVQX5 de Valores Individuais já foi aplicado em 344 amostras em 83 países.

O questionário é composto por 57 perguntas originais de Schwartz (*et al.*, 2012), cujas respostas estão distribuídas em cinco opções: (1) Não se parece em nada comigo; (2) Não se parece comigo; (3) Se parece mais ou menos comigo; (4) Se parece comigo; (5) Se parece muito comigo. Além destas questões, foram incluídas perguntas abertas referentes aos dados demográficos: tipo do meio de hospedagem; gênero; escolaridade; estado civil; cargo/departamento; idade; bairro

em que mora; filhos; hábitos sustentáveis aprendidos no trabalho.

Ao iniciar-se a pesquisa, não havia tradução desta versão do questionário para o Brasil. Sua tradução nesse trabalho foi realizada tomando por base as traduções dos modelos anteriores, e a tradução utilizada em Portugal da pesquisa². Também se considerou a tradução do PVQX5 considerou-se o estudo de Teixeira *et al.* (2014), que valida a escala de Valores Universais para o Brasil.

Foi realizada uma validação semântica da tradução em duas etapas. Primeiro selecionou-se um grupo de 20 pessoas, estudantes de administração, para avaliar os itens e indicar dificuldades de preenchimento, dúvidas, afirmações e pontos a melhorar. As alterações foram analisadas e realizadas. Em seguida, foi realizada uma segunda aplicação em um grupo de 10 funcionários de hotelaria de Florianópolis e avaliada a semântica e o formato do questionário. Nesse teste nenhuma modificação foi apontada como necessária pelo grupo.

O questionário foi então aplicado junto aos funcionários dos meios de hospedagem participantes da pesquisa. A aplicação nos diversos meios de hospedagem ocorreu nos horários indicados pelos hotéis como de menor movimento e junto aos funcionários disponíveis. Os questionários foram aplicados individualmente ou em grupo. Os grupos constituíram-se de até 8 pessoas e, nesse formato de aplicação tomou-se o cuidado de manter os respondentes minimamente distantes uns dos outros para não ocorrer interferência nas respostas.

² Estudo aplicado pela pesquisadora Alice Ramos, apresentado dentro de Schwartz *et al.*, 2012. O questionário traduzido pela pesquisadora foi disponibilizado pela mesma para a realização da presente tradução.

3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS

As entrevistas semiestruturadas foram analisadas de forma descritiva, com objetivo de delinear as ações de proteção ambiental e social apresentados pelos meios de hospedagem participantes da pesquisa.

Para realizar esta análise foi utilizado o software Microsoft Excel 2010, pelo qual se contabilizou quantos meios de hospedagem praticavam cada ação social e ambiental. Para a contagem foram considerados tanto os itens previamente levantados no questionário quanto aqueles indicados nas perguntas abertas (Apêndice A). As respostas referentes a hotéis e pousadas foram separadas e comparadas, buscando entender se haviam perfis diferentes nestes meios de hospedagem.

Também foram levantados quantos meios de hospedagem possuíam políticas ambientais e sociais e quais apresentavam treinamentos específicos para a sustentabilidade.

Para análise das respostas dos funcionários de meios de hospedagem ao PVQX5 foram utilizadas apenas as perguntas referentes aos valores do agrupamento de Auto transcendência (Apêndice C). Esta escolha foi feita com base no modelo de Schwartz *et al.* (2012) e na literatura sobre valores, comportamento sustentável e comportamento de proteção ambiental, as quais associam valores de auto transcendência e altruísmo, tais como humildade, benevolência e universalismo, com o comportamento sustentável e de proteção ambiental (KARP, 1996; STERN *et al.*, 1999; KAISER *et al.*, 1999; STERN, 2000; PATO, 2010). As perguntas referentes a estes valores estão no Apêndice C.

Para determinar a validade da escala do questionário, realizou-se a Análise Fatorial Confirmatória no AMOS SPSS v.23, baseado no modelo teórico apresentado por Schwartz *et al.* (2012). Buscou-se confirmar se as relações propostas do modelo correspondiam as encontradas na amostra pesquisa.

Este ajuste do modelo será apresentado em detalhes no tópico seguinte, 3.4.

A análise descritiva dos dados demográficos dos funcionários respondentes foi realizada no software Microsoft Excel 2010, com objetivo de apresentar a amostra participante da pesquisa quanto a gênero, escolaridade, idade, estado civil, número de filhos e setores trabalhados.

A análise descritiva de frequência das respostas do PVQX5 buscou medidas de frequência de cada questão, medindo valores mínimos e máximos dados a cada pergunta pelos respondentes, média, moda, assimetria e curtose através do software SPSS v. 20. O objetivo foi buscar a presença ou ausência dos valores de Auto transcendência na amostra pesquisa. Para análise das respostas considerou-se a escala apresentada abaixo.

Quadro 07 – Escala de respostas do Questionário PVQX5

- | |
|--|
| 1= Não se parece em nada comigo
2= Não se parece comigo
3=Se parece mais ou menos comigo
4=Se parece comigo
5=Se parece muito comigo |
|--|

Fonte: próprio autor

Para medir os índices de frequência, considerou-se as respostas conforme o Quadro 07, de forma que as respostas foram dispostas em formato numérico. Apesar da representação numérica, considera-se que a escala não é paramétrica. Utiliza-se a representação numérica para possibilitar a análise estatística. Para considerar que os valores pesquisados estão presentes na população, é necessário que a amostra tenha assinalado mais respostas 4 e 5 nos itens pesquisados.

Para realizar esta avaliação o primeiro índice medido foi a mediana, que informa o ponto do meio dentre as respostas, dividindo 50% das respostas de um lado da curva de distribuição e 50% do restante. Esta medida é bastante útil para amostras assimétricas. Estabeleceu-se como critério que a mediana fosse maior ou igual a 4, indicando que pelo menos 50% das respostas foram 4 ou 5.

O valor de assimetria indica a distribuição das respostas. Em uma distribuição simétrica o valor de assimetria é 0, indicando frequência de respostas no meio da distribuição (BARBETTA, 2007; FIELD, 2009). Distribuições assimétricas indicam maior frequência de respostas em um dos lados da escala, de forma que valores positivos de assimetria indicam distribuições assimétricas para a esquerda (primeiros valores da escala) e distribuições negativas indicam distribuições assimétricas para a direita da escala (FIELD, 2009). O parâmetro para a amostra é a assimetria negativa, indicando maior tendência a respostas 4 e 5.

O valor de curtose indica o achatamento do gráfico gerado pela frequência das respostas. Valores altos de curtose indicam que as respostas estão altamente concentradas em um ponto do gráfico, formando pontas (distribuições leptotocúrticas). Valores negativos de curtose indicam que sua distribuição forma um platô, de forma que suas respostas não estão concentradas em um ponto, mas mais espalhadas (distribuição platicúrticas). Em uma distribuição normal, o valor de curtose é 0 (FIELD, 2009). O parâmetro estabelecido para a pesquisa é valor de curtose positivo, pois busca-se uma concentração mais alta no valores 4 e 5.

3.4 ESTRUTURA FATORIAL CONFIRMATÓRIA DO QUESTIONÁRIO PVQX5

A CFA é uma análise estatística que indica quão bem a especificação de fatores, determinada a priori pelo pesquisador, condiz com a realidade encontrada nos dados. Para desenvolver tal análise, deve-se fornecer um modelo de quais itens carregam cada fator e quantos fatores existem no modelo, com base na teoria escolhida e/ou pesquisas anteriores. A CFA indica as cargas fatoriais das variáveis para os fatores a elas designados, se existe correlação entre os fatores se os fatores e a magnitude destas correlações, podendo testar diretamente hipóteses levantadas na teoria (HAIR *et al.*, 2009; FERNANDES; VASCONCELOS-RAPOSO, 2010).

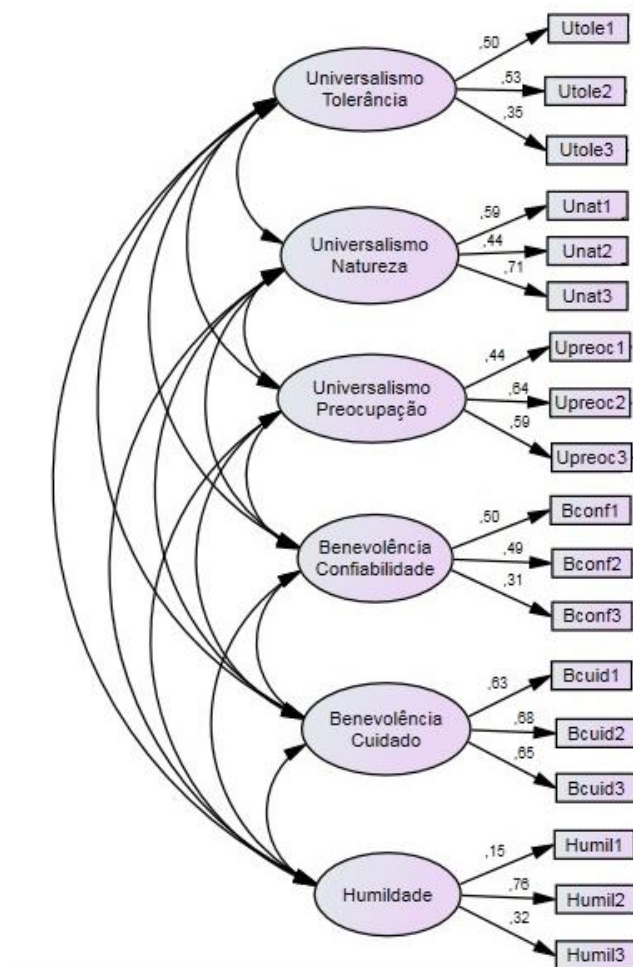
A CFA é uma aplicação específica da SEM (Structural Equation Modeling – SEM). A SEM é um tipo de equação estrutural em que as variáveis e suas relações são determinadas a priori pelo pesquisador, sendo uma técnica confirmatória da teoria utilizada. Ela é a técnica mais adequada para lidar com múltiplas relações (BREI; LIBERALI NETO, 2006; PORTO, 2006; FERNANDES; VASCONCELOS-RAPOSO, 2010; HAIR *et al.*, 2009).

Para realizar a CFA foi utilizado o software Amos v. 23. O método de estimação foi de *maximum likelihood*, as medidas de carga fatorial são padronizadas, e foram levantados os índices de adequação CFI, GFI, RMR e RMSEA, conforme Hair *et al.* (2009).

Para realizar a CFA desenhou-se o diagrama de caminhos baseado no modelo de Schwartz *et al.* (2012). Assim considerou-se os valores de Benevolência confiabilidade, Benevolência cuidado, Universalismo natureza, Universalismo preocupação, Universalismo tolerância e Humildade como os estruturas latentes do modelo. Estas estrutura latentes refletem-se nas variáveis manifestas, as questões apresentadas no questionário, conforme Apêndice C. A estrutura formada pelos

valores e suas questões correspondentes é reflexiva. Segundo a teoria, estes valores relacionam-se entre si positivamente. O diagrama de caminhos é apresentado na Figura 11.

Figura 11 – Diagrama de caminhos dos fatores de Auto transcendência



Fonte: Dados primários

Este modelo representa as correlações propostas na teoria de Schwartz *et al.* (2012), na qual os valores são correlacionados e cada um dos valores é formado por três perguntas. Cada seta do diagrama representa uma correlação (HAIR *et al.*, 2009).

Hair *et al.* (2009) indica que a validade de um construto pode ser medido a partir das cargas fatoriais. Considera-se como indicador mínimo das cargas fatoriais o valor 0,3. Ao aplicar CFA buscou-se as cargas fatoriais das perguntas nos fatores predeterminados (os valores a que estas perguntas pertenciam). Estas estimativas são apresentadas na Tabela 03.

Tabela 03 – Estimativa das cargas fatoriais da CFA

Perguntas	Valores	Carga Fatorial
Utole1	Universalismo Tolerância	0,501
Utole2	Universalismo Tolerância	0,531
Utole3	Universalismo Tolerância	0,346
Unat1	Universalismo Natureza	0,593
Unat2	Universalismo Natureza	0,435
Unat3	Universalismo Natureza	0,713
Upreoc1	Universalismo Preocupação	0,444
Upreoc2	Universalismo Preocupação	0,645
Upreoc3	Universalismo Preocupação	0,588
Bconf1	Benevolência Confiabilidade	0,497
Bconf2	Benevolência Confiabilidade	0,495
Bconf3	Benevolência Confiabilidade	0,308
Bcuid1	Benevolência Cuidado	0,628
Bcuid2	Benevolência Cuidado	0,680
Bcuid3	Benevolência Cuidado	0,649
Humil1	Humildade	0,147
Humil2	Humildade	0,755
Humil3	Humildade	0,316

Fonte: Dados primários

Segundo o parâmetro determinado de 0,3 para as cargas fatoriais dos itens, observa-se que apenas a pergunta “Humill”, referente ao valor Humildade, não alcança o resultado esperado.

Foram medidos índices de ajuste do modelo para verificar a consistência das respostas. Para a escolha de quais índices utilizar na pesquisa, foram analisados trabalhos similares em temática e metodologia e levantados os principais índices utilizados (GOUVEIA *et al.*, 2001; GOUVEIA *et al.*, 2010; FERNANDES; VASCONCELOS-RAPOSE; 2010; BORLATTO JÚNIOR, 2014). Levantou-se os parâmetros destes índices indicados por Hair *et al.* (2009), segundo tamanho da amostra (98) e número de variáveis (18).

O primeiro índice foi o Qui-quadrado (χ^2), que mede a diferença entre as matrizes de covariâncias observadas e estimadas, indicando a probabilidade do modelo se ajustar aos dados. Esta medida é sensível ao tamanho da amostra. Verificou-se os graus de liberdade (g.l.), que indicam a quantidade de informação matemática disponível para medir os parâmetros do modelo. Estas duas medidas foram utilizadas para realizar a medida Razão χ^2 /g.l., índice criado por Byrne (1989), cuja medida ideal é apresentada por Hair *et al.* (2009) como menor que 3.

Ainda foram medidos o índice de qualidade do modelo GFI (*Goodness-of-Fit Index*), buscando um valor maior que 0,9. O índice RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), que utiliza os erros para indicar problemas no ajuste, assim quanto menor o seu valor mais ajustado é o modelo. O sugerido é um valor menor que 0,08 (com CFI maior que 0,95). Como índice do ajuste incremental foi utilizado o CFI, cujo valor ideal é maior que 0,95. Os parâmetros mencionados são apresentados por Hair *et al.* (2009). Os valores referentes aos índices de adequação da pesquisa são apresentados na Tabela 04.

Tabela 04 - Índices de adequação do modelo

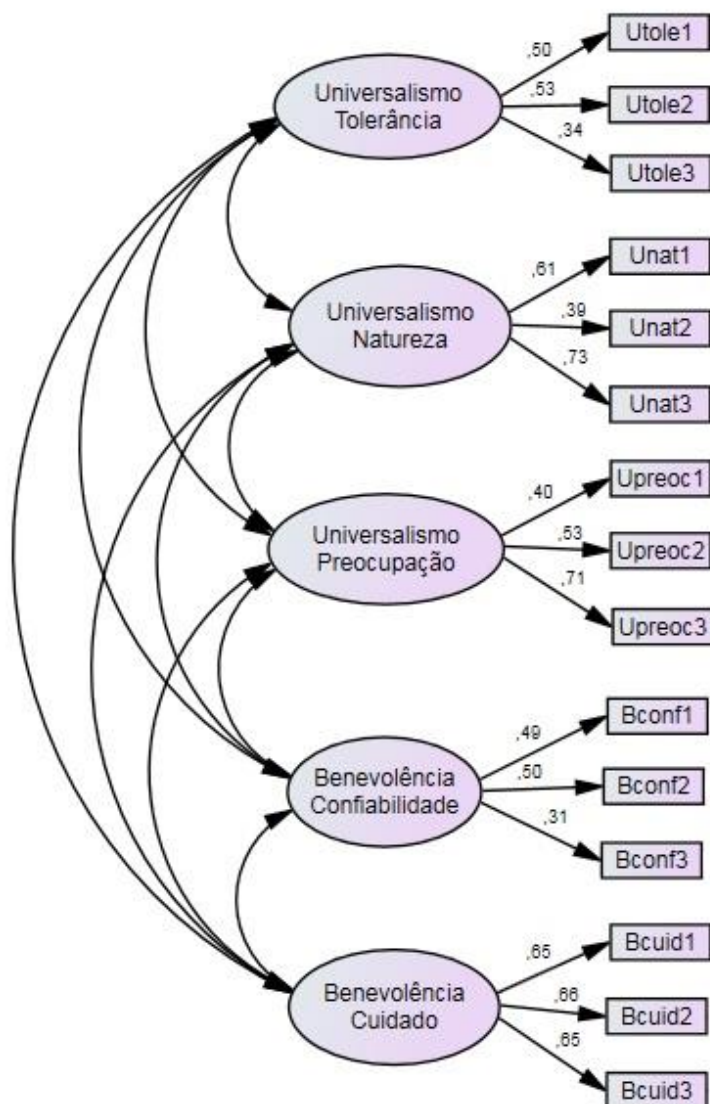
Índice	Valor	Parâmetro
χ^2	333,92	-
g.l.	240,00	-
Razão χ^2 /g.l.	1,39	< 3,00
CFI	0,87	> 0,95
GFI	0,85	> 0,90
RMSEA	0,06	< 0,08

Fonte: Dados primários

A Tabela 04 apresenta os índices do modelo e os parâmetros. A razão entre χ^2 e os graus de liberdade está dentro do esperado, bem como o índice RMSEA. Os índices CFI e GFI estão abaixo do esperado. Estes números são indicativos de necessidades de ajustes no modelo. Para esta reestruturação buscou-se analisar todos os índices apresentados, verificando quais itens poderiam ser retirados ou alterados. Levantou-se que o valor Humildade foi o único com um item fora dos parâmetros de carga fatorial.

O modelo circular de Schwartz *et al.* (2012) - Figura 07 – apresenta o valor Humildade na ponta do agrupamento Auto transcendência e também conectado ao agrupamento de Conservação. Isto indica que teoricamente este valor tem conexões com ambos agrupamentos. Considerou-se então que na amostra apresentada este valor poderia estar mais relacionado aos valores deste segundo agrupamento e, para o modelo aqui testado, o valor deve ser desconsiderado como pertencente ao agrupamento Auto Transcendência. O novo modelo estrutural está graficamente representado na Figura 12.

Figura 12 – Diagrama de caminhos sem o valor Humildade



Fonte: Dados primários

A partir desta reorganização, os índices de adequação foram recalculados, buscando analisar se o novo modelo é mais adequado à amostra pesquisada. Os resultados foram comparados com o modelo anterior que incluía o valor Humildade e podem ser observados na Tabela 05.

Tabela 05 - Índices de Adequação do modelo sem o valor

Índice	Valor do 1º modelo	Valor do 2º modelo (sem humildade)	Parâmetro
Alfa global de Cronbath	0,81	0,82	>0,70
χ^2	333,92	98,23	-
g.l.	240,00	80,00	-
Razão χ^2 /g.l.	1,39	1,23	< 3,00
CFI	0,87	0,94	> 0,95
GFI	0,85	0,88	> 0,90
RMSEA	0,06	0,05	< 0,08

Fonte: Resultados da pesquisa

Em comparação entre os índices de adequação, observa-se uma melhora significativa em todos os índices ao retirar o valor Humildade do modelo. Os valores de CFI e GFI ainda estão abaixo do parâmetro considerado ideal, mas estão mais altos e mais próximos dos parâmetros estabelecidos. Por estas evidências de melhor adequação do agrupamento Auto Transcendência sem o valor Humildade, este modelo será utilizado para análise dos resultados da presente pesquisa.

3.5 LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DA PESQUISA

A principal dificuldade da aplicação da pesquisa foi a disponibilidade dos meios de hospedagem. Sendo a hotelaria uma atividade bastante exigente e dinâmica, os meios de hospedagem apresentaram dificuldade de dispor de tempo dos funcionários para a pesquisa. A aplicação dos questionários ocorreu em dias de menor movimento (como o meio da semana), mas estes também são os dias em que a maior parte dos funcionários retiram suas folgas e a maior parte das funções são divididas em turnos e em escalas. Assim, as aplicações ocorreram com uma pequena parcela dos funcionários de cada hotel.

Destaca-se que a amostra foi de conveniência e não representativa para a população pesquisada. A pesquisa apresentou pouca aderência por parte dos meios de hospedagem, o que dificultou o levantamento de um número de dados suficientes para a população. Ainda assim, a pesquisa apresenta-se como pioneira na área e na cidade e seus resultados apontam para importantes conclusões.

Optou-se por aplicar a pesquisa depois do verão, pois os meios de hospedagem da cidade costumam ter lotação máxima durante toda a temporada, tornando-se difícil a aplicação de pesquisa em seus funcionários. Costumeiramente, ocorre uma baixa no número de funcionários após a alta temporada. Não existem estudos que indiquem o número de funcionários na baixa temporada. Entretanto, observou-se na pesquisa o indicativo dos gerentes de um número alto de cortes, especialmente em relação à situação econômica do país em 2015.

O questionário de valores universais é considerado adequado para este tipo de pesquisa. Entretanto, foi observado certo cansaço nos respondentes ao final do questionário. Sugere-se a utilização parcial do questionário em pesquisas futuras, retirando as questões sobre valores que não serão

utilizados na análise final. Alguns itens do questionário foram considerados muito similares, sugere-se, então, maiores estudos sobre a possibilidade de agrupar itens para pesquisas brasileiras.

Sugere-se a inclusão de perguntas sobre o comportamento dos indivíduos para serem comparados com os valores apresentados, ou aplicação de questionário complementar sobre atitudes e comportamentos. Estas perguntas auxiliam no entendimento do encadeamento de valores, normas, atitudes e comportamentos do indivíduo. Estes itens não foram incluídos nesta pesquisa, pois considerou-se que a aplicação do questionário já era bastante extensa, o que invalidaria a aplicação de mais itens. Entretanto ao considerar uma aplicação parcial do Questionário de Valores (SCHWARTZ *et al.*, 2012), esta opção torna-se viável.

Diante do exposto sobre a cultura “mané”, considera-se importante a inclusão de uma pergunta que investigue a cidade de nascimento do participante. Este item possibilitará a comparação das respostas de grupos de “nativos” e “estrangeiros”.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo discorre sobre a análise dos dados obtidos na pesquisa. A primeira parte do capítulo apresenta um panorama da cidade de Florianópolis, o setor turístico da capital, buscando evidenciar a sua importância. Também são descritos projetos existentes na cidade com objetivos sustentáveis.

Em seguida os resultados obtidos por meio de entrevistas e visitas nos meios de hospedagem são descritos. São analisadas também as ações sustentáveis desenvolvidas pelos meios de hospedagem pesquisados e a aderência dos meios de hospedagem a cada uma.

Na última parte do capítulo são apresentados os dados demográficos da amostra e a frequência de respostas aos itens do questionário. Também é realizada a análise dos dados obtidos em pesquisa junto aos colaboradores dos meios de hospedagem.

4.1 O CONTEXTO DA PESQUISA: FLORIANÓPOLIS, O DESTINO TURÍSTICO

Florianópolis é constituída por uma ilha e uma parte continental. É conhecida internacionalmente como destino turístico por suas belezas naturais. Como capital do estado, é um polo político importante. A cidade também tem expressão econômica em seu comércio e oferta de serviços na estrutura de economia local e desponta como polo tecnológico do país. Além disso, a cidade é polo universitário, tendo a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e a Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC) e diversas universidades particulares (LINS, 2000; 2007; ANDRADE e BELLEN, 2006; SONAGLIO, 2002).

A estimativa de população de Florianópolis em 2015 é de 469.690 habitantes e a densidade demográfica é 623,68 hab/km². É o segundo município mais populoso de Santa Catarina (após Joinville). Em comparação ao país, a cidade é 47^o em relação a número de habitantes do Brasil. O PIB per capita em 2013 foi de R\$ 32.385,04, o 8^o maior PIB entre as capitais (IBGE, 2015a). Não foram encontrados os valores referentes a 2015.

A cidade registrou um índice de desocupação (desemprego) de 5,5% no 3^o trimestre de 2015. Neste mesmo período, o país registrou 8,9% de desocupação (IBGE, 2015b). É importante destacar que a cidade apresentou queda em sua taxa de desocupação de 0,2%, enquanto o país apresentou alta no índice de 0,6%. O rendimento médio mensal daqueles que trabalham, no período entre julho e agosto de 2015, foi de 2.925 reais (IBGE, 2015b). Mais informações sobre estes índices estão no ANEXO C.

Esses índices colocam a cidade em uma boa posição no que se refere à sustentabilidade econômica, o que torna ainda mais urgente a discussão sobre a sustentabilidade na cidade. Faz-se necessário continuar a crescer investindo também nas questões ambientais e sociais.

Segundo a Endeavor Brasil (2015), Florianópolis é a 2^a melhor cidade para empreender no país (atrás apenas de São Paulo). A pesquisa compara diversas cidades sob sete pilares: Ambiente Regulatório, Infraestrutura, Mercado, Acesso a Capital, Inovação, Capital Humano e Cultura.

Florianópolis destacou-se como primeiro lugar nos pilares Inovação e Capital Humano. A cidade foi primeiro lugar também no índice Acesso e qualidade de Mão de Obra Qualificada e nas medidas de Proporção de Mestres e Doutores em Ciência e Tecnologia (17,98 para cada 100 empresas), proporção de adultos com pelo menos ensino médio (68,8%), Proporção de adultos com pelo menos ensino superior completo (36,4%), proporção de concluintes em cursos de alta

qualidade (59,8%). Estes índices demonstram não só o potencial empreendedor da cidade, como também o potencial humano, com altos índices de escolaridade (ENDEVOR BRASIL, 2015).

Ainda como pontos positivos, a cidade se colocou entre as dez primeiras nos seguintes índices da pesquisa: Custos de Impostos; Complexidade Tributária; Capital disponível via dívida; Acesso a capital de risco; Inputs (inovação); Outputs (inovação); Mão de Obra básica; Acesso e qualidade de Mão de Obra; Potencial Empreendedor; Imagem do Empreendedorismo. Como questões a serem desenvolvidas está o tempo de processos, transporte urbano, condições urbanas, desenvolvimento econômico e clientes em potencial.

Florianópolis é também a terceiro melhor IDH entre as cidades brasileiras, já entre as capitais, a cidade possui o melhor índice (PNUD, 2013). Em pesquisa encomendada pela Exame e realizada pela Delta Economics e Finance, Florianópolis foi considerada a melhor cidade para criar filhos (ABRANTES, 2015). E a UNESCO elegeu Florianópolis como cidade criativa na gastronomia (UNESCO, 2015b). Títulos como esse colocam a cidade em evidência, tornando-se referência para o país.

Em relação à violência, Florianópolis apresentou em 2014 uma taxa de 12,6 homicídios dolosos para cada 100 mil habitantes. Este índice é o segundo mais baixo entre as capitais (apenas São Paulo apresenta um índice menor) e 18 pontos abaixo da taxa brasileira: 30,1 (FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

Apesar de apresentar bons índices em relação a violência, ficando abaixo da taxa brasileira também nas taxas de Latrocínio e Crimes Violentos Letais Intencionais, a capital apresenta um índice de crime contra a liberdade sexual alto: 40,1 estupros para cada 100 mil habitantes. O índice nacional é de 24,1. Também apresenta taxas acima dos valores nacionais em relação a tráfico de entorpecentes (Florianópolis apresentou

231,8 casos para cada 100 mil habitantes, enquanto a taxa brasileira é de 75,5) e uso/posse de entorpecente, taxa florianopolitana é 94,9 e a brasileira é 58 (FÓRUM DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015).

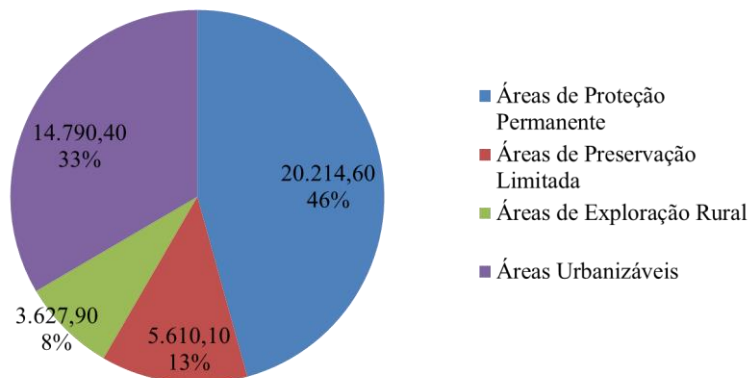
Assim, em relação a sustentabilidade social, a cidade apresenta bons índices de educação, IDH e taxas relacionadas a violência. Há a necessidade de investimento em questões específicas de segurança pública, mas em geral a cidade desponta como propícia ao desenvolvimento sustentável no âmbito social.

Além disso, a capital tem grande destaque histórico e culturalmente, contando com diversas construções históricas, fortalezas, sítios arqueológicos, pinturas rupestres, museus, forte influência cultura açoriana, renda de bilro, Boi de mamão, Farra do boi, folclore das bruxas e lobisomens, benzedeiças, culinária típica baseada na pesca e na farinha de mandioca, festas do Divino Espírito Santo, entre outras representações (SONAGLIO, 2002; LINS, 2000; 2007).

Em relação à preservação da cultura da cidade, bem como sua promoção, não foram encontrados estudos atualizados. A sustentabilidade cultural é parte importante da sustentabilidade social e é fundamental para o desenvolvimento da cidade.

Em relação a sustentabilidade ambiental, a distribuição de terras da cidade demonstra que pouco menos da metade da cidade de Florianópolis é urbanizável. No total são 44.243 hectares de terra. Destes, apenas 14.790,40 são áreas urbanizáveis, o restante está distribuído entre áreas de proteção permanente, de preservação limitada e de exploração rural. É possível observar a distribuição dessas áreas no gráfico a seguir (ANDRADE, 2006; ANDRADE e BELLEN, 2006).

Figura 13 – Divisão das áreas em Florianópolis



Fonte: desenvolvido pelo autor, dados oriundos de Andrade (2006, p. 105)

As informações sobre a distribuição das terras de Florianópolis são apresentadas por Andrade (2007) segundo informações que a autora obteve em entrevista direta com um funcionário do IPUF. A prefeitura disponibiliza os dados de unidades de preservação permanente e limitadas, mas os dados sobre as demais áreas não estão disponíveis em seu site, nem no plano diretor da cidade. Dessa forma a atualização dos dados não foi possível.

A ilha conta com 42 praias com diversas características (localidade, vento, acesso). Florianópolis possui ainda duas lagoas, dois ribeirões, seis bacias hidrográficas, 20 rios, fauna e flora variadas (manguezais, praias, lagoas, restingas, dunas e florestas). Entendendo que ilhas, mares costeiros, praias, mangues são consideradas áreas sensíveis ecologicamente, a cidade apresenta uma necessidade de cuidados com seu meio ambiente (SONAGLIO, 2002; LINS, 2000; 2007). Por estas

características, Florianópolis é uma cidade com expressividade na questão ecológica.

Apesar do número expressivo de áreas preservadas, existem questões ambientais nas quais a cidade precisa se desenvolver, como o saneamento básico. Segundo o Instituto Trata Brasil (2013), apenas 55,1% de estabelecimentos e casas estão conectados à rede de esgoto. O instituto realizou um ranking entre as 100 maiores cidades do país e a capital do estado de Santa Catarina ficou na 49º posição.

Também destaca-se a balneabilidade das praias de Florianópolis: em pesquisa apresenta em janeiro de 2016, a FATMA (Fundação do Meio Ambiente) indicou que 27 pontos impróprios para banho. Foram pesquisados 75 pontos nas praias da cidade (FATMA, 2016).

Em prol de uma cidade mais sustentável, desde 2013 a Prefeitura Municipal de Florianópolis realiza o projeto “Floripa se Liga na Rede” que realiza inspeções em residências e estabelecimentos. O principal objetivo é melhorar a condição dos cursos d’água na cidade. As inspeções são de ordem educativa, buscando apontar como melhorar os problemas encontrados. Os donos dos locais com itens a serem corrigidos ganham um tempo para se adequar, conforme os problemas encontrados (AGESAN, 2015).

O relatório apresentado em 2015 aponta que 6965 imóveis já foram inspecionados e 2904 visitados nos bairros Barra da Lagoa, Canasvieiras, Inglesses, Costa da Lagoa, Ponta das Canas e Lagoa da Conceição. Foram encontradas inadequações em 54,10% dos casos (AGESAN, 2015). O resultado está apresentado na tabela a seguir.

Tabela 06 – Inadequações encontradas pelo “Floripa se Liga na Rede”

Problemas	N. de casos
Ausência de caixa de gordura	2436
Não conectado a rede de esgoto sanitário	1393
Caixa de gordura sem sifão	931
Água pluvial conectada a rede de esgoto	660
Conectado Parcialmente a rede de esgoto sanitário	632
Ausência da caixa de inspeção	297
Caixa de inspeção obstruída	132
Esgoto conectado a rede pluvial	108
Tampa da caixa de inspeção lacrada	58

Fonte: Próprio autor, dados obtidos em AGESAN (2015)

Importante notar que mais de um problema pode ser notificado em cada residência. O problema mais comum é a ausência de caixa de gordura. Destaca-se que em terceiro lugar da lista está caixas de gordura sem sifão, indicando a necessidade de uma ação no sentido de educar os moradores a respeito da importância da correta instalação de caixas de gorduras em seus imóveis.

Em segundo lugar apresentam-se imóveis que não estão conectados à rede de esgoto sanitário. Um problema bastante grave que contribui diretamente a poluição da água. Soma-se a estes casos imóveis que estão apenas parcialmente conectados à rede. Também se destacam problemas na caixa de inspeção (ou ausência desta) e conexão entre esgoto e rede pluvial. A rede pluvial deve ser totalmente separada do esgoto de forma que nem a água da chuva vá para o esgoto e nem o esgoto caia na rede que recolhe a água da chuva.

Há a necessidade de acompanhamento dos imóveis da cidade e uma política de saneamento que perpassa pela educação dos proprietários sobre suas responsabilidades e a consequência destas inadequações. Estes são problemas sérios, cuja responsabilidade passa pela prefeitura e pelos moradores. É necessário criar a consciência da importância de cuidar da poluição gerada em cada casa e a responsabilidade dos proprietários. Estas questões afetam diretamente a balneabilidade das praias. Por isso, considera-se que estas discussões são essenciais a uma cidade turística.

Os resultados aqui apresentados corroboram com o apresentado por Lins (1993; 20003; 2007) que destacou a necessidade de preservação das praias e de sua balneabilidade, bem como a melhor gestão do lixo e do esgoto.

Observa-se, assim, que a sustentabilidade ecológica de Florianópolis apresenta pontos críticos a desenvolver. A cidade de Florianópolis desponta com desenvolvimento econômico e social, o que indica que a cidade apresenta condições de aplicar programas de sustentabilidade mais complexos ou custosos, em vista de desenvolver-se adequadamente. Faz-se necessário desenvolver as questões culturais e ambientais da cidade como um todo.

Além desta iniciativa, em 2015 foi lançado o Plano de Ação Florianópolis Sustentável. A cidade foi mapeada segundo as dimensões de sustentabilidades levantadas pela Iniciativa das Cidades Emergentes e Sustentáveis: ambiental, urbana, de governança e fiscal. Foram levantados 121 indicadores para serem desenvolvidos até 2022. Estas iniciativas demonstram o potencial e a necessidade de trabalhar a sustentabilidade em Florianópolis (FLORIANÓPOLIS, 2015).

Considerando estas iniciativas, parece um momento bastante interessante para iniciar um plano de educação para a sustentabilidade dentro do setor hoteleiro, setor referência dentro do turismo.

4.1.1 TURISMO E HOTELARIA EM FLORIANÓPOLIS

O setor turístico apresenta-se como importante segmento a ser estudado na cidade de Florianópolis, pois é uma atividade economicamente forte e apresenta grande influência na relação da cidade com o meio. A cidade destaca-se como 9º destino turístico mais desejado pelos brasileiros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014) e o 2º destino de lazer mais procurado por turistas estrangeiros (FIPE, 2012; LINS, 2000; SONAGLIO, 2002; ANDRADE e BELLEN, 2006; PIRES, 2010).

O setor turístico é responsável por 5,5% dos empregos da cidade de Florianópolis – Anexo B (DATA VIVA, 2013). Não foram encontrados estudos que apresentem a participação do turismo no PIB da cidade, bem como indicação de outros índices para o setor, como rotatividade, número de empregos temporários, nível de escolaridade, entre outros.

A história do desenvolvimento do turismo e da cidade de Florianópolis são inter-relacionadas. A partir da década de 1970, Florianópolis passou por um intenso desenvolvimento impulsionado pelo turismo. Ocorreu um grande crescimento industrial e a agricultura tradicional cedeu seu espaço para empreendimentos turísticos. O turismo desta época foi caracterizado pelo turista de veraneio. Na década de 80, Florianópolis começa a se destacar nacionalmente como polo receptor de turistas e inicia-se a ocupação do Norte da Ilha (especialmente o bairro Canasvieiras). O crescimento foi impulsionado pela descoberta do litoral catarinense por turistas argentinos. Somente depois de 1990 que os reflexos do crescimento desordenado impactaram também no sul da Ilha de Santa Catarina. Nesta década iniciou-se a busca por apresentar Florianópolis como destino internacional (FERREIRA, 1992; ASSIS, 2000; LINS, 2000; 2007; MINGORI, 2001; MONTIBELLER-F, 2002).

A cidade passou por intenso processo de modernização. Seus traçados foram refeitos, com diversos aterros, e ocorreu uma intensa verticalização. A cidade ganhou uma nova ponte, shoppings centers, agências de turismo, Centro de Convenções, um parque tecnológico, hotéis de redes nacionais e internacionais e a expansão do Aeroporto Hercílio Luz (ASSIS, 2000; GONÇALVES, 2011).

Lins (2007) destaca o surgimento do Centro Sul, em 1998, como marco de desenvolvimento turístico para a cidade, por possibilitar o recebimento de grandes eventos. Além da oferta de outras atrações diferentes das belezas naturais, o desenvolvimento destes empreendimentos também busca diminuir a sazonalidade do turismo da região.

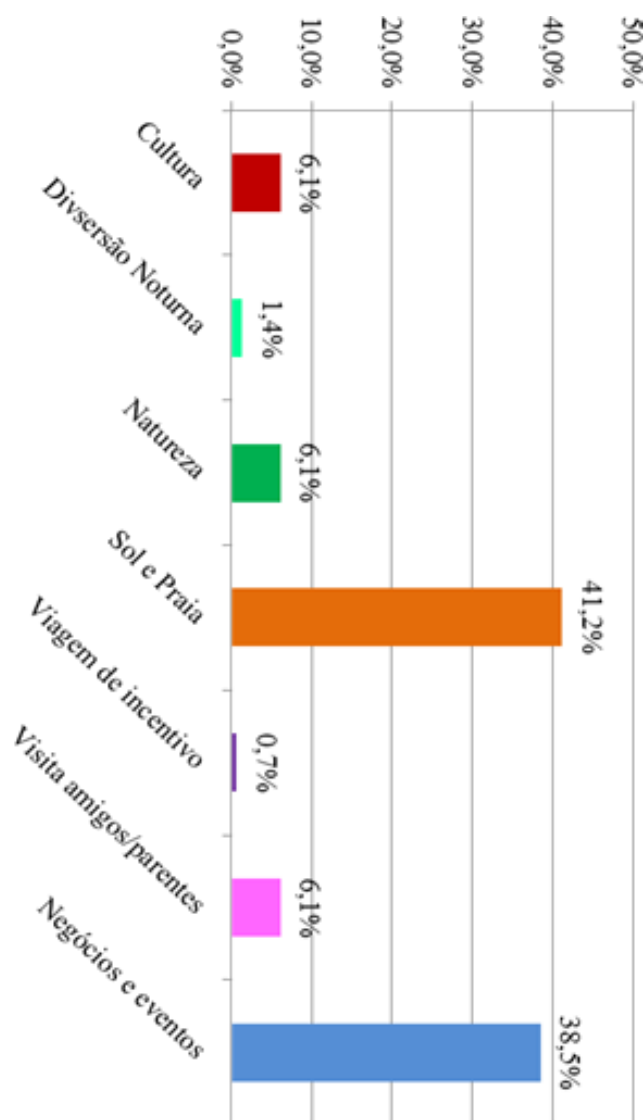
O turismo de massa é identificado por Mingori (2001) como mais frequente em Florianópolis. O turista desta modalidade costuma consumir pacotes de viagem, vir em férias, gastando seu tempo nas atrações mais conhecidas, como praias, com poucos gastos supérfluos. Este tipo de turismo satura as regiões de praia, pois não há uma infraestrutura prévia para o alto fluxo, representando para o autor o oposto do turismo sustentável. Este tipo de turismo está atrelado a problemas como aceleração inflacionária, degradação ambiental em prol dos empreendimentos turísticos, especulação imobiliária, concessão de subsídios para financiamento de empreendimentos turísticos, descaracterização da cultura local, falta de infraestrutura da comunidade receptora, agravamento de disparidades sociais e econômicas (PAIVA, 1995).

Montibelier- F. (2002) em seu estudo sobre a economia ecológica de Florianópolis aponta que a cidade passa por um processo de degradação grave. O autor destaca o aumento da densidade energética, concentração espacial e comprometimento da qualidade de vida. Florianópolis cresce desordenadamente, tendo concentrações de pessoas em locais distantes do centro. Esta “concentração desconcentrada” causa

aumento da produção de lixo e esgoto em locais não preparados para recepção e tratamento. Não foram encontrados outros estudos referentes à economia ecológica na cidade para apresentação de dados atualizados.

A Secretaria de Turismo de Florianópolis em parceria com SEBRAE desenvolveu uma pesquisa de Demanda Turística 2014. O resultado parcial de agosto de 2014 demonstra que a maior demanda turística de Florianópolis é por suas belezas naturais. A distribuição completa pode ser observada no gráfico abaixo.

Figura 14 – Principais motivos para viagem de turistas à Florianópolis



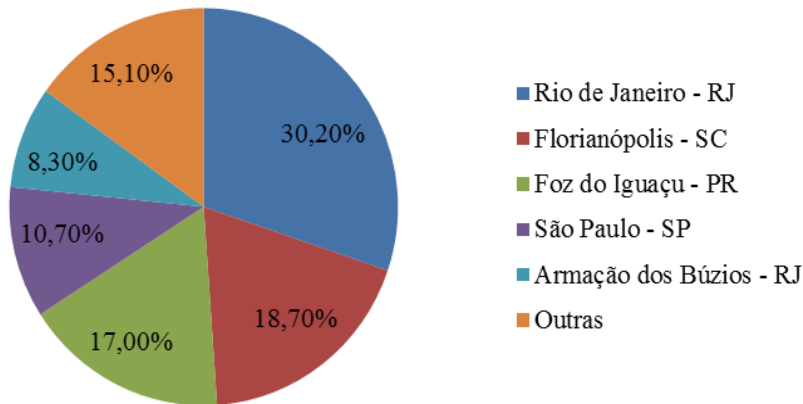
Fonte: SEBRAE/SC; SETUR (2014)

O gráfico indica que a maior procura de turistas por Florianópolis é por Sol e Praia (41,2%). Ainda caracterizado como turismo de lazer, existem pessoas que buscam a cidade por sua cultura (6,1%), natureza (6,1%), para visitar parentes e amigos (6,1%), pela diversão noturna (1,4%) ou por estarem em viagens de incentivo (0,7%). Observa-se que mais da metade da demanda turística apresentada na pesquisa é por suas belezas naturais e culturais (considerando-se as categorias Sol e Mar, Natureza e Cultura temos 53,4% das respostas da amostra). Este tipo de turismo é o apontado por Mingori (2001) como anti sustentável (SEBRAE/SC; SETUR, 2014).

A segunda maior demanda turística da cidade foi de Negócios e Eventos (38,5%). Esta pesquisa refere-se ao mês de agosto de 2014, época do ano considerada baixa temporada pois o clima ainda é ameno, com condições menos propícia para o turismo de praia. Destaca-se que este resultado é de um mês de baixa temporada. Assim o resultado dos meses de verão pode ser diferente, talvez com indicativo ainda maior da busca por sol e mar (MINGORI, 2001; SEBRAE/SC; SETUR, 2014).

Considera-se que as categorias Sol e Praia, Cultura, Natureza, Visitar parentes e amigos (6,1%), Diversão noturna e Viagem de incentivo constituem turismo de lazer, que representou 61,5% das respostas da amostra. Esta intensa busca pelo turismo de lazer em Florianópolis confirma-se ao estudar a procura de turistas estrangeiros por lazer, gráfico abaixo (SEBRAE/SC; SETUR, 2014; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Figura 15 – Destinos procurados por turistas estrangeiros para turismo de lazer (2013)



Fonte: Ministério do Turismo, 2014.

Observa-se que Florianópolis é o segundo destino mais procurado para lazer, por turistas estrangeiros. Importante destacar que a cidade não aparece nos demais rankings desta pesquisa: “Negócios, eventos e convenções” e “Outros motivos”. Este resultado demonstra a maior demanda estrangeira é em busca das belezas naturais da cidade. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Estes dados indicam a necessidade do setor do turismo e da hotelaria pensarem na preservação da cidade, pois são os atrativos naturais que trazem o turista até a cidade. Entendendo que são os indivíduos que alteram a sociedade, o desenvolvimento da atividade turística e hoteleira perpassa o desenvolvimento individual para a preservação do meio social, ambiental e economicamente.

Um dos elementos mais importantes de ser entendido e trabalhado dentro de um programa de educação sustentável em Florianópolis é a cultura “manezinha”. Segundo Rufino (2006)

existem três grupos em Florianópolis: os nativos da ilha, popularmente conhecidos como “manezinhos”; o “pessoal de fora”, pessoas que não nasceram em Florianópolis mas moram aqui; e os turistas. Estes dois últimos grupos são vistos pelos nativos como estrangeiros à cidade, sem direitos a tomar decisões sobre o rumo da cidade.

Os manezinhos são caracterizados por sua descendência açoriana, o nascimento na cidade de Florianópolis e suas características de fala rápida e melodiosa, incompreensível aos estrangeiros. Sua identificação se dá através de sua cultura representada através do sotaque marcante, dizeres próprios da região, comidas típicas, costumes e tradições. É considerado um grupo heterogêneo, onde cada região da cidade apresenta diferentes características (RUFINO, 2006).

O processo de chegada dos estrangeiros está atrelado ao desenvolvimento da atividade turística. Os nativos da cidade venderam suas terras para turistas e novos moradores, iniciando uma especulação imobiliária em Florianópolis. Foram vendidas principalmente terras próximas a praias e as atividades nativas como pesca e agricultura diminuíram (LINS, 2000; 2007).

Os autores (RUFINO, 2006; FANTIN, 2000) destacam que há um distanciamento dos nativos da ilha e do “pessoal de fora”. Com exceção de atividades como o surf, onde nativos e estrangeiros compartilham gostos, há uma hostilidade entre os grupos. Os “manezinhos” consideram que as pessoas que não nasceram na ilha não têm direito a opinar sobre questões locais. Mesmo quando o questionamento e opinião do estrangeiro é na direção de proteger a ilha, isto gera atrito com os nativos que entendem que são donos da terra e os estrangeiros são invasores. Desta forma, estas questões culturais se colocam como um limitante de uma nova consciência sobre a maneira de lidar com a cidade e as questões sustentáveis.

Por outro lado, torna-se importante considerar que a atividade hoteleira é uma atividade de turismo, na fronteira

entre os que são daqui e os que são de fora. Esse conflito apresentado pela cultura da cidade permeia a relação hoteleira todo o tempo. Ao planejar um programa de educação para a sustentabilidade é preciso levar em conta este diferente entendimento sobre o próprio lugar e o direito à exploração do local.

Também se faz necessário desmistificar a ideia que o turista chega à cidade e a degrada. Como apontado por Andrade e Bellen (2006) a maior pegada ecológica é dos próprios moradores, não do turista. É preciso então incluir a discussão sobre o direito à terra e à responsabilidade de cada um na preservação do meio.

Além disto, é essencial entender o processo de crescimento da cidade, intimamente ligado ao crescimento da atividade turística na ilha. A cidade foi remodelada por seu crescimento através do turismo, mas este mesmo turismo é visto por vezes de forma negativa pelos nativos da ilha (RUFINO, 2006; MINGORI, 2001; LINS, 2000). Faz-se necessário então reconstruir estes vínculos, observando os benefícios e malefícios reais que o turismo tem trazido para a cidade.

A prefeitura tem apresentado iniciativas para reinventar suas práticas turísticas, aproximando-se dos moradores e turistas. Um exemplo destes projetos é o “Minha marca é Florianópolis”, desenvolvido pela Prefeitura Municipal de Florianópolis em conjunto com o laboratório LOGO UFSC e SEBRAE, pesquisou junto à população, através de eventos criativos, sobre o que é marcante na cidade. O movimento de criar uma marca para a cidade vem sendo feito por grandes destinos turísticos, em prol de aproximar as pessoas da cidade. O processo de cocriação proporciona uma aproximação dos grupos de moradores (nativos e não nativos) e turistas. (GUERREIRO, 2009; MOREIRA, 2010).

Chegou-se a cinco palavras que são consideradas o DNA de Florianópolis: Natural, pois existem diversas belezas

naturais na cidade, além do contato constante dos moradores com a natureza através da pesca e práticas de exercícios como o surf; Multicultural, pois aqui coexistem pessoas do mundo todo; Mágica, em referência a cultura açoriana, hoje “manezinha” povoada por bruxas e outros seres folclóricos; Vibrante, considerada uma cidade alto-astral, cheia de festividades próprias; e “Quirida”, uma referência a fala do manezinho, com a pronunciada “i” bem marcado no lugar do “e”, que representa o jeito do manezinho ser carinhoso e acolhedor (PROJETO MARCA FLORIANÓPOLIS, 2015).

Sendo uma iniciativa da Prefeitura junto a sua Secretaria de Turismo, o projeto pode ser um indicativo de que a cidade está buscando novas formas integradoras de turismo. A marca reúne as pessoas e os recursos sob um sinal holístico, sendo bastante utilizadas nos destinos turísticos. São fontes de diferenciação e elementos de identificação, reconhecimento, continuidade e coletivismo (GUERREIRO, 2009; MOREIRA, 2010).

4.2 MEIOS DE HOSPEDAGEM: AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, SOCIOCULTURAL E EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

As entrevistas e visitas nos meios de hospedagem permitiu a identificação e descrição das ações de sustentabilidade ambiental e social; e das ações de educação para a sustentabilidade desenvolvidas pelos meios de hospedagem.

Participaram da pesquisa sete hotéis e cinco pousadas. Este item descreve as ações sustentáveis e a aderência dos meios de hospedagem a cada uma delas. Segue uma análise, diante da literatura da área, buscando compreender os dados obtidos.

Segundo Valente (2007) os meios de hospedagem costumam desenvolver ações de proteção ambiental em detrimento de ações sociais. Optou-se então por apresentar primeiro os dados dos meios de hospedagem em relação as ações ambientais e o número de meios de hospedagem que aderem a cada ação podem ser vistos na tabela a seguir

Tabela 07 - Ações Ambientais dos meios de hospedagem

Ação Ambiental	Quantos meios de hospedagem a realizam
Cartão-chave	11
Luzes econômicas	11
Coleta Seletiva	10
Reuso de toalhas (a escolha do hóspede)	9
Aparelhos eletrônicos econômicos	9
Possui ambiente específico de armazenamento de lixo seco	7
Aproveitamento de luz natural	7
Aquecimento solar da água	6
Decoração com artesanato local	6
Captação da água da chuva	3
Produtos de limpeza biodegradáveis	3
Diminuição do desperdício de comida	2
Placas de luz solar	2
Reciclagem do do Óleo	2
Reciclagem de sabonete	2
Promoção de trilha	2
Limpeza da Praia	2
Não utilizam plástico	1
Fornecimento de copo Eco	1
Utilização de madeira de reflorestamento	1
Utilização de madeira de demolição	1
Veículos com GNV	1
Papel eco	1
Menor número de toalhas por quarto	1
Tratamento de esgoto	1
Captação de água de nascente	1
Horta orgânica	1
Redutor de água no chuveiro	1
Reutilização das toalhas (para panos)	1

Fonte: Resultados da pesquisa

Como demonstrado na Tabela 07, as principais ações realizadas pelos meios de hospedagem são cartão-chave; luzes econômicas; coleta seletiva; programa de reuso de toalhas e aparelhos eletrônicos econômicos.

Observa-se que as ações mais realizadas pelos meios de hospedagem são aquelas conectadas à redução de gastos (Tabela 07). Estes achados corroboram com Tzschenkr, Kirk e Lynch (2004) e Pato (2004). Observa-se também que as opções mais realizadas são aquelas de mais fácil implementação e de retorno mais facilmente identificável.

Cartão chave é quase uma unanimidade entre os meios de hospedagem pesquisados, já que 11 participantes da pesquisa declaram tê-los. Acredita-se que o cartão chave é considerado um item básico no meio hoteleiro, segundo as entrevistas realizadas. Seu investimento é recuperado rapidamente pela economia gerada com o desligamento automático dos aparelhos eletrônicos. E é também um item importante de segurança, pois o meio de hospedagem pode controlar mais facilmente a entrada e saída de seus hóspedes.

A troca de luzes e aparelhos eletrônicos por suas versões mais econômicas também são ações com alta aderência entre os meios de hospedagem (respectivamente 11 e 9 meios de hospedagem declaram realizar estas ações). Considera-se que estes itens, além de gerar economia, refletem diretamente na percepção dos hóspedes sobre o meio de hospedagem. A expectativa dos hóspedes é encontrar um quarto com equipamentos modernos, luzes mais claras, ar condicionados que produzem menos ruídos, entre outros fatores. Para entregar uma unidade habitacional de acordo com o cliente, o meio de hospedagem está em constante melhoria e troca de seus eletrônicos.

Uma comparação possível é entre a presença de placas de luzes solares (2 meios de hospedagem declaram ter) e os aparelhos eletrônicos econômicos (9 meios de hospedagem). Os entrevistados afirmaram que a economia gerada pelas

placas solares depende de diversos fatores, não justificando o investimento.

Mackenzie-Mohr e Schultz (2012) indicam que uma das barreiras para a ocorrência de ações sustentáveis é a conveniência. Ações que requerem um esforço maior para a ocorrência, do que o comportamento usual, tornam inconveniente a ocorrência do esperado. A implementação das placas solares pode ser inconveniente na medida em que requer maior planejamento.

Também acredita-se que o meio de hospedagem considere mais fácil a troca de aparelhos e lâmpadas que a implementação de uma tecnologia mais desconhecida, como as placas solares. Indícios desta afirmação são encontrados nas falas dos gestores, que indicam que placas solares ou captação da água da chuva são difíceis de serem implementados, requereriam algumas reformas e ajustes. Isto indica que deve haver maior incentivo e orientação quanto as novas tecnologias para os meios de hospedagem.

Nesta relação é importante considerar que a troca de aparelhos eletrônicos impacta diretamente na percepção do hóspede sobre o meio de hospedagem, na medida em que os hóspedes em geral se preocuparão em ter uma boa e moderna televisão em seu quarto, mas dificilmente prestarão atenção na presença de placas solares. Considera-se que a troca de lâmpadas e aparelhos eletrônicos econômicos seja uma norma social imposta pelos turistas, enquanto não há nenhuma norma neste sentido para as placas solares.

Assim, percebe-se que as ações mais praticadas são aquelas cuja tecnologia é mais difundida, de fácil implementação e retorno rápido: cartão-chave, luzes econômicas, reuso de toalhas, troca de aparelhos eletrônicos. (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

A aderência à ação de coleta seletiva também é bastante alta. Este item requer um certo esforço por parte das organizações em separar o lixo, sendo considerado

inconveniente, o que poderia diminuir o número de organizações dispostas a fazê-lo. Entretanto, a separação do lixo é uma ação socialmente esperada e altamente difundida no Brasil.

Sendo uma atividade esperada socialmente, sua resposta deve ser analisada criteriosamente. Considerando que os responsáveis pelos meios de hospedagem indicaram esta ação como algo que “todos fazem”, tida como algo comum, pode-se considerar que esta ação é vista como obrigatória. Esta ação, entretanto, requer uma análise cuidadosa, pois é possível observar que apenas sete hospedagens possuem local para armazenamento do lixo seco, indicando que a coleta talvez não esteja sendo feita corretamente.

Em Florianópolis ocorrem duas coletas: a coleta seletiva e a coleta convencional. A coleta convencional ocorre três vezes por semana. Já a coleta seletiva ocorre uma vez por semana. A prefeitura e a COMCAP (Companhia de Melhoramentos da Capital) disponibilizam os roteiros de ambas as coletas com horário de início em seu site.

Por conta deste calendário, o lixo reciclado deve ser armazenado durante uma semana em local adequado, aguardando o dia certo para ser colocado nas lixeiras externas. Apenas sete meios de hospedagem possuem local para armazenamento do lixo seco.

Além disso, foi constatado que os meios de hospedagem têm dificuldade de comunicação com os órgãos competentes pelo recolhimento do lixo para obterem informações acerca dos horários de recolhimento. Muitos meios de hospedagem relataram a necessidade de colocar o lixo separado na coleta normal (por não terem espaço adequado ou por este local ficar cheio antes da coleta ocorrer). Assim, a coleta seletiva acaba sendo uma ação sem resultado efetivo, e os funcionários, muitas vezes, se desinteressam de fazer a coleta seletiva, pois sabem que os lixos acabam se misturando.

Lins (2000; 2007) indica a importância de estabelecimentos turísticos, como restaurantes e meios de hospedagem, preocuparem-se com o lixo e o esgoto produzido, visando especialmente a balneabilidade das praias. Aqui considera-se importante destacar que as pesquisas da AGESAN (2015), Instituto Trata Brasil (2013) e FATMA (2016) que indicam que os problemas em relação ao esgoto são abrangentes e comuns na cidade, bem como de balneabilidade das praias.

A ação de reuso de toalhas é bastante simples de implementar, requerendo apenas que os meios de hospedagem informem seus hóspedes da política de reuso. Essa facilidade condiz com a alta aderência dos participantes e tem um forte impacto sobre a economia de água e produtos químicos, pois diminui a quantidade de toalhas a serem lavadas. Ainda assim, não são todos os meios de hospedagem que implementam esta ação. Isto ocorre porque a troca de toalhas diária é considerada um item alto padrão entre os meios de hospedagem.

A SB Class indica a troca de toalhas diariamente e da roupa de cama em dias alternados como item para a 3ª estrela de hotéis e a 4ª de pousadas (BRASIL, 2011). Estas ações são consideradas como indicativos de um melhor padrão de serviço. Segundo as entrevistas, esta também é a percepção de uma parcela dos clientes. Os meios de hospedagem afirmam receber reclamações de hóspedes quando as toalhas não são trocadas diariamente.

A questão do alto padrão dos meios de hospedagem influencia também em itens como a redução do número de toalhas no quarto e a troca dos *amenities* por recipientes fixos. Em especial, a redução do número de toalhas é uma ação de simples implementação (bastando não colocar uma segunda toalha de rosto), sem necessidades de investimento, e de alto retorno econômico. Entretanto a norma social vigente na hotelaria (padrão de atendimento) impede a sua aplicação.

Há de se considerar que tudo que todos os itens de roupa de cama e de banho são lavados na saída do hóspede. Assim, quando uma toalha extra não é utilizada, sua lavagem é um desperdício de recursos. Mesmo com a implementação do reuso de toalhas, a redução do número de toalhas pode apresentar um resultado bastante interessante, com grande impacto ambiental e econômico.

O único meio de hospedagem que realiza esta ação, declarou que costuma receber pessoas sozinhas ou em casal para poucos dias. Para este tipo de turista o meio de hospedagem considera que uma segunda toalha de rosto não se faz necessária. Entretanto, esta é uma ação que os hoteleiros consideram ter grande impacto negativo frente aos hóspedes. Torna-se importante destacar que o meio de hospedagem que declarou implementar esta ação, indicou que recebeu reclamações isoladas sobre o assunto e que, de um modo geral, o resultado é positivo. Também ressalta-se que outros meios de hospedagem declararam receber comumente hóspedes sozinhos, ainda assim optaram pela manutenção do padrão.

Os *amenities* apresentam-se como um caso similar, em que a expectativa dos hóspedes é a presença dos *amenities* em suas unidades habitacionais, especialmente nos banheiros, onde os *amenities* padrões são pequenos shampoos, condicionadores e sabonetes, também são comuns *amenities* como pequenos chocolates ou balas acima dos travesseiros.

Estes itens geram uma grande quantidade de lixo, pois são embalagens individuais. Além da quantidade de embalagens, boa parte dos meios de hospedagem colocam *amenities* diariamente, o que gera um grande desperdício de produto, pois incentiva os hóspedes a utilizar apenas uma vez o produto, descartando o que sobra.

O ideal seria sua substituição dos *amenities* por recipientes fixos com os mesmos produtos. Isto diminuiria os custos para os meios de hospedagem na compra dos produtos de higiene, além de diminuir o lixo gerado pelo consumo do

produto. Os demais *amenities* (como pequenas balas) devem ser repensados quanto a sua necessidade.

Esta solução já é utilizada em muitos destinos internacionais, mas raramente presente nos meios de hospedagem brasileiros. Segundo os entrevistados, os recipientes fixos são mal vistos, sendo associados à falta de higiene por ser de uso comum entre os hóspedes, e considerado de menor valor que o *amenitie* (mesmo que o produto seja o mesmo). Nenhum meio de hospedagem indicou que cogita realizar esta troca, mesmo considerando que o gasto direto com os *amenities* é bastante alto.

Por conta deste padrão de atendimento, os meios de hospedagem não aderem a programas de diminuição de desperdício de comida. Uma situação relatada pelos gestores dos meios de hospedagem é que o padrão do café da manhã (refeição servida por todos os meios de hospedagem pesquisados) é a mesa farta até o final do horário do serviço. Desta forma, boa parte dos alimentos servidos é desperdiçada, pois é necessária constante reposição.

Programas de desperdício de comida necessitam de um bom controle de produção e reposição de alimentos, bem como a busca por alternativas. Um dos meios de hospedagem que busca diminuir o desperdício de comida indicou que prefere encaminhar um café da manhã para o quarto do hóspede, pois o café encaminhado ao hóspede possui um formato padrão e uma quantidade calculada para o número de hóspedes da unidade habitacional no momento. Em comparação ao buffet, requer menor variedade e quantidade de comida. Segundo o gestor, este formato de café da manhã combinou com o seu estabelecimento, de pequeno porte, que considera mais intimista. Esta solução não é viável para todos os meios de hospedagem, mas serve como exemplo na busca por alternativas.

O aproveitamento da luz natural é uma ação bastante difícil de ser implementada quando a construção do meio de

hospedagem já está concluída. Os meios de hospedagem que possuem este item, o incluíram em seu projeto arquitetônico. Aqueles cujo projeto não incluiu o aproveitamento da luz solar, não pretendem realizar reformas nesse sentido. É importante destacar que dos sete meios de hospedagem que apresentam o aproveitamento de luz natural, apenas dois declararam que criaram os espaços pensando em ter a luz solar e gerar economia. Os demais indicaram que foram questões estéticas que orientaram suas decisões.

Seis meios de hospedagem utilizam o aquecimento solar da água para economizar energia elétrica, pois consideram que a economia gerada é expressiva. O aquecimento solar da água é uma opção bastante utilizada pelos respondentes para aquecer piscinas e chuveiros.

O item decoração local foi considerado um importante indicativo de promoção cultural da cidade. Foram encontrados nos meios de hospedagem decorações diversas que incluíam elementos locais. Alguns meios de hospedagem “de praia” apresentaram exposição de elementos naturais encontrados no entorno, como conchas, e elementos da ilha como renda de bilro, boi de mamão e pesca. Outros meios de hospedagem incluíram quadros de artistas locais, fotos da cidade e de seus elementos mais característicos.

Alguns meios de hospedagem afirmaram não ter decoração com itens locais por não combinar com o estilo do hotel. Entretanto é importante apontar que alguns elementos podem ser incluídos independentemente do estilo do meio de hospedagem, como fotos e quadros, entre outras referências possíveis. O meio de hospedagem é o local primário de recebimento do turista, portanto, deve facilitar o contato deste com a cultura da cidade.

A captação da água da chuva apresentou baixa aderência dos meios de hospedagem, apenas três locais possuem esta ação. Esta tecnologia requer algum investimento por parte do hotel para trabalhar na captação da água

encaminhando-a para os serviços possíveis, como o reuso nos vasos sanitários ou jardins. Entretanto, essa ação representa uma grande economia de recursos.

Três meios de hospedagem utilizam produtos de limpeza biodegradáveis. O uso de produtos biodegradáveis representa por vezes um custo a mais para o meio de hospedagem em sua compra, porém, representa um avanço importante na diminuição da poluição da água.

Alguns meios de hospedagem promovem ações importantes como limpeza da praia, trilhas, atividades gratuitas para a comunidade e patrocínio de atividades locais. Essas ações, especialmente quando realizadas com grupos que envolvem funcionários, moradores e turistas, representam a oportunidade de entrar em contato com o meio social, ambiental e cultural, e se responsabilizar por ele.

Algumas ações com pouca adesão por parte dos meios de hospedagem que poderiam facilmente ser adotadas, como: produtos de limpeza biodegradáveis; diminuição do desperdício de comida; reciclagem do óleo; reciclagem do sabonete; reutilização de toalhas para panos. Estas medidas requerem pouco investimento e dependem, em sua maioria, de repensar processos dentro do hotel, podendo representar uma grande diferença na proteção ao meio ambiente.

Alguns programas dos meios de hospedagem pesquisados destacam-se nas medidas de proteção do meio ambiente, servindo como modelo. Quanto à separação do lixo, três meios de hospedagem relataram ter programas de separação e reciclagem do lixo que revertem em benefícios para os funcionários, utilizando como um caixa para a realização de festas de integração dos colaboradores e melhorias no ambiente comum dos funcionários. Para o funcionamento destes programas, os meios de hospedagem criaram espaço para manutenção do lixo e associaram-se a empresas particulares que recolhem os materiais recicláveis.

As principais dificuldades relatadas neste tipo de ação é a manutenção do lixo, especialmente no verão, além da dificuldade em encontrar empresas que recolham o lixo. Um dos meios de hospedagem relatou suspensão do programa por não encontrar uma empresa para recolher o lixo.

Dois meios de hospedagem reutilizam os sabonetes dos banheiros para a limpeza do hotel. É uma ideia simples e facilmente adaptável. Basta recolher os sabonetes utilizados parcialmente nas unidades habitacionais (dos *amenities*), higienizá-los e utilizá-los na limpeza normal do hotel. Os sabonetes podem ser utilizados no lugar de detergentes de louça e roupa (ou em conjunto deles).

A diminuição de toalhas por quartos pode ser uma excelente medida de economia por parte do meio de hospedagem. Pode-se diminuir o número de toalhas de rosto (encaminhando apenas uma) e/ou de banho.

Esta é uma medida importante e de grande benefício para o hotel, pois reduz o gasto com água, luz, produtos de limpeza e reposição de toalhas, sendo uma atitude prática e simples de ser adotada. Se a lavanderia é externa ao hotel torna-se importante notar que a política comum de cobrança não difere toalhas de rostos de toalhas de banho. Assim uma medida nesse sentido pode ser a eliminação das toalhas de rosto, conforme exposto por Cesar Hunhnff (2015) no Encatho 2015 durante o Simpósio de Governança e manutenção hoteleira.

Ainda em relação as toalhas do hotel, a saída encontrada por um meio de hospedagem é a reutilização delas como panos, reduzindo a compra de materiais. Uma medida bastante simples de ser adotada. Também podem ser utilizadas para produzir protetores de travesseiros (que auxiliam no aumento da vida útil do travesseiro) e de outros itens como sacos para sapatos para os hóspedes.

Com relação a medidas socioeconômicas, foram relatadas poucas atividades nos meios de hospedagens pesquisados. A Tabela 08 indica as ações levantadas:

Tabela 08 - Ações Sociais e número de meios de hospedagem que as apresentam

Ações sociais	Quantos meios de hospedagem a realizam
Decoração com temas locais	6
Realizar doações	6
Receber a comunidade em atividades gratuitas	3
Patrocina iniciativas locais	3

Fonte: próprio autor

No campo social, os meios de hospedagem relataram doar roupas de cama em bom estado, dinheiro e presentes em ocasiões especiais como natal. Três meios de hospedagem têm programas para receber a comunidade, dois meios de hospedagem recebem em uma confraternização anual e apenas um meio de hospedagem tem um programa para receber a comunidade para usufruir das trilhas e do estabelecimento. Três meios de hospedagem indicaram realizar patrocínios para entidades e ações locais.

A pesquisa demonstrou que, apesar de algumas iniciativas, os meios de hospedagem pesquisados apresentaram poucas medidas socioeconômicas, indicando realizar atividades eventuais. Alguns entrevistados indicaram que ajudam quando são procurados pela comunidade. Comparando-se com as medidas de proteção ambiental, percebe-se estas são muito mais difundidas que as ações socioeconômicas. Apenas um dos meios de hospedagem relatou ter a intenção de pensar

atividades para a comunidade. Os demais indicaram ter ações isoladas, mais por iniciativa de uma pessoa.

Estas ações são importantes não apenas no sentido da organização se responsabilizar socialmente com o meio, mas também porque é no contato com a comunidade que o meio de hospedagem pode gerar mudanças necessárias para a manutenção de seu negócio.

Nenhum meio de hospedagem apresentou capacitações específicas de educação para a sustentabilidade. Também não houve caso de políticas específicas de sustentabilidade. Dois meios de hospedagem indicaram que consideram a proteção ecológica de forma geral em sua política e valores. Este resultado indica a importância do desenvolvimento de um programa de educação para a sustentabilidade dentro da hotelaria.

As ações sustentáveis (sociais, culturais, ambientais e econômicas) são importantes para a manutenção do negócio dos meios de hospedagem no longo prazo. Mas, no curto prazo, aplicar ações sustentáveis nas organizações também trazem vantagens para o empreendimento, como a melhoria na relação com os funcionários, com a comunidade, além da possibilidade de apresentar grande impacto na atração de turistas provenientes do ecoturismo. Assim, considera-se importante que os meios de hospedagem busquem apresentar mais ações sustentáveis em seus empreendimentos (PORTILHO, 2004; 2010; ELKINGTON, 1994).

Segundo Tzschentkr, Kirk e Lynch (2004) as ações mais realizadas por meios de hospedagem são as que geram redução de gastos e aumento da eficiência. Ao abordar as questões de sustentabilidade em relação às gerações futuras, os resultados indicam que há uma obrigação moral de ser sustentável.

As observações dos autores (TZSCHENTKR; KIRK; LYNCH, 2004) condizem com os achados desta pesquisa. Ações que são esperadas pelo público (como troca de aparelhos eletrônicos) apresentam maior aderência por sua obrigação moral, como algo que todos devem fazer. Enquanto ações mais complexas e pouco utilizadas não possuem esta obrigação moral associada (como a instalação de placas solares) e, portanto, são menos realizadas.

Destaca-se o baixo número de ações sociais e culturais desenvolvidas pelos meios de hospedagem pesquisados. Ao falar de sustentabilidade na hotelaria é preciso pensar em ações para além da proteção ambiental, respeitando os pilares da sustentabilidade (ELKINGTON, 1994; 2004).

Uma observação importante é a média de ações por pousadas e hotéis. Ao comparar a amostra, observa-se que as pousadas apresentam mais ações sustentáveis, na média, que os hotéis. Este é um indicativo importante sobre a cultura organizacional de ambos os meios de hospedagem em relação a sustentabilidade.

Considerando o conceito de pousada definida pela SB Class (BRASIL, 2010), é possível traçar uma hipótese sobre as características apresentadas. A pousada é caracterizada como um estabelecimento menor, podendo conter chalés e bangalôs. Esse serviço é associado a ideia de maior relaxamento, ambientes aconchegantes. Pousadas em geral utilizam as belezas naturais do ambiente em que estão inseridas para criar um clima para seus hóspedes de maior conforto.

Assim, mesmo que todo o setor de hotelaria (e do turismo) dependa de uma relação sustentável com seu meio para atrair turistas, a pousada depende ainda mais diretamente, pois as belezas naturais quase sempre estão dentro da pousada ou “a vista” dos hóspedes, sendo este o seu diferencial.

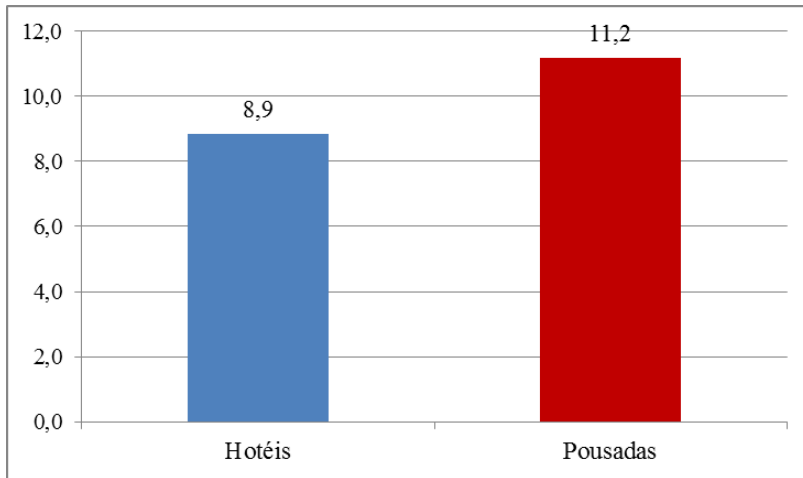
Também levanta-se a hipótese que o perfil dos gestores de pousadas e hotéis sejam diferentes. Nos estabelecimentos pesquisados os gestores das pousadas são os donos e trabalham

diretamente com seus clientes. Os funcionários são tratados mais informalmente e três das pousadas pesquisadas possuem animais que nela vivem. Esses são indícios de uma maior proximidade do gestor com o local de trabalho e o meio em que se está inserido. Além de apresentar um clima de maior proximidade entre hóspedes e funcionários.

Os hotéis apresentaram-se como empreendimentos maiores, com um sistema de comando mais formal. Neste sentido, o hotel constitui-se como mais afastado ideologicamente das questões ambientais e sustentáveis.

Realizou-se uma comparação entre as ações realizadas em pousadas e em hotéis para investigar se os hotéis apresentam menos ações sustentáveis que as pousadas. Ao contabilizar todas as ações ambientais e socioeconômicas, observa-se um total 118 ações. Ao separar as declaradas por hotéis e pousadas, observa-se que 62 dessas ações foram declaradas pelos hotéis, enquanto 56 foram declaradas pelas pousadas. Observa-se que o número de pousadas participantes é menor que o de hotéis. Portanto, foi realizada uma média das ações pelos meios de hospedagem, chegando-se ao resultado apresentado na Figura 16.

Figura 16 – Gráfico da média de ações por meio de hospedagem



Fonte: Resultados da Pesquisa

Como demonstrado na Figura 16, os hotéis apresentam uma média de 8,9 ações por estabelecimento, enquanto as pousadas apresentam uma média de 11,2 ações por estabelecimento. Acredita-se que este resultado se dá pela proposta das pousadas, onde os hóspedes buscam o bem-estar, acomodações mais aconchegantes e proximidade com a natureza.

Esses indícios apontam a necessidade de maiores pesquisas sobre o tema, buscando entender se essas diferenças confirmam-se, assim como a relação com as ações sustentáveis apresentadas.

4.3 VALORES E SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DOS VALORES DOS COLABORADORES DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM PESQUISADOS

Segundo Pato (2004), Caixeta (2010), Schwartz (2006; 2012) os valores são o que há de mais central e intrínseco de um comportamento. Considerou-se que para planejar um programa de educação para a sustentabilidade seria necessário, em primeiro lugar, entender quais os valores que embasavam o comportamento do grupo a quem se destinam este programa (colaboradores de hotelaria).

Além das perguntas sobre valores, foram levantados alguns dados demográficos dos respondentes. Quanto ao meio de hospedagem em que trabalha, 42 respondentes eram de pousadas e 56 de hotéis. Este número condiz com o número de meios participantes da pesquisa: participaram da pesquisa sete hotéis e cinco pousadas.

Quanto ao gênero, a maior parte da amostra é composta por mulheres: 63 respondentes. Apenas 35 respondentes eram homens. Em relação à faixa etária, observa-se mais respondentes entre 31 e 35 anos: 29 respondentes. A faixa etária anterior, entre 26 e 30 anos, também apresenta um grande número de pessoas: 18 respondentes. Metade da população está distribuída entre essas duas faixas etárias, ou seja, de 26 a 35 anos. A distribuição completa da amostra em relação à faixa de idade pode ser vista na Tabela 09.

Tabela 09 – Faixa etária da amostra

Faixa etária	N. de respondentes
18-20 anos	2
21-25 anos	14
26-30 anos	18
31-35 anos	29
36-40 anos	13
41-45 anos	6
46-50 anos	9
51-55 anos	3
56-60 anos	4

Fonte: próprio autor

Observa-se que a distribuição entre as faixas etárias está concentrada nas idades próximas de 30 anos. Assim, a maior parte da amostra localiza-se entre 31-35 anos, seguida por 26-30 anos, 36-40 anos e 21-25 anos.

O grau de instrução de maior representatividade é o ensino médio (54 respondentes), seguido por ensino superior (21), Ensino Fundamental (13), Ensino básico (6) e Pós-graduação (4). Para a distribuição dos respondentes quanto a sua escolaridade considerou-se o último grau completo.

O estado civil da maioria dos respondentes é solteiro, totalizando 55 respondentes; seguido por casado, 40 respondentes; divorciado, 2 respondentes; e viúvo com apenas 1 respondente. Sobre o número de filhos dos respondentes, 30 declaram não ter filhos, enquanto 26 indicaram ter apenas um filho, 18 indicaram ter dois filhos, 11 respondentes disseram ter três filhos e 4 respondentes indicaram ter quatro filhos. Não houve casos de pessoas com mais que quatro filhos. Um

resumo do perfil da amostra da pesquisa é apresentado na Tabela 10, de perfil médio dos respondentes:

Tabela 10 – Perfil médio dos respondentes

Questões de perfil	Dados médios	N. de respondentes	Porcentagem dos respondentes
Meio em que trabalha	Hotel	56	54,88
Gênero	Feminino	63	61,74
Idade	31-35 anos	29	28,42
Escolaridade	Ensino médio completo	54	52,92
Estado Civil	Solteiro	55	53,9
Quantidade de filhos	0	39	38,22

Fonte: próprio autor

Além da análise dados demográficos da amostra, realizou-se uma análise descritiva da frequência das respostas dos itens dos valores conectados à Auto Transcendência: Benevolência confiabilidade, Benevolência cuidado, Universalismo natureza, Universalismo preocupação e Universalismo tolerância. Estes valores são conectados aos comportamentos sustentáveis e de proteção ambiental por diversos autores (PATO, 2004; CAIXETA, 2010; CORRAL-VERDUGO, 2010; 2012; TAPIA-FONLLEM *et al.*, 2013).

Para entender a presença ou ausência destes valores, buscou-se os valores mínimos, máximos, médias, moda, medianas, assimetria e achatamento da distribuição das respostas. Para considerar que os valores pesquisados estão presentes na população é preciso que a maioria tenha respondido dentro da escala as respostas 4 e 5. Para tanto, foram criados padrões para média, moda, mediana, assimetria e curtose.

A média das respostas das perguntas deve ser 3. A mediana divide o número de respostas ao meio. Assim, considerou-se que esta deve ser igual ou maior que 4, indicando que pelos 50% da amostra assinalou aquele valor como seu. A assimetria deve ser negativa, indicando que a concentração das respostas está para esquerda (respostas 4 e 5) e o valor de achatamento deve ser positivo, indicando que a concentração é mais alta na curva. O resultado é apresentado na tabela a seguir.

Tabela 11 – Índices de frequência de resposta dos valores de Auto Transcendência

Pergunta	Mínimo	Máximo	Mediana	Assimetria	Curtose
Utole1	2	5	5	-,914	,303
Utole2	1	5	4	-1,144	1,742
Utole3	1	5	5	-1,245	2,210
Unat1	1	5	5	-1,715	4,872
Unat2	1	5	4	-1,013	1,445
Unat3	2	5	5	-,784	,366
Upreoc1	1	5	5	-1,193	1,117
Upreoc2	1	5	5	-1,563	2,404
Upreoc3	1	5	5	-1,990	6,628
Bconf1	2	5	5	-1,918	3,803
Bconf2	1	5	5	-2,295	5,787
Bconf3	2	5	5	-,994	,401
Bcuid1	2	5	5	-1,814	3,105
Bcuid2	2	5	5	-1,534	2,028
Bcuid3	1	5	5	-1,649	3,157

Fonte: Dados da Pesquisa

Todos os itens apresentaram valores dentro dos parâmetros esperados. Estes resultados indicam que os valores Benevolência confiabilidade, Benevolência cuidado, Universalismo natureza, Universalismo preocupação e Universalismo tolerância estão presentes na amostra pesquisada. Observa-se que a maioria das medianas apresentou valor 5, indicando que pelo menos 50% dos respondentes assinalou a opção “Se parece muito comigo” nestes valores. Entendendo que os valores que embasam o comportamento sustentável estão presentes no grupo em evidência, é preciso buscar o caminho até o comportamento final desejado,

entendendo quais elementos são impeditivos do comportamento sustentável.

Esses valores indicam que os colaboradores de meios de hospedagem possuem os valores do agrupamento Auto Transcendência, indicando que a base central do comportamento sustentável existe. Para a promoção deste comportamento, deve-se então trabalhar outros elementos entre os valores e o ação em si.

Ajzen (1980; 1991) afirma que a intenção e o comportamento são mediados por crenças, normas e atitudes. A Teoria da Ação Planejada propõe que a percepção individual das barreiras ao comportamento desejado é um item de grande influência na ação final. Assim, segundo a hierarquia Valores, Crenças, Atitudes e Comportamento (Figura 04) as barreiras para o comportamento sustentável são as normas individuais, sociais e sobre o meio percebidas pelos indivíduos (FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN, 1980; 1991; AJZEN, ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; MOUTINHO; ROAZZI, 2010).

Neste sentido, a proposta de programa de educação para a sustentabilidade aqui desenvolvida, buscará diminuir estas barreiras através de diversas ações (capítulo 5).

Considera-se que a escala do questionário é não paramétrica. Portanto, a utilização das médias e dos índices calculados a partir desta medida têm efeito para comparação entre os itens e maior exploração dos dados.

Neste sentido, as médias dos itens podem ser utilizadas para entender os valores com maior e menor aderência dos respondentes. Assim, para cada valor calculou-se a média de todas as respostas das três perguntas e o desvio padrão. A média aritmética considera a soma de todas as respostas dos participantes da pesquisa, enquanto o desvio padrão apresenta a informação sobre a heterogeneidade das respostas (BARBETTA, 2007). Considerou-se que médias maiores

indicariam valores com maior aderência. A comparação abaixo é apresentada na Tabela 12.

Tabela 12 – Médias das respostas dos valores

Valores	Média	Desvio Padrão
Benevolência Cuidado	4,51	0,75
Benevolência Confiabilidade	4,48	0,79
Universalismo Preocupação	4,33	0,90
Universalismo Natureza	4,27	0,79
Universalismo Tolerância	4,24	0,81

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 12 apresenta os valores ordenados da maior média para a menor. O desvio padrão indica que as respostas apresentaram certa heterogeneidade entre si, mas essa variação foi menor que 1, indicando que a maioria das respostas estão agrupadas em valores próximos. Os valores com maior aderência são Benevolência Cuidado e Benevolência Confiabilidade, indicando uma tendência do grupo pesquisado a valorizar o bem-estar das pessoas próximas de si. Os valores de universalismo (Tolerância, Natureza e Preocupação) tem uma média acima de 4, indicando uma alta aderência também, mas menor do que os demais.

A ordem das médias também é um indicativo da validade do modelo de Schwartz *et al.* (2012), na medida em que os autores consideram que na escala hierárquica proposta um dos valores será o mais importante e, aqueles próximos ao valor de maior importância, devem apresentar uma aderência alta e, os mais distantes, devem apresentar menor aderência. Assim, se o valor Benevolência Cuidado possui um valor alto

de aderência, os valores que seguem devem apresentar gradativamente um valor mais baixo.

Segundo Teixeira *et al.* (2012), em análise do modelo de 10 valores de Schwartz (1994; 2006; 2012) para a população brasileira, os valores universalismo e benevolência apresentam-se distintos, mas ocupando o mesmo vértice do círculo, sendo universalismo mais externo que benevolência (Figura 09). Os autores indicaram que estas posições demonstram que o universalismo é mais abstrato para os brasileiros do que a benevolência. Neste sentido, a meta de preservar e promover o bem-estar de quem se está em contato frequente se apresenta como a aplicação prática do universalismo como a ação mais possível.

Buscando transpor estes achados para a presente pesquisa, percebe-se que a menor aderência aos valores de universalismo pode indicar que as metas dos valores Universalismo Tolerância, Universalismo Natureza e Universalismo Cuidado são mais abstratos que os demais, tendo assim menor aderência dos respondentes.

O trabalho de Tamayo e Schwartz (1993) aponta quatro valores específicos da amostra brasileira, “esperto”, “sonhador”, “ vaidade” e “trabalho”. Estes valores indicam uma tendência do grupo pesquisado em valorizar o bem-estar das pessoas próximas de si (valores trabalho e sonhador). O valor esperto está conectado ao “jeitinho brasileiro”. Estes valores colocam o bem-estar próprio e dos que são próximos acima dos demais. Este resultado condiz com a apresentação dos valores na amostra pesquisada, na qual os valores de benevolência têm mais aderência do que os valores de universalismo.

Sobre o Universalismo Natureza, Teixeira *et al.* (2012) também indica que o extrativismo é parte essencial da história do Brasil e base dos ciclos econômicos vividos até hoje pelo país o que dificulta a presença do senso de preservação da natureza. Os autores consideram que a meta deste valor é distante da realidade do país. Por outro lado, Torres *et al.*

(2012) considera que a região sul apresenta maior aderência aos valores de conservação, estimulação e universalismo que as demais regiões do país. Os valores de conservação e estimulação são considerados como heranças da história desta região do país, que cresceu através da imigração e agricultura familiar. Estes valores contrapõem-se à ideia de preservação da natureza, já que é da sua modificação que surge a atividade econômica básica brasileira e do sul do país, a agricultura (TORRES *et al.*, 2012; PATO, 2004; TEIXEIRA *et al.*, 2012).

Torres *et al.* (2012) também consideram que o valor Universalismo tem alta aderência na região Sul do país, sendo uma herança dos imigrantes europeus. Apesar de a aderência aos valores de Universalismo serem altos na amostra pesquisada, os valores de Benevolência destacam-se mais na presente pesquisa.

Considerando os achados de Teixeira *et al.* (2012) é possível supor que esta herança considerada por Torres *et al.* (2012) se expresse mais através dos valores ligados à Benevolência, que se referem à familiares e amigos, do que nos valores ligados a uma questão mais universal. Esses valores são considerados na amostra brasileira (TEIXEIRA *et al.*, 2012) como ocupando o mesmo vértice do círculo, e essa hipótese tem apoio teórico e corresponde aos achados da amostra da presente pesquisa.

Torna-se importante destacar aqui a pesquisa de Rufino (2006) a qual indica que os nativos da Ilha de Florianópolis diferenciam aqueles que nasceram aqui (manezinhos) daqueles que são de fora. Diante da cultura da cidade de pesca e extrativismo pode-se fazer um paralelo com os achados de Teixeira *et al.* (2012) e supor que o valor Universalismo Natureza tem menor aderência por influência dessas atividades.

Rufino (2006) também destaca que os nativos consideram que apenas os “manés” podem decidir o que é feito ou não da cidade. Este elemento cultural dificulta o desenvolvimento de valores conectados ao bem-estar geral

(valores de universalismo). Apesar de a amostra pesquisada ser variada em sua origem natal, considera-se interessante avaliar os valores bases da cultura da cidade. Considera-se que estes são importantes elementos da Cultura Organizacional.

Assim, uma consideração essencial para o desenvolvimento de um programa de educação para a sustentabilidade é que ações cujo benefício recai sobre o bem-estar dos grupos próximos aos indivíduos terão maior sentido para o grupo do que ações cujo objetivo é o bem-estar geral.

5 PROPOSTA DE PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA A SUSTENABILIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DE FLORIANÓPOLIS

O objetivo da presente pesquisa é propor um programa de educação para a sustentabilidade direcionada aos colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis. Entendendo que a mudança social e política se dá por meio de ações individuais, as ações do programa aqui proposto são voltadas ao desenvolvimento do comportamento sustentável dos colaboradores.

Mckenzie-Mohr e Schultz (2012) apresentam uma metodologia para a promoção de comportamentos sustentáveis cujas etapas são: (1) Identificação do comportamento a ser promovido; (2) Identificação das barreiras a ocorrência deste comportamento; (3) Planejar ações para diminuição destas barreiras; e, (4) aplicação piloto. Neste sentido, as etapas 1 e 2 são apresentadas respectivamente nos capítulos 2 e 4 desta dissertação. E a proposta aqui descrita visa os elementos para a etapa 3.

Segundo Corral-Verdugo (2004) e Tapia-Follem *et al.* (2013) este comportamento traduz-se por ações efetivas que visam preservar o meio social, ambiental e cultural. Para que este tipo de comportamento ocorra, atitudes de deliberação, antecipação, solidariedade e austeridade são imprescindíveis. O desenvolvimento deste comportamento requerido, considerando as dimensões que o formam, pode ser incentivado a partir de um programa que auxilie os participantes a entenderem a importância da sustentabilidade, como mantê-la e praticá-la.

Para o desenvolvimento deste comportamento, portanto, torna-se importante compreender o contexto político, social e cultural em que os meios de hospedagem estão instalados, bem como identificar as ações sustentáveis e de educação para a sustentabilidade desenvolvidos pelos meios de hospedagem,

analisar os valores alinhados à sustentabilidade dos colaboradores (valores do agrupamento Auto Transcendência).

Os valores foram escolhidos como variáveis da pesquisa, pois são o elemento mais central do comportamento. A partir dele é possível entender quais elementos são necessários desenvolver em um programa de educação para a sustentabilidade para que este seja efetivo (PATO, 2004; CAIXETA, 2010; SCHWARTZ *et al.*, 2012).

O resultado da pesquisa indica que os valores de Auto Transcendência estão presentes na amostra pesquisa. Entendendo que os valores estão alinhados ao comportamento sustentável, acredita-se que o programa de Educação para a Sustentabilidade proposto, deve então, focar na minimização das barreiras para a ocorrência desse comportamento esperado, com base na pesquisa aqui realizada, pois segundo Fishbein e Ajzen (2002, 2010) normas e atitudes são mediadoras do comportamento, sendo que certas normas podem constituir barreiras para o comportamento esperado. (FISHBEIN; AJZEN, 1975; 2002; 2010; AJZEN, 1991; PATO, 2004; AJZEN, ALBARRACÍN; HORNIK; 2007; AFONSO, 2013).

Para a diminuição das barreiras é preciso trabalhar criando novas percepções diante de situações onde o comportamento sustentável deve aparecer. As barreiras podem ter cunho pessoal (crenças sobre custo-benefício da ação e sobre a própria capacidade de realização), social (os grupos que o indivíduo está inserido aprovam ou desaprovam este comportamento) e sobre o meio (percepção a respeito de itens presentes no meio que impedem ou ajudam a realização de determinada ação). Algumas formas de derrubar essas barreiras são apresentas na sequência (AJZEN, ALBARRACÍN; HORNIK, 2007; AFONSO, 2013).

A barreira pessoal pode ser diminuída através do repasse de informações, capacitações, palestras, grupos, entre outros. Esses são meios de informar e apresentar alternativas para os comportamentos esperados. Um indivíduo, por

exemplo, pode considerar que as lâmpadas frias são muito caras de serem compradas, mas ao ser apresentado aos comparativos de gastos de residências com consumo similar ao seu, pode mudar de opinião.

As normas sociais podem ser trabalhadas por meio do grupo de trabalho. Se as ações do local em que se trabalha estejam permeadas de um cuidado com o meio sociocultural e ambiental, o indivíduo será influenciado a apresentar também comportamentos condizentes com essas ideias.

Para diminuir a última barreira, ações conjuntas podem ser realizadas de forma a demonstrar ao indivíduo como contornar os elementos considerados impeditivos. Através dos capacitações e do próprio exemplo da organização, algumas ações que são consideradas complexas podem ser bastante facilitadas.

Considerando o exemplo de diminuir o uso de produtos químicos de limpeza, um indivíduo pode considerar difícil de realizar esta ação em casa, pois não possui clareza de como calcular a quantidade de produto necessário para cada tipo de limpeza. Se o meio de hospedagem apresenta um programa de redução dos produtos utilizados na limpeza, seus funcionários podem entender os benefícios desta ação e serem incentivados a realizar em suas residências. Se, em conjunto com esta ação por parte dos meios de hospedagem, ocorrer uma capacitação sobre a aplicação destas ideias em residências, há grandes chances de esta barreira ser bastante diminuída.

O trabalho com normas pessoais e sociais em conjunto é bastante interessante pois essas normas afetam o indivíduo de forma diferente. As normas sociais são consideradas normas afetivas, influenciando o comportamento de forma subconsciente. As normas pessoais são cognitivas, modificando o comportamento de forma consciente, portanto, o trabalho deve incidir diretamente na cognição dos indivíduos. Grupos de discussão e capacitações podem auxiliar na inserção de normas pessoais mais condizentes com os valores apresentados

pelo grupo (GROOT, ABRAHAMSE E JONES, 2013; MCKENZIE-MOHR E SCHULTZ, 2012; SCHWARTZ, 2012).

Assim, o programa aqui proposto pretende desenvolver uma abordagem ampla e holística. Baseado na aderência dos valores por parte dos colaboradores, a proposta busca apresentar ações voltadas as metas da benevolência primordialmente e a diminuição de barreiras.

Nesse sentido, e conforme apresentado por Anjos, Anjos e Rados (2010), é preciso abordar o planejamento das atividades turísticas de forma sistêmica, incorporando a comunidade, o governo e as organizações participantes. Entende-se que o desenvolvimento natural destas sugestões é tornar o programa mais abrangente, conectando cada vez mais pessoas a comportamentos sustentáveis.

Considerou-se que a sustentabilidade tem relação não apenas com o que pode ser ensinado via educação formal, mas com diversas ações que podem inspirar comportamentos sustentáveis. Assim, considera-se essencial que mais ações sustentáveis sejam realizadas pelos meios de hospedagem, em parceria com a órgãos ligados a hotelaria. Bem como o desenvolvimento da relação do meio de hospedagem com a comunidade em seu entorno.

Valente (2007) e Giesta (2009) indicam que as organizações focam em ações sustentáveis para maior economia dos recursos financeiros. Valente (2007), entretanto, chama atenção para que os meios de hospedagem devam ir além da visão economicista, buscando educar seus funcionários. Giesta (2009) aprofunda o tema, indicando que a educação para a sustentabilidade dentro das organizações pode promover a consciência crítica, indo além de capacitações e doutrinação do sujeito.

O aumento de ações sustentáveis por parte dos meios de hospedagem tende a diminuir a barreira do controle sobre o comportamento, na medida em que tornam parte do dia a dia

dos colaboradores práticas como separar o lixo, por exemplo. Acredita-se que a participação em ações deste tipo no ambiente organizacional facilite o aparecimento do comportamento sustentável em outros ambientes (WU; DIGIACOMO; KINGSTONE, 2013), principalmente quando os valores subjacentes, já são presentes, como no caso da amostra dessa pesquisa.

Caixeta (2010) destaca que setores e instituições cuja missão é cuidar do meio ambiente possuem mais funcionários com crenças ecocêntricas. Este é um forte indicativo da influência do meio organizacional no comportamento do indivíduo. Apesar do meio de hospedagem não apresentar como missão o cuidado ao meio, a inclusão de valores sustentáveis permeando as ações da organização representará uma importante influência para o comportamento esperado, pois criará uma norma social com grande influência sobre o comportamento individual (FISHBEIN; AJZEN, 1975; 2002; 2010; AFONSO, 2013).

Considerando os estudos de Portilho (2004; 2010), a responsabilidade da sustentabilidade não deve estar apenas no indivíduo, mas ser repartida com as organizações. É importante despertar nos empreendimentos hoteleiros a ideia de que o investimento em ações sustentáveis poderá garantir o futuro da comunidade e do próprio empreendimento, que depende do local para se sustentar (RUSHMANN, PAOLUCCI; MACIEL, 2008; RUSHMANN, 2010; ANJOS; ANJOS; RADOS, 2010; ARAS; CROWTHER, 2013).

Pires (2010) destaca que o poder público deve ser o grande articulador das iniciativas sustentáveis, com maior articulação regional. Com a atual fragilidade dos programas locais, a condução das atividades turística fica à mercê da iniciativa privada e do lucro no curto prazo.

O Estado, enquanto articulador, pode mediar as relações para que a lucratividade no médio e longo prazo prevaleçam sobre o planejamento no curto prazo. É papel do governo ser

promotor de programas que visem o bem estar no longo prazo da comunidade local. Assim, a promoção da sustentabilidade deve representar uma prioridade em seus programas.

O turismo praticado de forma sustentável auxilia a distribuição de renda, custos, benefícios, empregos, diversifica a economia local e melhora a relação entre a comunidade, a cultura e a cidade. Já o turismo praticado sem planejamento sustentável torna-se o principal fator de destruição da própria atividade, pois as atividades turísticas e hoteleiras dependem e definem o meio em que estão. Assim, é de interesse do Estado, dos meios de hospedagem e dos indivíduos o desenvolvimento do turismo sustentável (MINGORI, 2001; PIRES, 2010; RIBEIRO; STIGLIANO, 2010; RUSCHMANN, 2010).

Outras ações são focadas na apresentação de informações importantes sobre as ações sustentáveis individuais. Sugere-se promover o conhecimento sobre a cidade e a comunidade em que se vive, palestras sobre como conduzir ações específicas, como o correto descarte do lixo em casa, capacitações, grupos de troca de experiência, entre outros. Considerando os achados de Pato (2004) de que os problemas ambientais do país estão atrelados à falta de informação, desigualdade na distribuição de recursos e condições precárias de vida, essas ideias buscaram suprir a demanda de informação e apresentar alternativas para a realização de ações sustentáveis diante das condições reais do grupo de colaboradores de meios de hospedagem de Florianópolis.

Considera-se a hipótese de que as questões sociais e ambientais possuam certa distância psicológica dos sujeitos. Este fenômeno se apresenta quando os indivíduos possuem consciência sobre o problema, mas sentem-se distantes dele, como se suas ações não influenciassem no resultado. A distância temporal ou espacial são dimensões desta distância e apresentam-se quando os sujeitos consideram que seu comportamento só afetará as gerações futuras, ou locais distantes.

Este resultado condiz com os achados em relação aos valores da amostra, onde os valores de Benevolência tiveram mais aderência do que os valores de Universalismo (tabela 12). Entende-se que este resultado indica que o benefício do grupo de amigos e familiares é prioridade diante do benefício mais universal. Assim, as ações aqui planejadas devem buscar uma aproximação psicológica do problema com a realidade vivida pelos colaboradores e seu círculo mais íntimo (LIBERMAN; TOPE, 2008; SPENCE; POORTINGA; PIDEGEON, 2012).

Ainda são dimensões da distância psicológica a incerteza e a distância entre o observador e alvo social. Considera-se que haja desconfiança por parte da comunidade quando o interlocutor não conhece a realidade local. Neste quesito, considera-se que a promoção dessas ações pelos meios de hospedagem é importante como medida de aproximação. O meio de hospedagem está inserido na comunidade e conhece a realidade local. As incertezas são diretamente trabalhadas nas sugestões de capacitações, apresentando as informações necessárias para que o comportamento sustentável seja desenvolvido (LIBERMAN; TOPE, 2008; SPENCE; POORTINGA; PIDEGEON, 2012).

Todas as sugestões aqui apresentadas, ao serem aplicadas, devem ser acompanhadas de um *feedback* para a comunidade. O *feedback* é essencial para a mudança de comportamento, importante incentivo à aplicação de medidas similares nas pois, por meio dessas informações é que os indivíduos vão compreender se as ações alcançam os resultados esperados. Ao apresentar os resultados de uma ação realizada para a economia de água nos meios de hospedagem, por exemplo, a organização pode estar dando um residências dos colaboradores (MCKENZIE-MOHR; SCHULTZ, 2012).

Na sequência serão descritas as soluções de capacitação sugeridas diante dos resultados da pesquisa. Essas sugestões buscam trabalhar com normas pessoais e sociais, e com a

criação de incentivos de diversas ordens, conforme descrito anteriormente.

5.1 GESTÃO DO LIXO

Segundo as entrevistas dos gestores, a separação do lixo é realizada pela maioria dos meios de hospedagem. Entretanto, o descarte nem sempre é feito corretamente. Estes indícios apontam a necessidade de se pensar na gestão do lixo e não apenas na coleta seletiva.

A gestão do lixo é essencial quando se fala em sustentabilidade, devendo ser uma questão prioritária em qualquer plano de educação para a sustentabilidade. A correta gestão do lixo pelas organizações não apenas protege o meio ambiente, mas constitui-se de uma importante norma social que pode orientar os colaboradores e comunidade sobre como gerir o lixo em suas residências.

O primeiro esforço poderá ser na melhoria de comunicação entre Comcap e os meios de hospedagem, intermediados pela Prefeitura Municipal de Florianópolis. O sistema de coleta seletiva deve ser esclarecido e as necessidades dos meios de hospedagem devem ser ouvidas e discutidas, buscando resoluções. A prefeitura deve estar à frente deste problema, buscando ser o articulador e promotor das soluções.

Uma alternativa seria a criação de um sistema de gestão do lixo exclusivo para os meios de hospedagem. Conforme já desenvolvido por alguns meios de hospedagem, repassar seu lixo reciclável a companhias terceirizadas, pode ser uma importante iniciativa de coleta seletiva diretamente para as empresas que reciclam.

Considerando que alguns meios de hospedagem tiveram dificuldades de realizar essa parceria, um movimento juntamente aos órgãos públicos e outras organizações ligadas à hotelaria, como Prefeitura, poderia ser indicado. Estes órgãos cuidam dos interesses da cidade e do setor da hotelaria e poderiam representá-los diante das organizações recicladoras. Assim, seria possível programar coletas por bairros, com a frequência necessária para os meios de hospedagens.

Outra ação sugerida poderia ser a construção de espaços conjuntos para o armazenamento do lixo seco. Como relatado, diversos meios de hospedagem não possuem espaço para guardar seu lixo reciclável. Se fossem criados espaços compartilhados para o correto armazenamento, o recolhimento do lixo seria facilitado.

A renda da venda do material reciclável seria revertida em um fundo para benefícios dos colaboradores. Esse fundo poderia cobrir gastos com itens que a organização não se dispõe a pagar, como a compra de um item para o espaço de convivência dos empregados. Cada organização poderia discutir com seus colaboradores onde este dinheiro seria investido. Essa ação teria impacto direto em um problema apontado pelos meios de hospedagem que é a falta de interesse do funcionário em auxiliar na coleta seletiva.

Mckenzie-Mohr e Schultz (2012) indicam que a educação ambiental tem melhores resultados quando não se trabalha com apenas um tipo de estímulo. Os autores indicam que comportamentos incentivados apenas por recompensas financeiras só ocorrem na presença dos estímulos e não incentivam comportamentos similares.

Ao considerar esses elementos na aplicação da gestão do lixo, pondera-se que o estímulo financeiro deve ser secundário. O meio de hospedagem deve esforçar-se para demonstrar a importância da separação e da coleta correta do lixo, trabalhando com a conexão afetiva que uma norma social pode apresentar. Entende-se também que ao atrelar a

compensação financeira a itens de benefícios do grupo, e não ao recebimento direto do dinheiro, pode-se auxiliar na criação de uma relação positiva entre as pessoas e a coleta seletiva.

Na presente pesquisa, observou-se bons exemplos de sistemas similares a este funcionando. Um dos meios de hospedagem possui um amplo espaço para armazenamento e separação do lixo. Os funcionários auxiliam na separação minuciosa por tipo de material para encaminhar para venda. Os meios de hospedagem com projetos similares a esse indicaram bons resultados. O lucro obtido com a venda destes produtos é revertido em melhorias dos espaços comuns dos colaboradores e festas de final de ano.

Uma ação coordenada para a gestão do lixo não apenas melhora o descarte, mas auxilia na criação de uma referência positiva para os colaboradores e demais moradores sobre como gerir seu próprio lixo. A ideia de que a separação não tem utilidade parece estar presente entre os respondentes da pesquisa e é necessário apresentar a real utilidade desta ação e como fazê-la. A gestão do lixo dos meios de hospedagem da cidade tem potencial para se tornar um programa mais abrangente de recolhimento do lixo reciclável para a comunidade, na medida em que sejam criados pontos de coleta.

5.2 CONSTRUÇÃO DE UMA RELAÇÃO COM A CULTURA LOCAL

Muitos estudos e investimentos no setor do turismo concentram-se na vertente ambiental da sustentabilidade. Entretanto, considera-se importante a conexão deste setor com a comunidade (RUSHMANN, 2010). O meio de hospedagem deve apresentar-se como um espaço de conexão sociocultural com as raízes da cidade, pois é o local onde o turista será recebido.

Sugere-se que o meio de hospedagem busque incluir em sua decoração elementos representativos de Florianópolis. A

inclusão de fotos, quadros e artesanato local permite o contato do hóspede e dos colaboradores com a cultura local e constrói uma relação de respeito e valorização com a cidade.

Além de elementos decorativos, o meio de hospedagem pode apresentar outros elementos como a presença de livros de autores florianopolitanos. Alguns meios de hospedagem já possuem uma biblioteca interna. Para esses, sugere-se que os livros da cidade estejam destacados. Pode-se, por exemplo, separar um espaço, devidamente sinalizado para livros de Florianópolis e outro para autores catarinenses.

Alguns espaços do meio de hospedagem podem conter informações sobre a cidade ou mesmo a história do bairro e da criação daquele meio de hospedagem. Sugere-se, por exemplo, um quadro com a história local na recepção. Considera-se que os meios de hospedagem localizados em praias apresentam grande potencial para esta ação, pois podem contar histórias da praia e do espaço por eles ocupados.

Este tipo de ação atrai o hóspede mais interessado em conhecer a cidade, mas também proporciona ao colaborador o contato com um artista ou autor local que talvez ele desconheça. A apropriação e valorização da história local por parte do meio de hospedagem influencia na valorização que o próprio morador dará, podendo criar uma maior conexão com a cidade e a importância de preservá-la.

5.3 INCENTIVO A AÇÕES SUSTENTÁVEIS

As ações sustentáveis apresentadas pelos meios de hospedagem têm impacto direto na preservação da cidade e no comportamento de seus colaboradores através da apresentação de uma norma social voltada a sustentabilidade. Portanto, é primordial que os meios de hospedagem apresentem mais ações sustentáveis.

Órgãos organizadores da hotelaria e prefeitura (associações, sindicatos e secretarias) podem realizar ações

para incentivar a sustentabilidade por parte dos meios de hospedagem, auxiliando na implementação de ações de pouco custo e incentivando o investimento em ações mais complexas. Programas governamentais de incentivos fiscais ou facilitadores de crédito para a implementações dessas ações são importantes.

Algumas ações simples requerem apenas algumas adequações por parte dos meios de hospedagem em seus processos. Para realizar estas adequações, poderiam ser programados encontros entre os meios de hospedagem, para apresentar as ações e seus benefícios. São sugeridas as seguintes ações: reuso de sabonetes na limpeza do hotel, programa de reuso de toalhas, diminuição do uso de produtos químicos, reaproveitamento de toalhas para produção de outros itens dentro do meio de hospedagem e diminuição no desperdício de comida.

Hsieh (2010) elenca os itens sustentáveis que considera primordiais aos meios de hospedagem: arquitetura com iluminação e ventilação natural; itens de redução de consumo de água e luz (como timer e torneiras com redutores); sistemas de fontes alternativas; reuso e reciclagem de água e eliminação dos desperdícios.

Esses itens requerem um investimento por parte dos meios de hospedagem, mas geram economia para o meio de hospedagem permanentes. Para incentivo destas ações poderiam ocorrer ações coordenadas de reuniões com os meios de hospedagem e os fornecedores de tecnologias sustentáveis, bem como política públicas que visem facilitar a implementação de medidas de redução de consumo.

Sugere-se um esforço conjunto dos meios de hospedagem e demais órgãos para a realização de estudos de eficiência energética. Estes estudos podem apresentar importantes alternativas para a economia de energia elétrica para cada meio de hospedagem em específico. Hoje, segundo as entrevistas com gestores, há poucos meios de hospedagem que realizaram um estudo aprofundado sobre o tema.

O uso de produtos biodegradáveis também deve ser incentivado. Os produtos biodegradáveis facilitam o tratamento do esgoto, representando uma melhoria na qualidade da água. Portanto, a Prefeitura e a CASAN poderiam auxiliar os meios de hospedagem a realizarem a troca dos produtos pelas alternativas biodegradáveis. Estas ações podem ser associadas a estudos para a redução de produtos químicos, hoje realizadas em casos isolados dentro da hotelaria.

Considerando que um dos fatores de maior influência nas ações sustentáveis por parte dos hotéis é a obrigação moral, faz-se necessário trabalhar mais a responsabilidade ética de empreendimentos hoteleiros. É importante indicar que as ações sustentáveis não apenas auxiliam o empreendimento a economizar e a crescer, mas também são responsabilidades morais. Assim, a implementação de medidas que economizem recursos não deve ser realizada apenas quando sua implementação é fácil ou uma exigência dos hóspedes.

Iniciativas como normas para a sustentabilidade de meios de hospedagem como a NIH-54, a NBR 15401 e Programas como o Bem Receber são excelentes formas de incentivar ações sustentáveis por parte dos meios de hospedagem (INSTITUTO HOSPITALIDADE, 2004; ABNT; SEBRAE, 2012). Conforme apresentado por Anjos, Anjos, Rados (2010), Portilho (2010) e Pires (2010), o governo deve ser o grande articulador por trás dessas iniciativas, que devem apresentar soluções regionalizadas.

Essas medidas são importantes para a proteção social e devem permear qualquer organização. Dentro do programa de educação para a sustentabilidade, essas medidas possuem a função de referência de modos de pensar e agir para os funcionários e para a localidade. Normas sociais são excelentes motivadores para o comportamento individual (NOLAN, *et al.*, 2008; MCKENZIE-MOHR E SCHULTZ, 2012; SCHWARTZ, 2012; GROOT, ABRAHAMSE E JONES, 2013).

5.4 MUDANÇAS NOS CRITÉRIOS DE PADRÃO DA HOTELARIA

Percebeu-se, nas entrevistas com os gestores, que muitas ações sustentáveis são consideradas fora do padrão da hotelaria. Este padrão representa um ideal de serviço para os meios de hospedagens e para os hóspedes, constituindo-se de uma norma social que impõe o que é correto e o que não é, dentro do serviço de hotelaria. Entretanto, faz-se necessário que as organizações hoteleiras repensem o que consideram como padrão em relação ao uso de recursos naturais.

Apesar do padrão de serviços ser considerado um requisito para conquista de clientes, os meios de hospedagem devem buscar apresentar alternativas, sendo o motor da mudança de consciência de seus empregados e clientes.

A ideia que o padrão não pode ser alterado para manutenção do cliente parece ser errônea. Em relação ao reuso de toalhas pelo hóspede, este padrão é recente e foi implementado pelos meios de hospedagem sem grandes perdas. Alguns meios de hospedagem da pesquisa indicam que não fazem esta mudança ainda, pois seus clientes reclamariam. Enquanto a maioria indica que há poucos problemas com a política e os resultados são ótimos. Este é um indicativo que mudanças são possíveis e talvez alguns meios de hospedagem optem por não mudar por outras questões, que não o afastamento do cliente (como manutenção do status).

Neste mesmo sentido, a ação de reduzir o número de toalhas por quarto pode ser facilmente aplicada, desde que o meio de hospedagem se prontifique a explicar para seus hóspedes esta nova política, e que mais toalhas estarão disponíveis se o hóspede desejar.

Apesar das dificuldades relatadas pelos meios de hospedagem para esta ação, acredita-se que constituiria uma ação similar a realizada no programa de reuso de toalhas: há sempre uma placa no banheiro com a informação de como

proceder. Inclusive, estas informações do programa de diminuição de toalhas podem ser incluídas no quadro de aviso do programa de reuso. Novas políticas de serviço não devem ir contra o desejo do cliente, mas sim apresentar alternativas.

A alta padronização e concorrência cada vez maior pelo cliente têm levado os meios de hospedagem a buscarem novos itens de conforto e modernidade constantemente. Hsieh (2010) exemplifica que ao buscar apresentar os itens de maior conforto ou qualidade comparados ao concorrente, cria-se um ciclo de desperdício na hotelaria. O autor destaca que ao considerar esses itens como o essencial da hotelaria, perde-se o valor mais importante que é a hospitalidade.

Assim, apesar de trocas de produtos serem necessárias ao longo do tempo, há de se repensar quando essas se fazem realmente necessárias, diminuindo o desperdício de recursos dos meios de hospedagem e do planeta. Hsieh (2010) indica que na busca de oferecer “tratamento de rei” para o hóspede, o meio de hospedagem oferece muitos itens na unidade habitacional que reduzem a lucratividade e aumentam o impacto ambiental. Considera-se que ao centrar-se no bom atendimento do hóspede, os programas de sustentabilidade podem ser incluídos, aumentando a lucratividade.

Sistemas de avaliação ou normas para a hotelaria são bastante importantes ao indicar maneiras de fazer para todo o setor. Um elemento de destaque que representa a padronização do serviço de hotelaria é a SB Class. Apesar do sistema ser opcional, é um sistema criado pelo Ministério do Turismo e deve ser exemplo para todos os meios de hospedagem. Portanto, faz-se necessário um estudo cuidadoso de seus critérios.

A SB Class poderia ser um excelente instrumento para trabalhar com a padronização do serviço sob a ótica da sustentabilidade, se ocorressem algumas mudanças em suas exigências. Ainda que a participação na classificação seja facultativa, o sistema é referência para os meios de

hospedagem entenderem as ações que são esperadas dele ou não.

Em relação aos hotéis, observa-se que para a obtenção da primeira estrela, os critérios mandatórios (critérios obrigatórios para a conquista de cada nível) do eixo sustentabilidade não incluem medidas de proteção social ou cultural. São medidas de proteção ambiental e monitoramento das opiniões dos hóspedes.

Para as demais estrelas, são incluídas exigências de capacitação dos empregados, seleção dos fornecedores segundo critérios ambientais, socioculturais e econômicos e medidas de sensibilização dos hóspedes quanto à sustentabilidade. Considera-se que essas ações podem incluir a proteção sociocultural de forma indireta, pois não trabalham diretamente com a comunidade e suas manifestações culturais do entorno do meio de hospedagem.

As medidas diretas de proteção socioculturais, como apoio a atividades socioculturais, são critérios eletivos. Destaca-se que mesmo que o meio de hospedagem precise cumprir uma cota de 30% dos itens eletivos (a sua escolha) a inclusão dessas exigências em caráter facultativo pouco incentiva que sejam adotadas.

Em relação às pousadas os critérios são um pouco diferentes. O critério de capacitação dos colaboradores é exigido desde a primeira estrela, bem como medidas para gerar trabalho e renda para a comunidade local. A partir da terceira estrela são obrigatórias medidas para valorizar a cultura local. A seleção dos fornecedores é uma exigência eletiva. Considera-se que esses critérios mandatórios são bastante importantes e poderiam se tornar padrão para todos os meios de hospedagem.

Sugere-se que o item “Medidas permanentes para valorizar a cultura local” seja uma exigência mandatória para todos os tipos de meio de hospedagem a partir da 3ª estrela. A opção pela 3ª estrela é em análise de outros itens similares,

como capacitação de empregados (exigência para hotéis para obtenção desta estrela).

A exigência de capacitação dos empregados não possui especificações de quais capacitações devem ser incluídos. Como exigência do eixo sustentabilidade, sugere-se que este critério seja melhor descrito, incluindo a obrigatoriedade de capacitação sobre os programas sustentáveis do hotel, medidas de redução de consumo de recursos e palestras sobre diversidade humana (tratando de diversidade de gênero e de necessidades especiais).

Observa-se que não há nenhum item sobre adaptações das instalações e atendimento para pessoas com necessidades especiais em nenhum dos eixos. No eixo de infraestrutura faz-se menção ao tamanho das unidades habitacionais e banheiros, entretanto, essas medidas parecem ter relação com o conforto dos hóspedes, sem nenhuma consideração sobre adaptações nas instalações. É imprescindível a inclusão desses itens como parte de políticas de inclusão social e adequado recebimento dos hóspedes. Sugere-se que seja incluso no SB Class uma porcentagem mínima de unidades habitacionais completamente adaptadas, dentro dos padrões de tamanho e com instalações adequadas aos mais diversos tipos de necessidades especiais.

Além destas questões, o SB Class, dentro do eixo serviço, possui diversas exigências que vão contra medidas sustentáveis. Exige-se dos meios de hospedagem a troca de toalhas diárias e de roupas de camas em dias alternados (ou diárias) e a presença de *amenities* nas unidades habitacionais. As exigências apresentam-se diferentes para hotéis e pousadas, mas a partir da 3ª estrela ambos precisam apresentar esses itens para serem assim classificados.

Sugere-se que o SB Class e os meios de hospedagem passem a priorizar a redução de uso de recursos, assim sendo, as trocas diárias de roupas de cama e de banho devem ser reavaliadas e diminuídas sempre que possível. Políticas onde o

hóspede indica quando esses itens devem ser trocados se destacam entre as alternativas.

Quanto aos *amenities* sugere-se que sejam repensados pelos meios de hospedagem e pela SB Class, buscando diminuir a sua presença nas unidades habitacionais. As unidades habitacionais podem apresentar recipientes fixos nos banheiros com os produtos que são ofertados e indicar ao hóspede que se ele desejar o *amenities*, basta pedir na recepção. Políticas como essa requerem mais trabalho para o meio de hospedagem, que precisará indicar aos hóspedes essas opções e atender alguns pedidos extras. Entretanto, entende-se que a tendência é os hóspedes se acostumarem com novos padrões e adaptarem-se.

É essencial que o padrão de atendimento da hotelaria seja repensado, buscando focar no bom atendimento ao hóspede, na hospitalidade. Este movimento deve partir dos próprios meios de hospedagem, ao considerar prioridade a melhor utilização de seus recursos, e dos órgãos responsáveis pelo turismo no país.

5.5 PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO

Uma das soluções mais importantes a ser implementado pelos meios de hospedagem é a realização de um programa de capacitações para os funcionários. Estas capacitações podem apresentar diversos formatos e conteúdos, serão apresentadas algumas sugestões de modelos nas seções a seguir.

O programa de capacitações envolve a promoção de normas sociais e pessoais, atitudes e comportamentos condizentes com os valores de Auto Transcendência, apresentados pela amostra desse estudo.

Para tanto, faz-se necessário observar os achados de Groot, Abrahamse e Jones (2013) que indicam que ao trabalhar as normas pessoais é importante atrelá-las a comportamentos específicos. Assim, cada capacitação deve ser desenvolvida

para trabalhar questões específicas como “redução do desperdício de comida”, apresentando orientações de ações concretas.

Corral-Verdugo (2012) afirma que o comportamento sustentável vem sendo associado a diversos sentimentos negativos. O medo comumente relaciona-se à ideia da finitude dos recursos naturais como apelo à utilização de ações para o desenvolvimento do comportamento sustentável.. Nesse sentido, o autor sugere que emoções positivas sejam associadas ao comportamento esperado, retratando as consequências intrínsecas e extrínsecas positivas de se comportar sustentavelmente: bem-estar, felicidade, satisfação, autonomia, ganhos, reforços sociais, etc.

Um exemplo pode ser uma campanha de lixo no lixo: uma perspectiva negativa pode apresentar as desvantagens de jogar lixo no chão (sentimentos negativos); e, uma perspectiva positiva pode trabalhar com a ideia de estar em um ambiente limpo.

Também é importante destacar que as campanhas que trabalham com as consequências negativas de um comportamento não-sustentável, indicam qual conduta não se deve apresentar. O estudo do comportamento indica que é necessário associar a essas ideias à maneira correta de se realizar o comportamento e reforçá-lo, demonstrando porque é importante fazê-lo (SKINNER, 1970; LOPES, 2008; CORRAL-VERDUGO, 2012).

As consequências intrínsecas são especialmente importantes de serem trabalhadas, pois dependem apenas do sujeito para ocorrerem. Ao agir conforme o sujeito considera correto, segue-se um sentimento de bem-estar que não depende de elementos externos para ocorrer (YOUNG, 1993; IWATA, 2001; CORRAL-VERDUGO, 2012).

Portanto, o trabalho de capacitação dos funcionários de meios de hospedagem de Florianópolis deve ser orientado pela premissa de apresentar novas atitudes e novos

comportamentos, informando as consequências de cada uma das ações (*feedback*) e auxiliando os indivíduos a conectarem estas novas maneiras de agir com os seus valores, buscando trazer à tona os aspectos positivos.

Considera-se que o modelo de Mckenzie-Mohr e Schultz (2012) para a promoção do comportamento sustentável deve ser replicado nas atividades de capacitação aqui sugeridas. Assim, cada ação deve identificar o comportamento que deseja promover e levantar junto ao grupo as barreiras para o comportamento esperado. Baseado nisso, a capacitação deve ser planejada visando diminuir as barreiras e aumentar os benefícios deste comportamento.

5.5.1 APRESENTAÇÃO E CAPACITAÇÃO DAS AÇÕES PRATICADAS PELOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Sugere-se que todas as ações sustentáveis realizadas nos meios de hospedagem sejam seguidas de uma capacitação em que sejam apresentadas as metas da ação e como realizá-la dentro e fora do meio de hospedagem. A apresentação das metas visa indicar a importância da ação e os resultados esperados: valores gerados de economia, benefícios para a comunidade, etc., buscando demonstrar a importância do comprometimento dos funcionários com esta ação.

Essa capacitação também teria a função de apresentar de forma prática como os funcionários devem proceder para realizar a ação em seu trabalho diário. Também devem ser incluídos nessas capacitações sugestões de como aplicar as mesmas ações fora do meio de hospedagem. Com estas informações seria possível que o colaborador utilizasse os conhecimentos adquiridos para realizar a mesma ação fora do trabalho.

5.5.2 CAPACITAÇÕES AGRUPADAS

Algumas capacitações importantes envolvem temas comuns aos meios de hospedagem. Por isso, sugere-se que sejam ofertados em conjunto para colaboradores de todos os meios de hospedagens. Essas capacitações podem ser organizadas em parceria com associações e sindicatos durante a baixa temporada.

Um tema importante para ser trabalhado neste formato é a história da cidade. Poderiam ser ofertados *tours* em locais históricos de Florianópolis para os empregados da hotelaria. É importante que funcionários de meios de hospedagem conheçam a cidade (sua história, os passeios disponíveis, locais interessantes) para poder tirar dúvidas dos hóspedes.

Neste mesmo sentido, torna-se necessário ofertar capacitações sobre a história do bairro onde os meios de hospedagem estão inseridos e a oferta de apresentações culturais da cidade. Para tanto, poderiam ser criados grupos de meios de hospedagem da mesma localidade para apresentação dessa ação.

Além de temas culturais, podem ser apresentadas capacitações focadas em ações sustentáveis individuais, a serem praticadas no cotidiano do colaborador. Algumas opções de temas para essas capacitações: economia de água e luz, horta orgânica, aproveitamento dos alimentos, separação do lixo, reaproveitamento da água da chuva, entre outros.

As capacitações realizadas com empregados de diferentes meios de hospedagem podem ser úteis para incentivar a troca de experiência entre empreendimentos. É importante que os meios de hospedagem trabalhem em conjunto para a sustentabilidade.

5.5.3 GRUPOS DE VIVÊNCIAS

Sugere-se que os meios de hospedagem criem e incentivem grupos locais para a criação de soluções locais. Diferente das capacitações, esses grupos são feitos para o compartilhamento de experiência e cocriação. Esses grupos podem ser viabilizados pelos meios de hospedagem para a comunidade, incentivando a participação dos empregados. Considera-se importante proporcionar espaços de encontros para que a comunidade de forma que se incentive a colaboração entre moradores, e as organizações interessadas no futuro do meio social e ambiental devem tomar à frente na busca por esta união.

Os grupos podem ser criados com objetivos bastante específicos, como a organização de uma ação de limpeza na praia, ou auxílio a uma organização, com envolvimento da comunidade e das organizações interessadas em ajudar. Eles oportunizam que a comunidade se organize e tome conta do seu entorno.

Outra opção seria a criação de grupos de vivência com encontros regulares. O meio de hospedagem pode ofertar um grupo para a produção de artesanato realizado com garrafas PET, por exemplo, que tenham encontros regulares.

5.6 INCENTIVO AO ECOTURISMO

O ecoturismo é considerado o carro chefe do turismo sustentável, na medida em que é um tipo de atividade um pouco mais restrita, mas que respeita os limites ambientais, sociais e culturais locais. Considera-se que a atividade tem impacto ambiental, mas este é menor que nas atividades turísticas comum. E ainda o ecoturismo tem potencial para criar relações diferentes das já estabelecidas, incentivando a vinda de turistas verdes e de uma concorrência baseada no

serviço sustentável oferecido (BRASIL, 1994; 2010; RUSCHMANN, 2001; RODRIGUES, 2003).

Assim, considera-se que as atividades ecoturísticas devem ser incentivadas na cidade de Florianópolis. São necessários estudos para entender o perfil das atividades e meios de hospedagem já existentes, bem como o perfil do turista verde que busca Florianópolis.

Uma das formas de incentivos possível é a Prefeitura Municipal de Florianópolis criar um meio de comunicação específico para atividades de ecoturismo (podendo ser dentro do seu próprio site) onde apresentaria as informações dessas atividades: quais são, onde ocorrem, contatos das organizações, entre outras informações. Em caso de trilhas ou atividades de visitação, seria importante ter um espaço de divulgação da história do local, como é a visitação, se existe limites de número de pessoas (e porque este limite), etc.

5.7 VALORES E NORMAS TRABALHADOS NA PROPOSTA DE PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

A proposta aqui apresentada parte do pressuposto que os valores de Auto Transcendência de Schwartz et al. (2012) estão presentes na amostra pesquisada e, assim, o desenvolvimento do comportamento sustentável se dá através da diminuição de barreiras. O principal trabalho apresentado é na explicitação de normas sociais alinhadas a estes valores, pois se trata de um programa a ser desenvolvido pelos órgãos responsáveis pela hotelaria e pelos próprios meios de hospedagem. Mas destaca-se que todas sugestões visam mudar as normas, atitudes e comportamentos individuais, sejam ensinando novas formas de fazer ou mesmo apresentando exemplos dentro das organizações. No quadro abaixo se pode observar os valores e normas trabalhados diretamente em cada sugestão.

Quadro 08 – Propostas e os valores e normas correspondentes

Propostas	Valores e normas Trabalhados
Gestão do lixo	Universalismo natureza Benevolência cuidado Norma social
Construção de uma relação com a cultura local	Universalismo Tolerância Universalismo Preocupação Social Benevolência Confiabilidade Norma social
Incentivo a Ações Sustentáveis	Universalismo Natureza Universalismo Preocupação Social Benevolência Cuidado Norma Social
Mudanças no critério de Padrão da Hotelaria	Benevolência Confiabilidade Benevolência Cuidado Universalismo Preocupação Social Universalismo Natureza Universalismo Tolerância Norma Social
Programa de capacitação	Benevolência Confiabilidade Benevolência Cuidado Universalismo Preocupação Social Universalismo Natureza Universalismo Tolerância Norma individual
Incentivo ao Ecoturismo	Universalismo Natureza Norma Social

Fonte: próprio autor

Como apresentado no Quadro 07, a Gestão do Lixo é uma proposta para o desenvolvimento de uma norma social para os meios de hospedagem que visa apresentar um exemplo para a comunidade e os próprios colaboradores. Neste sentido, esta ação trabalha os valores Universalismo Natureza e Benevolência Cuidado, pois busca a preservação ambiental e o cuidado com a comunidade.

Já a sugestão de Construção com a comunidade local desenvolve os valores de Universalismo Tolerância, Universalismo Preocupação Social e Benevolência Confiabilidade, na medida em que promove o contato entre diferentes atores da comunidade, buscando proteger a cultura. Este tipo de ação valoriza os membros nativos da comunidade ao mesmo tempo que busca integrá-los com turistas e moradores não-nativos. Neste sentido, desenvolve uma nova norma social.

A sugestão de Incentivo a Ações Sustentáveis é focada nos valores de Universalismo Natureza, Universalismo Preocupação Social e Benevolência Cuidado, pois busca desenvolver medidas de proteção social e ambiental para a preservação do meio para as gerações futuras. Esta ação também promove uma nova norma social, apresentando organizações e realizando diversas ações em prol da sustentabilidade como inspiração aos colaboradores e comunidade.

A proposta de mudanças nos critérios de padrões da hotelaria trabalha todos os valores da Auto Transcendência, na medida em que busca maior cuidado com o meio ambiente, maior economia de recursos e importantes indicações de cuidado social como padrões de acessibilidade. Também busca o desenvolvimento de normas sociais para as ações dos meios de hospedagem, vinda dos órgãos referência.

A sugestão de um programa de capacitação busca promover novas normas individuais ao capacitar o indivíduo a apresentarem novos comportamentos sustentáveis. As capacitações podem se apresentar em diversos formatos e sobre diversos tópicos, trabalham os diversos valores sustentáveis.

O item Incentivo ao Ecoturismo busca nesta atividade a imposição de uma nova norma social aos meios de hospedagem, que, ao receber os turistas desta atividade, precisariam adaptar suas atividades e modos de fazer ao padrão do cliente.

O programa de educação para a sustentabilidade aqui proposto busca trabalhar na diminuição das barreiras do comportamento sustentável. Diante do exposto sobre a presença de valores sustentáveis nos colaboradores pesquisados, fica clara a necessidade de capacitar os funcionários de hotelaria a realizar ações sustentáveis, bem como aumentar as ações sustentáveis realizadas pelos meios de hospedagem. A proposta apresentada busca soluções para essas questões de forma abrangente, trabalhando com os órgãos organizadores do turismo, os meios de hospedagem e os colaboradores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

A sustentabilidade é um tema cada vez mais discutido em todo o mundo. Com a percepção de que os recursos naturais devem ser preservados, cada vez mais se tem buscado promover o desenvolvimento sustentável, o que também é esperado no mundo das organizações.

Neste contexto, a cidade de Florianópolis se destaca como destino internacionalmente conhecido por suas belezas naturais, sua história e cultura “mané”. O setor de hotelaria é economicamente importante para a cidade, estando numa posição privilegiada para discussão da sustentabilidade na medida em que depende e constrói o meio que está inserido (PIRES, 2010). Diante disto, os meios de hospedagem de Florianópolis foram escolhidos como local da pesquisa, cujo objetivo geral é desenvolver um programa para a educação sustentável dos colaboradores.

Para tal, buscou-se descrever o contexto onde estão instalados os meios de hospedagem estudados; identificar as ações de sustentabilidade ambiental, social e de educação para a sustentabilidade desenvolvida pelos meios de hospedagem; e analisar os valores alinhados à sustentabilidade dos colaboradores dos meios de hospedagem pesquisados.

O objetivo do programa proposto é o desenvolvimento do comportamento sustentável nos colaboradores de meio de hospedagem da cidade. Oskamp (2000), Zelezny e schultz (2000), Caixeta (2010) e Manning (2009) afirmam que são as mudanças individuais que promovem as mudanças organizacionais, culturais e políticas. Assim, as iniciativas que visem modificar o comportamento de pessoas na direção da sustentabilidade são essenciais.

Os meios de hospedagens e as organizações ligadas à hotelaria devem responsabilizar-se por criar espaços para desenvolver essas mudanças de comportamento, afinal a viabilidade econômica do turismo no longo prazo depende da

sustentabilidade ambiental e social da atividade. O setor é protagonista na relação de proteção da cidade, podendo provocar grandes danos ou impactando positivamente na sustentabilidade da região (QUINN; NORTON, 2004; ALMEIDA, 2002; PAOLUCCI; MACIEL, 2008; RUSCHMANN, 2010; RUSCHMANN MONZONI; CARVALHO, 2010; PIRES, 2010).

A atividade turística já é reconhecida por criar um vínculo profundo entre natureza e indivíduo, ao fornecer ao turista a oportunidade de conhecer novos lugares (GUTTLER, 2002). Esta mesma conexão pode ser trabalhada com os colaboradores, não apenas em relação às belezas naturais, mas também com as belezas culturais.

A educação para a sustentabilidade se faz necessária, pois é um elemento de transformação social. Através da educação sustentável se recriam laços com o meio social e ambiental que se vive, emancipando os sujeitos e garantido um futuro para as gerações seguintes (DIAS, 2004; LOUREIRO, 2006; CARVALHO, 2011).

A proposta aqui apresentada é embasada no resultado do Questionário PVQX5 de Valores individuais (SCHWARTZ *et al.*, 2012) dos colaboradores dos meios de hospedagem pesquisados. Estes resultados indicam a presença dos valores alinhados à sustentabilidade na amostra. Como os valores foram identificados como presentes, o programa proposto apresenta sugestões em diversas frentes buscando diminuir barreiras, apresentar novas normas sociais e pessoas e vencer a distância psicológica entre o indivíduo e o comportamento sustentável (LIBERMAN; TOPE, 2008; SPENCE; POORTINGA; PIDEGEON, 2012), considerando que o estudo apresenta importantes indícios de como trabalhar a sustentabilidade para o grupo pesquisado.

Com base na pesquisa, várias reflexões oriundas dos dados e da análise empreendida emergiram. Entre essas reflexões estão as diferenças entre hotéis e pousadas no que se

refere às ações de sustentabilidade. Embora as pousadas tivessem sido indicadas como meios de hospedagem sustentáveis, o que não ocorreu com os hotéis, remetendo a uma limitação da pesquisa, observou-se que as pousadas apresentam mais ações sustentáveis do que os hotéis. Isso pode ocorrer em função de que as pousadas possuem um ambiente mais intimista, entre outros aspectos. Esses resultados remetem à necessidade de maiores investigações, aprofundando-se nas características específicas destas organizações e de seus gestores.

Outra reflexão que surgiu durante o processo de pesquisa diz respeito às questões políticas e culturais específicas da cidade de Florianópolis. As diferenças entre os “manés” e os “estrangeiros” descritas por Rufino (2006) apontam que os nativos da ilha acreditam que possuem todos os direitos sobre a cidade e os demais moradores não. Comumente os turistas são apontados como um problema e como a causa da degradação ambiental da ilha. Entretanto, Andrade e Bellen (2006) apontam que a maior pegada ecológica gerada na cidade é dos próprios moradores, apesar da amostra acusar a presença de valores sustentáveis. Estes indícios corroboram com os dados de AGESAN (2015) e Instituto Trata Brasil (2013) que indicam diversos problemas nas conexões de esgoto, que são de responsabilidade dos moradores.

Estas questões culturais influenciam diretamente na percepção de quem é o responsável pela degradação da cidade, podendo apontar falsamente para uma “culpa” dos turistas. Isto torna a questão da sustentabilidade mais complexa, na medida em que é preciso trabalhar com os nativos da cidade a ideia de que eles também foram e são responsáveis pela degradação da cidade. Até que ponto, a degradação da ilha de Santa Catarina foi impulsionada pelos interesses econômicos dos próprios nativos? Além disso, uma aproximação entre os diferentes

atores sociais se faz necessária para que o desenvolvimento da cidade nos próximos anos se dê de forma mais sustentável.

O trabalho revela uma importante contribuição referente às relações encontradas entre os valores de auto transcendência. No modelo de Schwartz *et al.* (2012) o valor de Humildade aparece como parte deste agrupamento. A presente pesquisa, entretanto, revelou que o valor Humildade não está conectado aos valores de Auto Transcendência na amostra pesquisada. Segundo a aplicação da CFA, o valor Humildade diminui o ajuste do modelo de correlações dos valores deste agrupamento. Isto pode significar que o valor Humildade não compõe o agrupamento auto transcendência, estando apenas no agrupamento conservação. Considera-se que o tema requer mais estudos para confirmar o resultado aqui encontrado, mas é um importante indício para a pesquisa sobre valores, pois indica uma reestruturação necessária aos agrupamentos apresentados por Schwartz *et al* (2012).

A principal hipótese a ser investigada é que o valor Humildade tem características diferentes para os brasileiros, pois o resultado da presente pesquisa corrobora com os achados por Borlatto Junior (2014) em amostras de estudantes brasileiros. Em sua pesquisa os itens 1 e 3 de humildade apresentaram-se conectados a valores de conformidade e segurança, indicando que a conexão entre Humildade e o agrupamento conservação também está presente em amostras de estudantes universitários brasileiros.

A pesquisa contribui para um melhor entendimento do setor de hotelaria de Florianópolis, apontando a importância de maior desenvolvimento de programas sustentáveis, especialmente no que se refere à sustentabilidade sociocultural. Faz-se necessário mais estudos sobre o tema, abrangendo um maior número de meios de hospedagem.

A dissertação também contribui para o desenvolvimento da pesquisa sobre valores. Considerando que o Questionário PVQX5 constitui um novo modelo e que este possui apenas

uma aplicação identificada em amostra brasileira (BORLATTO JUNIOR, 2014), a dissertação contribui para o desenvolvimento da pesquisa sobre valores na realidade do país. A aplicação no contexto da hotelaria também é nova.

A proposta do programa de educação para a sustentabilidade é uma contribuição não apenas para o desenvolvimento individual dos colaboradores de meios de hospedagem, mas também para o desenvolvimento da própria atividade hoteleira de Florianópolis, constituindo uma importante contribuição prática para o setor e para a cidade.

Destaca-se que a presente pesquisa focou nos pilares ambientais e sociais da sustentabilidade. Sugere-se que futuras pesquisas busquem aprofundamento no pilar econômico dentro dos meios de hospedagem. Também percebe-se a necessidade de maiores dados sobre a representatividade econômica do turismo na cidade de Florianópolis. Estudos que apresentem o volume de empregos fixos e temporários do setor, a renda média, entre outros índices econômicos, é de grande importância para o avanço da atividade turística e hoteleira.

Neste sentido, a divulgação de dados sobre a estrutura da cidade para o turismo e a hotelaria é importante. Sugere-se a apresentação das melhorias para o setor ao longo dos anos, pela Prefeitura Municipal de Florianópolis e pela Secretaria de Turismo da cidade.

Também percebe-se uma séria defasagem nos estudos de sustentabilidade cultural. Com características tão marcantes, a cultura da ilha deve ser mais estudada, de forma a preservar as especificidades locais.

Sugere-se que os trabalhos futuros acerca da hotelaria e do turismo em Florianópolis busquem se aprofundar na influência dos achados de Rufino (2006) sobre a cultura “mané” nas relações entre organizações, turistas e nativos da ilha. Uma maior compreensão da complexidade destes fenômenos auxiliará no desenvolvimento das atividades turística da cidade.

Pesquisas específicas sobre a percepção dos moradores sobre os turistas e a própria atividade turística, diferenciando as respostas dos “manés” e dos moradores “estrangeiros”, podem apontar importantes diferenças entre estes grupos.

A pesquisa aqui realizada poderá ser ampliada e reaplicada em mais meios de hospedagem de Florianópolis. Isto fornecerá dados mais precisos sobre o cenário dos meios de hospedagem e sustentabilidade na cidade.

Já os futuros trabalhos sobre valores e sobre o modelo de Schwartz *et al.* (2012) aplicados no Brasil devem estudar os itens que compõe o valor Humildade, buscando o desenvolvimento de um modelo coerente com a realidade do país.

É preciso desenvolver mais pesquisas acerca do Comportamento Sustentável. Estudos similares a este, que objetivam conhecer os valores que embasam este comportamento, podem ser ampliados para amostras brasileiras, aprofundando o conhecimento da realidade do país. As pesquisas em âmbito nacional são poucas e estes estudos teriam grande relevância ao planejamento do país.

Também é necessária uma ampliação dos estudos, buscando cruzar investigações sobre valores, atitudes e comportamentos. Para tanto, sugere-se a utilização parcial do Questionário de Valores de Schwartz *et al.* (2012) combinado com outros instrumentos que busquem medir atitudes e comportamento dos indivíduos.

O desenvolvimento de pesquisas que trabalhem diretamente no acompanhamento das ações sustentáveis apresentadas pelos indivíduos também é importante, objetivando conhecer melhor as barreiras que impedem o comportamento esperado. Estudos de observação direta do comportamento podem se apresentar como uma alternativa para gerar análises neste sentido. Estes estudos podem também desenvolver e aplicar estratégias para a ocorrência do

comportamento sustentável, modificando o comportamento observado.

Em relação à cidade de Florianópolis, faz-se importante discutir os dados disponíveis sobre a cidade. A informação sobre a constituição da pegada ecológica da cidade é necessária para o planejamento, não apenas da atividade turística, mas para a conscientização dos moradores e do planejamento sustentável da cidade no longo prazo. A informação atualmente existente, constitui-se de uma pesquisa realizada em 2006 (ANDRADE; BELLEN, 2006), sendo assim necessária a atualização da pegada ecológica, ou mesmo a aplicação de outro método que meça o impacto ambiental dos moradores e turistas de Florianópolis.

Sugere-se que dados importantes como índices de desemprego, PIB, participação de cada setor no PIB da cidade, saneamento, segurança, entre outros, sejam disponibilizados mais facilmente, dentro de um portal no site da prefeitura. Alguns destes dados são bastante difíceis de encontrar em suas pesquisas originais. Assim, a disponibilização dos dados em um único local facilitaria o desenvolvimento de pesquisas futuras e do planejamento da cidade.

O programa de educação para a sustentabilidade aqui proposto representa um esforço no sentido de propor ações futuras que envolvam as entidades responsáveis pela hotelaria, meios de hospedagem e trabalhadores dessas organizações. O desenvolvimento e aplicação dessas propostas são importantes para o desenvolvimento sustentável da hotelaria, do turismo e da cidade de Florianópolis.

A proposta apresentada tem por objetivo central o desenvolvimento do comportamento sustentável nos funcionários de hotelaria de Florianópolis. Entretanto, espera-se que este programa, se aplicado, seja ampliado na medida em que as ações sustentáveis das organizações e dos funcionários torne-se parte do dia a dia da comunidade do entorno, mudando as relações de todos com o meio ambiente, social e cultural.

Para a manutenção do turismo e da cidade no longo prazo, a sustentabilidade deve permear todas as relações. E, isto ocorrerá na medida em que os atores responsáveis pela cidade buscarem estabelecer novos sentidos para essas relações. Esse trabalho visa auxiliar nesta mudança.

REFERÊNCIAS

ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas; SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Meios de Hospedagem: Sistema de gestão da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Sebrae, 2012.

ABRANTES, T. As melhores e piores grandes cidades para criar seus filhos. **Revista Exame**, São Paulo, v. 0, n. 0, 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/as-melhores-e-piores-cidades-do-pais-para-criar-seus-filhos/lista>>. Acesso em: 30 jun. 2015.

AFONSO, M. H. F. **Mensuração da predisposição ao comportamento sustentável por meio da teoria da resposta ao item.** 156f. Dissertação de Mestrado – Centro Tecnológico, Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção. – UFSC, Florianópolis, SC, 2013.

AGESAN – Agência de Regulação de Serviços Públicos de Santa Catarina. **Relatório Parcial – 06/Janeiro/2015 Programa Floripa se Liga na Rede.** Disponível em: <http://www.agesan.sc.gov.br/images/Relatorio_parcial_06_15.pdf>. Prefeitura Municipal de Florianópolis, CASAN, 2015.

AJZEN, I. **Frequently Asked Question.** 2014. Disponível em: <<http://people.umass.edu/aizen/faq.html>>

_____. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, n. 50, 1991.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. **Understanding attitudes and predicting social behavior.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1980.

AJZEN, I.; ALBARRACÍN, D.; HORNIK, R. **Prediction and change of health behavior:** applying the reasoned action approach. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 2007.

ALMEIDA, J. A problemática do desenvolvimento sustentável. In: BECKER, D. F. (Org.). **Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, p. 21 - 29, 2002.

ANDRADE, B. B. **Turismo e sustentabilidade no município de Florianópolis:** Uma aplicação do método da pegada ecológica. 2006. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, UFSC, Florianópolis, 2006.

ANDRADE, B. B.; BELLEN, H. M. Turismo e Sustentabilidade no Município de Florianópolis: Uma avaliação a partir do método da pegada ecológica. In: 30º ENCONTRO DA ANPAD, 2006, Salvador- BA. **EnANPAD**, 2006.

ANJOS, F. A. dos; ANJOS, S. J. G.; RADOS, G. J. V. Planejamento e Gestão Sustentável do Turismo. In: PHILIPPI JUNIOR, A.; RUSCHMANN, D. V. de M. (Ed.). **Gestão Ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: Manole, 2010. Cap. 8, p. 127-150.

ARAS, G.; CROWTHER, D. Sustainable practice: The real triple bottom line. **Developments in Corporate Governance and Responsibility:** Emerald Group Publishing Ltd. 5: 1-18 p. 2013.

ASSIS, L. P. de. **Planos, ações e experiências na transformação da “pacata” Florianópolis em capital turística.** 2000. 127f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

AWASTHI, P.; SAXENA, S. Happiness and wellbeing for sustainable development. **Purusharta**, v. 6, n. 1, p. 82-92, 2013.

AZEVEDO, J. R. da R. Papel dos Órgãos Públicos no Incentivo à adoção do *Ecodesign*. In: PHILIPPI JUNIOR, A.; RUSCHMANN, D. V. de M. (Ed.). **Gestão Ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: Manole, 2010. Cap. 3. p. 45-62.

BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: UFSC, 2007.315 p.

BARBIERI, J. C. DA SILVA, D. Desenvolvimento sustentável e educação ambiental: uma trajetória comum com muitos desafios. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 3, Edição Especial, 2011.

BAUMEISTER, R. F., *et al.* Bad is stronger than good. **Review of General Psychology**, v. 5, p. 323–370, 2001.

BELGRADO, Carta de. **Seminario Internacional de Educación Ambiental**. Belgrado, 1975.

BORLATTO JÚNIOR, A. L. **Hierarquia de valores de alunos de ciências contábeis**. 93 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Contabilidade Atuária – USP, São Paulo, 2014.

BRAGA JÚNIOR, S. S.; SILVA, D.; MORETTI, S. L. do A. Fatores de influência no consumo “verde”: um estudo sobre o comportamento de compra no setor supermercadista. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 10, n. 1, p. 151-176, 2011.

BRANDALISE, L. T. *et al.* A percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação

ambiental. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 16, n. 2, p.273-285. 2009.

BRANDALISE, L. T. **A percepção do consumidor na Análise do Ciclo de Vida do produto: um modelo de apoio à gestão empresarial**. Cascavel: Edunioeste, 2008.

BRASIL, Ministério da Indústria Comércio e Turismo e Ministério do Meio Ambiente. **Diretrizes para uma Política Nacional do Ecoturismo**. Brasília: Ministério da Indústria Comércio e Turismo e Ministério do Meio Ambiente, 1994.

_____. Lei no 9.795, de 27 de abril de 1999. **Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 1999. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm>

_____, Ministério do Turismo. **Cartilha de Orientações Básicas 1: Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), estabelece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências**. Portaria: N. 100, de 16 de junho de 2011. 2011.

BREI, V. A.; LIBERALI NETO, G. O Uso da Técnica de Modelagem em Equações Estruturais na Área de Marketing: um Estudo Comparativo entre Publicações no Brasil e no Exterior. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 4, p.131-151, 2006.

BYRNE, B. M. **A primer of LISREL**: Basic applications and programming for confirmatory factor analytic models. New York: Springer-Verlag, 1989.

CAIXETA, D. M. **Atitudes e comportamentos ambientais**: um estudo comparativo entre servidores de instituições públicas federais. Dissertação de Mestrado em Psicologia - Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Trabalho e Organizações. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2010.

CALDWELL, L. K. *Ecologia: ciência y política medioambiental*. Madrid: McGraw Hill, 1993.

CARSON, R.. **Silent Spring**. Crest Book, 1962.

CARVALHO, I. C. de M. **Educação ambiental e a formação do sujeito ecológico**. Cortez Editora: 2011.

CDS - Comisión Sobre Desarrollo Sostenible. **Progreso general alcanzado desde la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo**: informe del secretario general. New York: ONU/CDS, E/CN.17/1997/2/Add.26, 1997.

CIDIN, R. da C. P. J.; SILVA, R. S. da. Pegada Ecológica: instrumento de avaliação dos impactos antrópicos no meio natural. **Estudos Geográficos**, Rio Claro, v. 2, n. 1, jun. 2004.

CMMAD – Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COELHO, G. **Gestão de fornecedores sob as dimensões da sustentabilidade: um modelo de referência para a celesc distribuição s/a**. 2014. 65546 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Esag, Udesc, Florianópolis, 2014.

COELHO, J. A. P. de M.; GOUVEIA, V. V.; MILFONT, T. M.. Valores humanos como explicadores de atitudes ambientais e intenção de comportamento pró-ambiental. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 1, p.199-207, jan. 2006.

_____. **Habilidade de conservação de água: uma explicação pautada em valores humanos, emoções e atitudes ambientais**. Tese de doutorado. Programa de Doutorado Integrado em Psicologia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, João Pessoa, 2009.

CONFERÊNCIA da Organização das Nações Unidas sobre meio ambiente e desenvolvimento. Capítulo 36: Promoção do ensino, da conscientização e do treinamento. *In*: Câmara dos Deputados (Org.). **Agenda 21**.Brasília: Coordenação de Publicações, 1995. p. 429-440.

CORDANI, U. G.; MARCOVITCH, J.; SALATI, E. Avaliação das ações brasileiras após a Rio-92. **Estudos Avançados**, São Paulo , v. 11, n. 29, p. 399-408, 1997.

CORDEIRO, I. D. e; KÖRÖSSY, N.; PARTIDÁRIO, M. do R. Metodologia da pegada ecológica para avaliar o turismo sustentável: uma aplicação ao caso da região autônoma dos Açores (Portugal). **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica**, Vol. 12 - nº 3 - p. 236–257, set-dez 2010.

CORRALIZA, J. A.; BERENGUER, J.. Environmental Values, Beliefs, and Actions: A Situational Approach. **Environment And Behavior**, v. 32, n. 6, p.832-848, nov. 2000.

CORRAL-VERDUGO V. The effect of examples and gender on third graders' ability to distinguish environmental facts from opinions. **Journal of Environmental Education**, v. 22, p. 26-28, 1993.

_____. La Definicion del Comportamiento Proambiental. **La Psicología Social en México**, AMEPSO (Ed.), VIII, p. 466-472, 2000.

_____. **ComportamientoProambiental. Una Introducción al Estudiode las Conductas Protectoras del Ambiente**. Santa Cruz de Tenerife, España: RESMA, 2001.

_____. The positive psychology of sustainability. **Environment, Development and Sustainability**, v. 14, n. 5, p. 651-666, 2012.

CORRAL-VERDUGO, V.; PINHEIRO, J. Q. Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. **Medio Ambiente y Comportamiento Humano**, n. 5(1/2), 2004.

CORRAL-VERDUGO, V. *et al.* Las virtudes de la humanidad, justicia y moderación y su relación con la conducta sustentable. (Spanish). Virtues of humanity justice and temperance and their relationship with sustainable behavior. (English). **Revista Latino-americana de Psicologia**, vol.45, n.3, pp. 361-372, 2013.

CORRAL-VERDUGO, V. *et al.* Happiness as Correlate of Sustainable Behavior: A Study of Pro-Ecological, Frugal, Equitable and Altruistic Actions That Promote Subjective Wellbeing. **Human Ecology Review**, v. 18, n. 2, p. 95-104, Winter2011 2011.

DATA VIVA. **Atividades Econômicas em Florianópolis**. 2013. Disponível em:
<<http://pt.dataviva.info/profiles/bra/5sc000002/?app=17>>

DIAS, G. F. **Educação Ambiental: Princípios e Práticas**. 9 ed. São Paulo: Gaia, 2004.

DIAS, G. F. **Pegada ecológica e Sustentabilidade Humana**. Global Editora e Distribuidora Ltda, 2013.

DINIZ, E. M. Os resultados da rio +10. **Revista do Departamento de Geografia**, Ribeirão Preto, v. 15, n. 1, p.31-35, jan. 2002.

DINIZ, R. F. **Cuidado ambiental em tempos de sustentabilidade: explorando dimensões da conduta sustentável com estudantes universitários**. Dissertação de Mestrado em Psicologia – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010.

DUNLAP, R.E.; VAN LIERE, K.D. The "New Environmental Paradigm". **Journal of Environmental Education**. 40, 1, 19-28, 2008.

ELKINGTON, J. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. **California Management Review**, 1994.

_____. Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. **Environmental quality management**, 1998.

_____. Enter the Triple Bottom Line. In: HENRIQUES, A.; RICHARDSON, J. (Ed.). **The Triple Bottom Line: Does It All Add Up: Does It All Add Up**. Earthscan, 2004. Cap. 1. p. 1-16.

EMBRATUR (Org.). **Fundação e Estrutura**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/historia/fundacao_estrutura.html>. Acesso em: 10 jun. 2015.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de Cidades Empreendedoras**. Brasil, 2015. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/indice-cidades-empresendedoras-2015>>

ENOKI, P. A. *et al.* Estratégias de marketing verde na percepção de compra dos consumidores na grande são paulo. **Revista Jovens Pesquisadores**, São Paulo, v. 5, n. 8, p.58-74. 2008.

FANTIN, M. **Cidade dividida**: dilemas e disputas simbólicas em Florianópolis. Florianópolis: Cidade Futura, 2000.

FATMA – Fundação do Meio Ambiente. **Balneabilidade do litoral catarinense** - Relatório nº 6. Disponível em: <http://www.fatma.sc.gov.br/laboratorio/relatorio_balneabilidade2.php?ficha=999> Florianópolis, 2016.

FEITOSA, M. J. da S.; GÓMEZ, C. R. P. Pegada Ecológica do Turismo como Instrumento para Avaliação dos Impactos Ambientais em Territórios Insulares: Uma Proposta de Adaptação. In: **XXXVI Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro: 2012.

FERNANDES, H. M.; VASCONCELOS-RAPOSO, J. J. B. Análise factorial confirmatória do TEOSQp. **Psicologia Reflexiva Crítica** [online]. 2010, vol.23, n.1, pp. 92-101.

FERREIRA, F. A. C. **Turismo e desenvolvimento urbano: avaliação do impacto sócio-ambiental da atividade turística na ilha de Santa Catarina**, 1992. Dissertação de Mestrado em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis, 1992.

FIELD, A. **Descobrendo a Estatística Utilizando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009. 688 p.

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico**

no brasil – 2010/2011. Relatório Executivo – Produto 6. Ministério do Turismo, FIPE: São Paulo, 2012.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitude, intention and behavior:** An introduction to theory and research. Addison-Wesley Publishing Company, 1975. Disponível em: <<http://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>>

_____. **Predicting and changing behavior:** The reasoned action approach. New York: Psychology Press, 2010.

FLORIANÓPOLIS, Prefeitura Municipal de. **Plano de ação Florianópolis sustentável 2015.** Florianópolis: Prefeitura Municipal de Florianópolis, jun. 2015. Disponível em: <<http://issuu.com/ciudadesemergentesysostenibles/docs/florianopolissustentavel>>. Acesso em: 30 jun. 2015.

FÓRUM DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2015.** São Paulo: 2015. Disponível em: <http://www.forumseguranca.org.br/storage/download//anuario_2015.retificado_.pdf>

FREITAS, Maria Ester de. Cultura organizacional grandes temas em debate. **Rev. adm. empres.**, São Paulo , v. 31, n. 3, p. 73-82, Sept. 1991 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901991000300007&lng=en&nrm=iso>.

FROH, J. Positive emotions. In: LÓPEZ S. J. (Ed.), **The encyclopedia of positive psychology.** Chichester, UK: Wiley-Blackwell, 2009.

FURLAN, S. A. Ecoturismo: do sujeito ecológico ao consumidor da natureza. In: RODRIGUES, A. B.(org.) **Ecoturismo no Brasil: Possibilidades e Limites.** São Paulo: Contexto, 2003.

GIESTA, L. C. **Educação ambiental e sistema de gestão ambiental em empresas**. 171 f. Tese de Doutorado – Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração, UFRS, Porto Alegre, RS, 2009.

GOLLWITZER, P. M. Implementation intentions: Strong effects of simple plans. **American Psychologist**, 54, 493–503, 1999.

GONÇALVES, T. C. A urbanização turística de florianópolis: o papel das redes hoteleiras nacionais e internacionais. In: **XIV Encontro Nacional Da Anpur**. Rio de Janeiro: 2011. p. 1 - 20.

GOUVEIA, V. V. *et al.* A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. **Estudos de Psicologia**, v. 6, n. 1, p. 133-142, 2001.

GOUVEIA, V. V. *et al.* Validade Fatorial Confirmatória e Consistência Interna da Escala Global de Crenças no Mundo Justo – GJWS. **Interação em Psicologia**, v. 14, n. 1, p. 21-29, 2010.

GOUVEIA, V. V.; MILFONT, T. L.; GUERRA, V. M.. Functional theory of human values: Testing its content and structure hypotheses. **Personality And Individual Differences**, v. 60, p.41-47, abr. 2014.

GROB, A. A structural model of environmental attitudes and behaviour. **Journal Of Environmental Psychology**, v. 15, n. 3, p.209-220, set. 1995.

GROBER, U. **The Inventor of Sustainability**. Zeit Online, 1999. Disponível em: <https://tu-freiberg.de/presse/download/carlowitz/The-Inventor-of-Sustainability_Ulrich-Grober_ZEIT_EN.pdf>

GROOT, J. I. M. de; ABRAHAMSE, W.; JONES, K. Persuasive normative messages: The influence of injunctive and personal norms on using free plastic bags. **Sustainability (Switzerland)**, v. 5, n. 5, p. 1829-1844, 2013.

GUERREIRO, M. M. O papel da Cultura na Gestão da Marca das Cidades. In: **VI Congresso Português de Sociologia**, 2009, Lisboa.

GUIVANT, J. S. O controle de mercado através da eco-eficiência e do eco-consumo: uma análise a partir dos supermercados. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p.173-198. 2009.

GUTTLE, M. A. C. C.. **A comunicação do turismo em Florianópolis**.2002. 516 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, UFSC, Florianópolis, 2001.

HAIR Jr., J.F.; *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6.ed. Porto Alegre, Bookman, 2009.

HALL, C. Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução: Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

HASSELINK, F.; KEMPEN, P. P. van; WALS, A. **International debate on education for sustainable development (ESDebate)**. Gland, Switzerland: IUCN, CEC, 2000.

HENZ, A. P.; LEITE, F. C. de L.; ANJOS, F. A. dos. Refletindo as Políticas Públicas para Turismo: uma retrospectiva brasileira desde a década de 60. In: **VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL**. Caxias do Sul: UCS, 2010.

HERNÁNDEZ, B.; HIDALGO, M. C. Actitudes y creencias hacia el medio ambiente. Em Aragonés, J.I. & Amérigo, M. (coords.). **Psicología Ambiental**, Madrid, 2000.

HSIEH, E. Hospitalidade & Sustentabilidade. In: PHILIPPI JUNIOR, A.; RUSCHMANN, D. V. de M. (Ed.). **Gestão Ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: Manole, 2010. Cap. 6, p. 83-108.

HUNHNFF, C. **Simpósio de Governança e Manutenção Hoteleira. Florianópolis: Encontro Catarinense de Hoteleiros (ENCATHO) 2015, 26/05/2015.**

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativa Populacional 2015**. 2015a. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420540&search=||info%EF5es-completas>>

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNDA Pesquisa Nacional por amostra de Domicílios Contínua**. 2015b.

INSTITUTO AKATU. **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro**: Pesquisa 2002. 2002. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/14-consumidor_2002.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro**: Pesquisa 2004. 2004. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/13-pesq_consum2004.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro:** Pesquisa 2005. 2005. Disponível em:

<<http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/6-PESQUISA2005.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Pesquisa nº. 7 - 2006:** como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente?. 2007a. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/4-Pesquisa7.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro Pesquisa 2006-2007:** Sumário de conclusões. 2007b. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/18-Sum_Pesq_2006_2007.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro:** Pesquisa 2010. 2010. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/10_12_13_RSEpesquisa2010_pdf.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. **Pesquisa Akatu 2012: Rumo à sociedade do bem-estar.** 2012. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/pesquisa/2012/PESQUISAAKATU.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

_____. (São Paulo). **Akatu Institucional.** 2015. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Institucional/OAkatu>>. Acesso em: 19 mar. 2015.

INSTITUTO ETHOS. (São Paulo). **Responsabilidade social das empresas - Percepção do consumidor brasileiro:** Pesquisa 2001. 2001. Disponível em:

<http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/15-pesq_consum_2001.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

INSTITUTO HOSPITALIDADE. Certificação em turismo sustentável Norma Nacional para Meios de Hospedagem – Requisitos para a Sustentabilidade NIH-54. **Série Políticas Públicas, caderno n.30**. Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo – SMA, São Paulo: 2004.

INSTITUTO TRATA BRASIL. **Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento 2013**. Brasil, 2013. Disponível em: < <http://www.tratabrasil.org.br/ranking-do-saneamento-avanco-timido-do-saneamento-basico-nas-maiores-cidades-compromete-universalizacao-em-duas-decadas>>

IWATA, O. Attitudinal determinants of environmentally responsible behavior. **Social Behavior and Personality**, v. 29, p. 183–190, 2001.

JUÁREZ-NÁJERA, M.; RIVERA-MARTÍNEZ, J. G.; HAFKAMP, W. A. An explorative socio-psychological model for determining sustainable behavior: Pilot study in German and Mexican Universities. **Journal of Cleaner Production**, v. 18, n. 7, p. 686-694, 2010.

KAISER, F. G. *et al.* Ecological behavior, environmental attitude, and feelings of responsibility for the environment. **European Psychologist**, 4, p.59-74, 1999.

KARP, D. G. Values and their effects on pro-environmental behavior. **Environment and Behavior**, v. 28, p. 111–133, 1996.

LAGES, N. de S.; VARGAS, A. N. Mensurando a Consciência Ecológica do Consumidor: Um Estudo Realizado na Cidade de Porto Alegre. **Enanpad**, Salvador. 2002.

LÉLÉ, S. M. Sustainable development: a critical review. **World Development**, Montreal, v. 19, n. 6, p. 607-621, June 1991.

LIBERMAN, N.; TROPE, Y. **The psychology of transcending the here and now**. Science, 2008.

LINS, H. N. Herança Açoriana e Turismo na Ilha de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, v. 10, n. 14, 1993.

_____. Florianópolis, Cluster Turístico? **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 11, n. 55, p.55-70, nov. 2000.

_____. Interações, Aprendizagem e Desenvolvimento: ensaio sobre o turismo em Florianópolis. **Turismo – Visão e Ação**, v. 9, n. 1, p. 107-120, 2007.

LOPES, C. E. Uma proposta de definição de comportamento no behaviorismo radical. **Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p.1-13, 2008.

LOUREIRO, C. F. B. Complexidade e dialética: contribuições à práxis política e emancipatória em educação ambiental. **Educação e Sociedade**, v. 27, n. 94, p. 131-152, 2006.

MAGALHÃES, J. M. de. **A responsabilidade social corporativa e seus efeitos sobre a intenção de compra e a atitude em relação à empresa dos consumidores**. 2007. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2007.

MALTHUS, T. An Essay on the Principle of Population. Londres: **Electronic Scholarly Publishing Project**, 1998.

MANNING, C. The psychology of sustainable behavior: tips for empowering people to take environmentally positive action. **Minnesota Pollution Control Agency**. 2009.

MARTINE, G. O lugar do espaço na equação população/meio ambiente. **Revista brasileira de Estudo Populacional**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 181-190, jul./dez. 2007.

MCKENZIE-MOHR, D.; SCHULTZ, P. W. Choosing effective behavior change tools. **Social Marketing Quarterly**, v. 20, n. 1, p. 35-46, 2014.

MEADOWS, D. *et al.* **The limits of growth**. Nova York: Universe Books, 1972.

MILFONT, T. L. **Psychology of environmental attitudes: A cross-cultural study of their content and structure**. Tese de doutorado, University of Auckland, New Zealand, 2007.

MINGORI, J. **O desenvolvimento Turístico da Ilha de Santa Catarina**: dos percalços do turismo massivo às proposições de um turismo sustentável - a análise do Projeto Ambiente Sul. 2001. 171 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia Política, UFSC, Florianópolis, 2001.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Protocolo de Quioto**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia e Ministério das Relações Exteriores da República Federativa do Brasil, 1997.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Agenda 21 brasileira:** Ações Prioritárias. 2 ed. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004a.

_____. **Agenda 21 brasileira:** Resultado da Consulta Nacional. 2 ed. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004b.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Ecoturismo:** orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. **Estudo da demanda turística internacional 2007-2013.** Ministério do Turismo, Brasília: 2014.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2013 – 2016.** Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

MONTIBELLER-F. G. Florianópolis, capital anti-ecológica. **Revista da Ciência da Administração**, Florianópolis, v. 4, n. 6, p.97-104, 2002.

MONZONI, M.; CARVALHO, A. Sustentabilidade: só um modismo? **GV Executivo**, v. 9, n.1, jan./jun, 2010.

MOREIRA, P. H. V. M. **Gestão de marcas cidade** - O Caso da Marca Porto Turismo. Dissertação de Mestrado – Marketing – Faculdade de Economia Universidade do Porto, Portugal, 2010.

MOUTINHO, K. ROAZZI, A. As teorias da Ação Racional e da ação planejada: relações entre intenções e comportamentos. **Avaliação Psicológica**, v. 9, n. 2, 2010.

OLIVEIRA, A. P. M.; SILVA, M. E. da; GOMEZ, C. R. P. Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do Recifense sob a ótica do consumo sustentável. In: **XV Simpósio de Administração da Produção, Logística e**

Operações Internacionais, 2012, São Paulo, SP. Anais. São Paulo: XV SIMPOI, 2012.

OLIVEIRA, L. R. de; MARTINS, E. F.; LIMA, G. B. A. Evolução do conceito de sustentabilidade: um ensaio bibliométrico. **Relatórios de Pesquisa em Engenharia de Produção**, v. 10, n. 4, 2010.

ONU - Organização das Nações Unidas. Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano. In: **Anais Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano**. Estocolmo, 1972. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Meio-Ambiente/declaracao-de-estocolmo-sobre-o-ambiente-humano.html>>

ONU – Organização das Nações Unidas. **Declaração do Milênio das Nações Unidas**. Nova York, 2000.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **The future we want**. In: Rio + 20. Rio de Janeiro, 2012.

OSKAMP, S. A sustainable future for humanity? How can psychology help? **American Psychologist**, v. 55, n. 5, p.496-508, 2000.

PAIVA, M. das G. de M. V. **Sociologia do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

PATO, C. M. L. **Comportamento ecológico**: relações com valores pessoais e crenças ambientais. 2004. 144 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Instituto de Psicologia, Unb, Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/index.cfm?FuseAction=arquivo.monta&ID_EdicaoArquivo=2012&Pagina=busca_det&ID=52> Acesso em: 15/03/2015.

PATO, C. M. L.; TAMAYO, A. Os valores como preditores de atitudes e comportamentos: contribuições para um debate.

Linhas críticas, Brasília, v. 8, n. 14, p. 103-117, 2002.

_____. A Escala de Comportamento Ecológico: desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. **Estudos de Psicologia**, v. 11, n. 3, p.289-296, 2006.

PIRES, P. dos S. Turismo e Meio Ambiente: Relação de interdependência. In: PHILIPPI JUNIOR, A.; RUSCHMANN, D. V. de M. (Ed.). **Gestão Ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: Manole, 2010. Cap. 1. p. 3-30.

PORTILHO F. Consumo verde, consumo sustentável e a ambientalização dos consumidores. In: **2º ENCONTRO DA ANPPAS**. Indaiatuba: 2004.

_____. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania** (2a ed.). São Paulo: Cortez, 2010.

PORTO, J. B. *et al.* Análise Fatorial Confirmatória da Escala de Valores Relativos ao Trabalho. In: **30º ENCONTRO DA ANPAD**, 2006, Salvador- BA. **EnANPAD**, 2006

PNUD - Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento. **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil**. 2013.

Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br>> Acesso em: 03 mar. 2015.

PROJETO MARCA FLORIANÓPOLIS: O

DNA. Florianópolis: Marca Florianópolis, v. 5, maio 2015.

Disponível em: <<http://issuu.com/logoufsc/docs/marcafpolis-revista05>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

QUEIROGA, F. *et al.* Escala de comportamentos socialmente responsáveis do consumidor: estudo preliminar de evidência de

validade. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 1, p.143-149. 2005.

QUINN, L.; NORTON, J. **Beyond the bottom line practicing leadership for sustainability**. LIA. v. 24, n. 1. Mar/Apr. 2004.

RIBEIRO, H.; STIGLIANO, B. V. Desenvolvimento Turístico e Sustentabilidade Ambiental In: PHILIPPI JUNIOR, A.; RUSCHMANN, D. V. de M. (Ed.). **Gestão Ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: Manole, 2010. Cap. 4, p. 63-82.

RIBEIRO, J. de A.; VEIGA, R. T.. Proposição de uma escala de consumo sustentável. **Revista Administração**, São Paulo, v. 46, n. 1, p.45-60. 2011.

RODRIGUES, A. B. Ecoturismo – limites do eco e da ética. In: RODRIGUES, A. B.(org.) **Ecoturismo no Brasil: Possibilidades e Limites**. São Paulo: Contexto, 2003.

RODRIGUES, A., ASSMAR, E. M. L. & JABLONSKI, B. **Psicologia Social**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RUFINO, M. R. C. F. **Mediação Cultural e reciprocidade no contexto das práticas turísticas em Florianópolis – SC**. 2006. 316 f. Tese (Doutorado) – Curso de Antropologia Social, UFSC, Florianópolis, 2006.

RUSCHMANN, D. van. A experiência do turismo ecológico no Brasil: um novo nicho de mercado ou um esforço para atingir a sustentabilidade. **Turismo - Visão e Ação**, v. 2, n.5, p.81-90, 2000.

_____. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. 16º. ed. Campinas, SP : Papirus, 2010.

RUSCHMANN, D. van; PAOLUCCI, L.; MACIEL, N. A. L. Capacidade de carga no planejamento turístico: estudo de caso da Praia Brava – Itajaí frente à implantação do complexo turístico habitacional canto da brava. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 2, n. 2, p. 41-63, 2008.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SANTOS, F. P. dos; CHALUB-MARTINS, L. Agroecologia, consumo sustentável e aprendizado co-letivo no Brasil. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 38, n. 2, p.469-483. 2012.

SAUVÉ, L. Uma cartografia das correntes em educação ambiental. In: SATO, M. (org.). **Educação Ambiental**. Porto Alegre, Artmed, 2005.

SAUVÉ, L. Educação Ambiental e Desenvolvimento Sustentável: uma análise complexa. **Revista de Educação Pública**, v. 10, jul. 1997.

SCHÄPKE, N.; RAUSCHMAYER, F. Going beyond efficiency: Including altruistic motives in behavioral models for sustainability transitions to address sufficiency. **Sustainability: Science, Practice, and Policy**, v. 10, n. 1, p. 29-44, 2014.

SCHEIN, E. H. **Organizational Cultural and Leadership**. 4a ed. São Francisco, Jossey-Bass: 2010.

SCHWARTZ, S. H. Normative influences on altruism. In: BERKOWITZ (Ed.). **Advances in experimental social psychology**, v. 10, p. 221-271. Nova York: Academic Press, 1977.

_____. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in experimental social psychology**, v. 25, n. 1, p. 1-65, 1992.

_____. **Are there universal aspects in the structures and contents of human values?** *Jornal of Social Issues*, v. 50, p. 19-45, 1994.

_____. Basic human values: Theory, measurement, and applications. **Revue française de sociologie**, 2006.

_____. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. **Online Readings In Psychology And Culture**, v. 2, n. 1, p.1-20, 1 dez. 2012.

_____. Functional theories of human values: Comment on Gouveia, Milfont, and Guerra. **Personality And Individual Differences**, v. 68, p.247-249, out. 2014.

SCHWARTZ, S. H. *et al.* Refining the theory of basic individual values. **Journal Of Personality And Social Psychology**, [s.l.], v. 103, n. 4, p.663-688, 2012.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward A Universal Psychological Structure of Human Values. **Journal Of Personality And Social Psychology**, v. 53, n. 3, p.550-562, 1987.

SEBASTIÃO, I. L. C. **Aplicação da Pegada Ecológica ao Turismo: Como a Pegada Ecológica pode Influenciar a Gestão Ambiental**. 2010. 183 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão e Políticas Ambientais, Departamento de Ciências e Engenharia do Ambiente, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Lisboa, 2010.

SEBRAE/SC; SETUR - Secretaria de Turismo de Florianópolis. **Demanda Turística de Florianópolis**. Agosto de 2014. Florianópolis, SEBRAE: 2014.

SKINNER, B. **Ciência e Comportamento Humano**. Brasília: Ed. UnB/ FUNBEC, 1970.

SMITH, P. B. *et al.* Are Indegenous Approaches to Achieving influence in Business Organizations distinctive? A Comparative Study of Guanxi, Wasta, Jeitinho, Svyazi and Pulling Stings. **The Interantional Journal of Resource Management**, v. 23, n. 2, p. 333-348, 2012.

SOLHA, K. T. **Órgãos públicos estaduais e o desenvolvimento do turismo no Brasil**. 2004. 178 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Usp, São Paulo, 2004.

SONAGLIO, K. E. **Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina: Um estudo para o desenvolvimento sustentável**. 78 f. Dissertação de Mestrado em Engenharia Ambiental, UFSC, Florianópolis, 2002.

SOUZA, F. de. **Desenvolvimento sustentável: realidade ou utopia?** 2012. Monografia (Especialização) - Curso de Aperfeiçoamento/especialização em Mba em Sustentabilidade e Gerenciamento Ambiental, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2012.

SPENCE, A.; POORTINGA, W.; PIDGEON, N. The psychological distance of climate change. **Risk Analysis: An Official Publication Of The Society For Risk Analysis**, v. 32, n. 6, p. 957-972, 2012.

STERN, P. C. *et al.* Values, Beliefs, and Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent Attitude

Objects. **Journal Of Applied Social Psychology**, v. 25, n. 18, p.1611-1636, set. 1995.

STERN, P. C. *et. al.* A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmental concern. **Human Ecology Review**, v.6, p. 81–97, 1999.

STERN, P. C.; DIETZ, T.; KALOF, L. Value orientations and environmental concern. **Environment And Behavior**, v. 25, p.322-348, 1993.

STERN, P. C.; DIETZ, T. The value basis of environmental concern. **Journal of social issues**, v. 50, n. 3, p. 65-84, 1994.

STERN, P.C. Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior.

Journal of Social Issues, v. 56, n. 3, p. 407-424, 2000.

TAMAYO, A. Hierarquia de Valores Transculturais e Brasileiros. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 10, n. 2, p. 269-285, 1994.

TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S. H. Estrutura Motivacional dos Valores Humanos. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. Brasília: v. 9, n. 2, p. 329-348, 1993.

TAPIA-FONLLEM, C. *et al.* Assessing sustainable behavior and its correlates: A measure of pro-ecological, frugal, altruistic and equitable actions. **Sustainability** (Switzerland), v. 5, n. 2, p. 711-723, 2013.

TEIXEIRA, M. L. M. *et al.* Peculiaridades da Estrutura de Valores Básicos dos Brasileiros. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 14, n. 2, p.139-152, abr. 2014.

THOMPSON, S. C. G.; BARTON, M. A. Ecocentric and Anthropocentric attitudes toward the environment. **Journal of Environmental Psychology**, v. 14, p. 149-157, 1994.

TÓDERO, M. **Consumo consciente e percepção do consumidor sobre ações corporativas vinculadas ao conceito de responsabilidade social**: um estudo no setor da saúde. 2009. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

TOMAZZONI, E. L.; ZANETTE, F. C.; LAIDENS, M. C. Gestão em hotelaria e sustentabilidade ambiental: análise da experiência do Programa Bem Receber na região das hortênsias (serra gaúcha). **Observatório de Inovação do Turismo**, São Paulo. 2009.

TORRES, C. V. *et al.* A Meta-analysis of Basic Human Values in Brazil: Observed differences within the country. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 15, n. 1, p. 89-102, 2012.

TZSCHENTKR, N; KIRK, D; LYNCH, P. A. Reasons for going green in serviced accommodation establishments. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 16, n. 2, p. 116-124, 2004.

UNESCO – Organizações das Nações Unidas. **Declaração de Thessaloniki**. Thessaloniki: UNESCO, 1997. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/sdi/ea/deds/pdfs/declthessaloniki.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2015.

_____. **Education for Sustainability – From Rio to Johannesburg: Lessons learnt from a decade of commitment**. Paris: UNESCO, 2002.

_____. **Década da Educação das Nações Unidas para um Desenvolvimento Sustentável, 2005-2014:** documento final do esquema internacional de implementação. – Brasília : UNESCO, 2005.

_____. **Basic Texts:** 2014 edition including texts and amendments adopted by the General Conference at its 37th session. Paris: UNESCO, 2014. 220 p.

_____. **History of the education sector.** 2015a. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/en/education/about-us/who-we-are/history/>>. Acesso em: 25 jul. 2015.

_____. UNESCO. **Creative cities network – Florianópolis.** 2015b. Disponível em: <<http://en.unesco.org/creative-cities/node/32>>

VALENTE, P. de S. Meios de Hospedagem e Desenvolvimento Sustentável. 2007. 77 f. Monografia (Pós-graduação) – Curso de Gestão do Turismo, CET – Centro de Excelência em Turismo, UnB – Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

VAN LIERE, K.D. & DUNLAP, R.E. Environmental Concern. Does It Make a Difference How It's Measured? **Environment and Behavior**, v.13 n.6, p.651-676, 1981.

VELLOSO, T. de M. G. **Implantação da Agenda 21 Local: Estudo de Caso no Município de Florianópolis.** 2006. 112 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, UFSC, Florianópolis, 2006.

VEIGA, José Eli da. Indicadores de sustentabilidade. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 24, n. 68, p. 39-52, 2010.

WTTC - World Travel & Tourism Council. **Travel & Tourism Economic Impact**: Brazil. Reino Unido, 2013.

WU, D. W. L.; DIGIACOMO, A.; KINGSTONE, A. A Sustainable Building Promotes Pro-Environmental Behavior: An Observational Study on Food Disposal. **PLoS ONE**, v. 8, n. 1, p. 1-4, 2013.

YOUNG, R. de. Changing behavior and making it stick: The conceptualization and management of conservation behavior. **Environment and Behavior**, v. 25, p. 485–505, 1993.

YOUNG, R. de. Expanding and evaluating motives for environmentally responsible behavior. **Journal of Social Issues**, v. 56, p. 509–526, 2000.

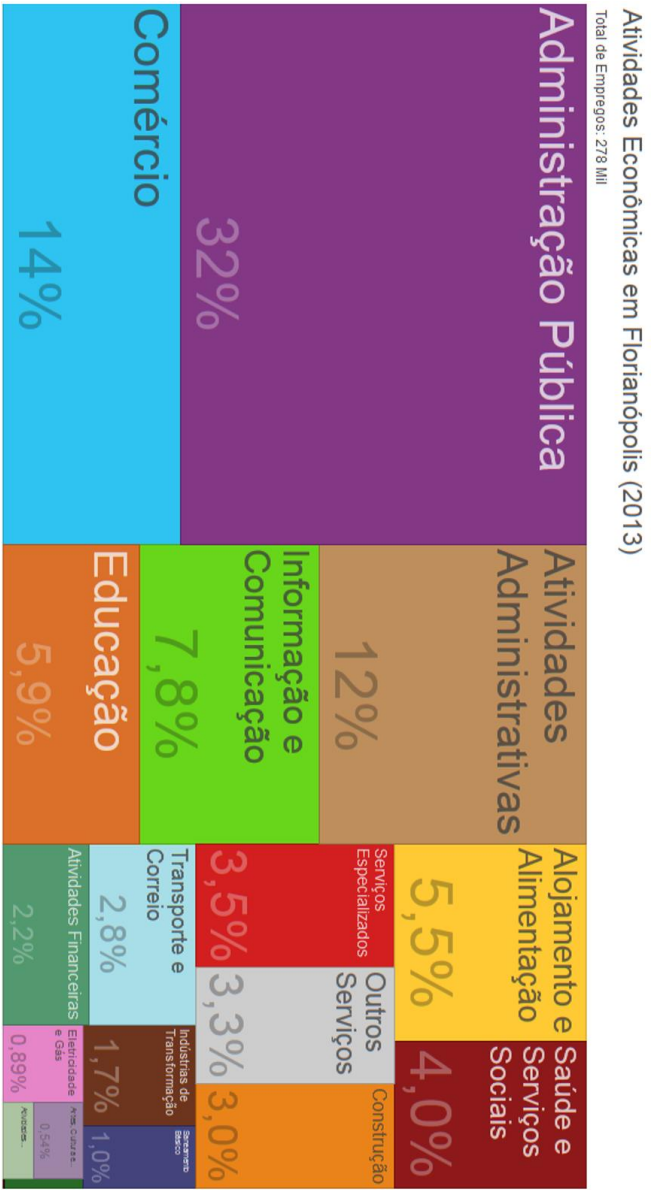
ZANELLI, J. C.; SILVA, N. **Interação humana e gestão**: a construção psicossocial das organizações de trabalho. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.

ZELEZNY, L. C.; SCHULTZ, P. W. Psychology of Promoting Environmentalism: Promoting Environmentalism. **Journal Of Social Issues**, [s.l.], v. 56, n. 3, p.365-371, jan. 2000.

ANEXO A – METAS MOTIVACIONAIS DE SCHWARTZ (2006; 2012)

Valor	Meta Motivacional
Auto-Direção	Pensamentos e ações independentes - escolhendo, criando e explorando
Estimulação	Entusiasmo, novidades e desafios na vida
Hedonismo	Prazer ou satisfação por si mesmo
Realização	Sucesso pessoal através da demonstração de competências de acordo com os padrões sociais
Poder	Status social e prestígio, controle ou domínio sobre pessoas e recursos
Segurança	Segurança, harmonia e estabilidade da sociedade, das relações e de si mesmo.
Conformidade	Contenção de ações, inclinações e impulsos suscetíveis de perturbar ou prejudicar os outros ou violar as normas sociais
Tradição	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes e ideais de sua cultura ou religião.
Benevolência	Preservar e aumentar o bem-estar das pessoas com quem se está em contato frequente
Universalismo	Compreensão, apreciação, tolerância e proteção para o bem-estar de todas as pessoas e para a natureza

ANEXO B – GRÁFICO DE NÚMERO DE EMPREGOS
EM FLORIANÓPOLIS, POR SETOR (DATA VIVA, 2013)



ANEXO C – INFORMAÇÕES PNDA FLORIANÓPOLIS
(IBGE, 2015b)

Setembro
(jul-ago-set)

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
Indicadores para população de 14 anos ou mais de idade
Município de Florianópolis (SC)

Situação:	Estabilidade
↑	Crescimento
↓	Declínio

TAXAS (em pontos percentuais)	Estimativas dos trimestres			Variação em relação ao trimestre anterior		Variação em relação ao mesmo trimestre do ano anterior	
	jul-ago-set/2014	abr-mai-jun/2015	jul-ago-set/2015	Situação	Diferença	Situação	Diferença
TAXA DE DESOCUPAÇÃO	4,1	5,7	5,5	↗	-0,2	↗	1,4
RENDIMENTO MÉDIO REAL HABITUAL (em reais)	Estimativas dos trimestres			Variação em relação ao trimestre anterior		Variação em relação ao mesmo trimestre do ano anterior	
	jul-ago-set/2014	abr-mai-jun/2015	jul-ago-set/2015	Situação	VAR%	Situação	Diferença
PESSOAS OCUPADAS (Todos os trabalhos)	3.149	2.902	2.925	↘	0,8	↘	-7,1
					23		-225

Nota: As indicações de variação nas estimativas em relação às comparações as quais foram submetidas, foram feitas com base na metodologia, adaptada da metodologia desenvolvida para a Pesquisa Mensal de Emprego (PME), que consiste em calcular intervalos de confiança para a diferença temporal para um determinado conjunto de indicadores. Detalhes sobre a metodologia podem ser verificados no texto: FRETAS, M.P.S.; LLA, M.F. "Estimação de intervalos de confiança para estimadores de diferenças temporais na Pesquisa Mensal de Emprego". Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA DO MEIO DE HOSPEDAGEM

INFORMAÇÕES SOBRE MEIO DE HOSPEDAGEM PARTICIPANTE	
Nome Meio de hospedagem: _____	
N. de funcionários: _____	
1. Assinale quais ações ou programas o meio de hospedagem realiza: ☐ Diminuição do desperdício de comida ☐ Luzes econômicas ☐ Cartão-chave ☐ Aparelhos eletrônicos econômicos ☐ Arejadores de torneira ☐ Reuso de toalhas (a escolha do hóspede) ☐ Coleta Seletiva ☐ Possui ambiente específico de armazenamento de lixo seco ☐ Captação da água da chuva ☐ Aquecimento solar da água ☐ Aproveitamento de luz natural ☐ Decoração com artesanato local	
Quais: _____	
Alguma ação que não está incluída na lista? 2. O meio de hospedagem realiza ações sociais? Sim ☐ Não ☐	
Quais: _____	
3. O meio de hospedagem possui política de proteção ambiental? Sim ☐ Não ☐ 4. O meio de hospedagem possui política social? Sim ☐ Não ☐ 5. Já possui alguma certificação ambiental ou social? Qual? Sim ☐ Não ☐	
Quais: _____	
6. O meio de hospedagem tem algum treinamento específico para os funcionários sobre suas ações sociais e/ou ambientais? Sim ☐ Não ☐	

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PVQX5 DE VALORES INDIVIDUAIS

Pesquisa de Comportamento Sustentável em Hotelaria Questionário PVQ5X de Valores Individuais

Aqui descrevemos uma pessoa brevemente. Por favor, leia cada descrição e pense o quanto esta pessoa se parece ou não com você. Assinale a resposta ao lado correspondente.	Não se parece nada comigo	Não se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece comigo	Se parece muito comigo
1. Ser criativo é importante para ele(a)	☐	☐	☐	☐	☐
2. É importante para ele(a) que seu país o(a) proteja de todas as ameaças.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Se divertir é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
4. Evitar aborrecer outras pessoas é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
5. Proteger os membros mais fracos e vulneráveis da sociedade é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
6. Ele(a) quer que as pessoas façam o que ele(a) diz.	☐	☐	☐	☐	☐
7. Ele(a) busca não chamar atenção para a sua pessoa.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Ele(a) acredita fortemente que deve cuidar da natureza.	☐	☐	☐	☐	☐
9. É importante para ele(a) que ninguém o envergonhe.	☐	☐	☐	☐	☐
10. Ele(a) está sempre procurando coisas diferentes para fazer.	☐	☐	☐	☐	☐
11. É importante para ele(a) ser leal às pessoas que lhe são próximas.	☐	☐	☐	☐	☐
12. Ele(a) evita qualquer coisa que coloque sua segurança em risco.	☐	☐	☐	☐	☐
13. Ter a sensação de poder que o dinheiro pode trazer é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
14. Ele(a) busca promover harmonia e paz entre diversos grupos.	☐	☐	☐	☐	☐
15. Ele(a) acredita que deve sempre fazer o que as pessoas com autoridade dizem.	☐	☐	☐	☐	☐
16. Ele(a) acredita que ser ambicioso é importante.	☐	☐	☐	☐	☐
17. É importante para ele(a) manter valores e/ou crenças tradicionais.	☐	☐	☐	☐	☐
18. É importante para ele(a) tomar suas próprias decisões sobre a sua vida.	☐	☐	☐	☐	☐
19. Proteger sua imagem pública é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
20. É importante para ele(a) trabalhar contra as ameaças à natureza.	☐	☐	☐	☐	☐
21. Ele(a) acha que é importante nunca incomodar quem quer que seja.	☐	☐	☐	☐	☐
22. Ser saudável é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐

Aqui descrevemos uma pessoa brevemente. Por favor, leia cada descrição e pense o quanto esta pessoa se parece ou não com você. Assinale a resposta ao lado correspondente.

	Não se parece nada comigo	Não se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece comigo	Se parece muito comigo
23. É muito importante para ele(a) ajudar as pessoas que lhe são queridas.	☐	☐	☐	☐	☐
24. É importante para ele(a) formar suas próprias opiniões e ter ideias originais.	☐	☐	☐	☐	☐
25. A segurança pessoal dele(a) é extremamente importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
26. Animação na vida é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
27. É importante para ele(a) ser a pessoa de maior influência em qualquer grupo.	☐	☐	☐	☐	☐
28. É importante para ele(a) seguir as regras mesmo que ninguém esteja vendo.	☐	☐	☐	☐	☐
29. Ele(a) acha importante que todas as pessoas no mundo tenham as mesmas oportunidades na vida.	☐	☐	☐	☐	☐
30. Ele(a) quer que seu governo seja forte para que possa defender os cidadãos.	☐	☐	☐	☐	☐
31. Aproveitar os prazeres da vida é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
32. Cuidar do bem-estar das pessoas que lhe são próximas é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
33. Fazer tudo com independência é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
34. É importante para ele(a) ser humilde.	☐	☐	☐	☐	☐
35. É importante para ele(a) ser aquele que diz aos outros o que fazer.	☐	☐	☐	☐	☐
36. É importante para ele(a) escutar pessoas que são diferentes dele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
37. Ser muito bem-sucedido é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
38. Seguir os costumes de sua família ou os costumes de uma religião é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
39. Aprender e melhorar suas habilidades é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
40. Obedecer a lei é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
41. Ele(a) acredita ser importante ter todos os tipos de novas experiências.	☐	☐	☐	☐	☐
42. Ele(a) se esforça para ser um amigo(a) seguro e confiável.	☐	☐	☐	☐	☐
43. Ele(a) busca ter status e poder.	☐	☐	☐	☐	☐

Aqui descrevemos uma pessoa brevemente. Por favor, leia cada descrição e pense o quanto esta pessoa se parece ou não com você. Assinale a resposta ao lado correspondente.

	Não se parece nada comigo	Não se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece comigo	Se parece muito comigo
44. Ele(a) valoriza muito as práticas tradicionais de sua cultura.	☐	☐	☐	☐	☐
45. Proteger o ambiente da destruição ou poluição é importante para ela(a).	☐	☐	☐	☐	☐
46. Ele(a) aproveita todas as oportunidades que tem para se divertir.	☐	☐	☐	☐	☐
47. Ter ordem e estabilidade na sociedade é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
48. Ele(a) sempre tenta ser compreensivo às necessidades de sua família e amigos.	☐	☐	☐	☐	☐
49. Liberdade para escolher o que fazer é importante para ele(a).	☐	☐	☐	☐	☐
50. É importante para ele(a) estar satisfeito com o que possui e não pedir por mais.	☐	☐	☐	☐	☐
51. Ele(a) quer que as pessoas sempre o(a) tratem com respeito e dignidade.	☐	☐	☐	☐	☐
52. Ele(a) tenta sempre agir com tato e evita irritar os outros.	☐	☐	☐	☐	☐
53. Ele(a) quer que todos possam ser tratados de forma justa, até mesmo as pessoas que ele(a) não conhece.	☐	☐	☐	☐	☐
54. É importante para ele(a) viver em um local seguro.	☐	☐	☐	☐	☐
55. Ele(a) quer que as pessoas admirem suas conquistas.	☐	☐	☐	☐	☐
56. Ele(a) quer que as pessoas com quem se relaciona confiem nele(a) completamente.	☐	☐	☐	☐	☐
57. Mesmo quando ele(a) discorda de alguém é importante para ele(a) entender o ponto de vista desta pessoa.	☐	☐	☐	☐	☐

INFORMAÇÕES PESSOAIS

Você trabalha em hotel ou pousada?

☐

Hotel

☐

Pousada

Qual seu cargo neste local:

Qual seu gênero/sexo:

☐

Masculino

☐

Feminino

Qual a sua idade?

Qual a sua escolaridade?

Qual o bairro que você mora?

Qual seu estado civil?

Tem filhos? Quantos?

Percebe que algum hábito de proteção ao meio ambiente seu mudou após iniciar o trabalho neste local? Quais?
(Hábitos como economizar energia e separar lixo)

APÊNDICE C – PERGUNTAS SELECIONADAS DO QUESTIONÁRIO PVQX5 PARA ANÁLISE DOS RESULTADOS

Pergunta	Código	Valor
14. Ele(a) busca promover harmonia e paz entre diversos grupos.	Utole1	Universalismo Tolerância
36. É importante para ele(a) escutar pessoas que são diferentes dele(a).	Utole2	Universalismo Tolerância
57. Mesmo quando ele(a) discorda de alguém é importante para ele(a) entender o ponto de vista desta pessoa.	Utole3	Universalismo Tolerância
8. Ele(a) acredita fortemente que deve cuidar da natureza.	Unat1	Universalismo Natureza
20. É importante para ele(a) trabalhar contra as ameaças à natureza.	Unat2	Universalismo Natureza
45. Proteger o ambiente da destruição ou poluição é importante para ela(a).	Unat3	Universalismo Natureza
5. Proteger os membros mais fracos e vulneráveis da sociedade é importante para ele(a).	Upreoc1	Universalismo preocupação
29. Ele(a) acha importante que todas as pessoas no mundo tenham as mesmas oportunidades na vida.	Upreoc2	Universalismo preocupação
53. Ele(a) quer que todos possam ser tratados de forma justa, até mesmo as pessoas que ele(a) não conhece.	Upreoc3	Universalismo preocupação
11. É importante para ele(a) ser leal às pessoas que lhe são próximas.	Bconf1	Benevolência confiabilidade
42. Ele(a) se esforça para ser um amigo(a) seguro e confiável.	Bconf2	Benevolência confiabilidade
56. Ele(a) quer que as pessoas com quem se relaciona confiem nele(a) completamente.	Bconf3	Benevolência confiabilidade
23. É muito importante para ele(a) ajudar as pessoas que lhe são queridas.	Bcuid1	Benevolência cuidado
32. Cuidar do bem-estar das pessoas que lhe são próximas é importante para ele(a).	Bcuid2	Benevolência cuidado
48. Ele(a) sempre tenta ser compreensivo às necessidades de sua família e amigos.	Bcuid3	Benevolência cuidado
7. Ele(a) busca não chamar atenção para a sua pessoa.	Humil1	Humildade
34. É importante para ele(a) ser humilde.	Humil2	Humildade
50. É importante para ele(a) estar satisfeito com o que possui e não pedir por mais.	Humil3	Humildade