

# O turismo sustentável como comportamento de moda

## *Sustainable tourism behavior as fashion*

Alanda Mábilli Aguiar Silva <sup>1</sup>  
Universidade Estadual do Piauí-Brasil  
[alandamabilli@hotmail.com](mailto:alandamabilli@hotmail.com)

Prof<sup>a</sup> MSc. Célia Maria Santos da Silva. Mestre em Design Têxtil e Marketing <sup>2</sup>  
Universidade Federal do Piauí – Curso de Moda Design e Estilismo  
[celiasantos@ufpi.edu.br](mailto:celiasantos@ufpi.edu.br)

### RESUMO

A prática de determinadas atividades influenciam a sociedade, tornando-se uma atitude a ser seguida como um exemplo de Moda. Nesse contexto, a realidade atual se volta para as questões ambientais e práticas que respeitem a natureza como o turismo sustentável na realização da atividade com foco na sustentabilidade. Tanto a moda como o turismo fortalecem diretrizes para um desenvolvimento sustentável.

**Palavras-chave.** Turismo; moda; sustentabilidade.

### ABSTRACT

The practices of certain activities influence society, becoming an attitude to be followed as an example of Fashion. In this context, the current reality turns to environmental and practical issue which respect nature such as sustainable tourism in performing activities with a focus on sustainability. Both fashion and tourism strengthen guidelines for sustainable development.

**Key-world.** tourism; fashion; sustainability.

### INTRODUÇÃO

A ação antrópica tem provocado danos à natureza de uma forma agressiva e maléfica, em prejuízo de extinção dos seres vivos, igualmente, para a humanidade, que depende de condições específicas para a sua sobrevivência. Várias são as situações, onde tais danos são praticamente irreversíveis.

O problema vem de longe, ainda no fim da Segunda Guerra Mundial, momento em que já se iniciava uma inquietação com o poder de destruição das

---

<sup>1</sup> Turismóloga - Universidade Estadual do Piauí – Brasil.

<sup>2</sup> Mestre em Design Têxtil e Marketing - Universidade do Minho – Portugal.

bombas atômicas. “A intensificação dos testes nucleares e a construção de usinas movidas a material radioativo fizeram crescer as preocupações com o futuro da humanidade” Cunha e Coelho (2007, p. 47). O lançamento de livros *The Limits of the Earth*, de autoria de Osbon em 1953 e, *Silent Spring* escrito por Carson em 1962, revela que a atenção para os problemas ambientais do planeta tais quais: “crescimento populacional e contaminação química da água e do solo” já eram preocupação de muitos. Cunha e Coelho (2007, p. 47).

A situação se agravou com o desenvolvimento da indústria nos países do 1º Mundo, entre eles os europeus e os Estados Unidos, o que impulsionou severas discussões sobre o assunto a partir década de 70. Desde então, o tema provocou a realização de várias conferências, cúpulas, convenções resultando na elaboração de vários relatórios, dossiês que deram origem a documentos e agendas, de suma importância para ajudar na conscientização da população e, conseqüentemente, contribuir para mudança de atitude acerca do meio ambiente. A exemplo podemos citar alguns: o Relatório Brundtland - Nosso Futuro Comum, a Carta da Terra, a Agenda 21, dentre outros.

Não obstante, a ‘Preservação Ambiental’ ser o discurso dominante, a necessidade de crescimento econômico também é uma realidade. Portanto, torna-se indispensável buscar uma novas maneiras de crescer sem prejudicar o meio ambiente. Logo, é premente a necessidade de uma nova educação, com posturas dentro da nova ética global: a sustentabilidade. Nesse contexto, realizam-se projetos em praticamente todas as áreas do conhecimento com o fim de minimizar o impacto na natureza, e não poderia ser diferente, na esfera da Moda<sup>3</sup>.

A Moda pode ser entendida enquanto produto e/ou enquanto fenômeno comportamental. Moda, enquanto produto aponta/encena uma realidade ambientalmente insustentável. A indústria de produtos de moda<sup>4</sup>, caracterizada por sua efemeridade, pela rápida descartabilidade de seus artigos tem um elevadíssimo potencial poluidor, provoca ação danosa e relevante no que concerne o desenvolvimento sustentável. Entretanto, a moda contribui de maneira singular para o crescimento econômico nas sociedades capitalistas, posto que é terceira maior indústria do mundo, na geração de emprego e renda Berlim (2010). Embora seus processos envolvam desperdícios diversos, a indústria de produtos de moda pode

---

<sup>3</sup> Denominamos Moda com eme maiúsculo quando falamos do fenômeno sociocultural.

<sup>4</sup> Denominamos moda com eme minúsculo quando falamos do produto de Moda.

trabalhar com base nos alicerces da Sustentabilidade/Desenvolvimento Sustentável para contribuir com conteúdos que ajudarão na produção de produtos ecologicamente corretos, incentivando ao consumidor em uma postura mais consciente.

Moda, enquanto fenômeno exerce um grande poder de influência sobre a sociedade, portanto, pode ajudar a manter a sustentabilidade em toda a sua dimensão. Conforme nos ensina Lipovetsky apud Santos Silva (2011, p. 55) a Moda:

Como instituição social, tal qual a igreja, a escola e o Estado, exerce um potencial poder de influência sobre a civilização e pode contribuir para a compreensão de nós mesmos, dado que é elemento presente constantemente nos relacionamentos, nas atitudes, na personalidade e hábitos cotidianos das pessoas.

Dessa máxima, podemos inferir que apesar de Moda e Sustentabilidade parecerem antagônicas, as duas áreas, podem e devem trabalhar juntas. Hoje, uma, complementa a outra.

Da mesma forma, a área do turismo também implica em desastres ambientais, mesmo que em menor intensidade. O turismo é cada vez mais visto como uma das principais fontes para a geração de desenvolvimento socioeconômico em uma região. Vários, são os autores e especialistas que atribuem-lhe o rótulo de “exportador invisível”. Além disso, muitos são os países que têm na indústria do turismo, não apenas a principal fonte de captação de recursos externos e investimentos, todavia, em alguns casos, tais como em pequenos países subdesenvolvidos, o turismo, é a única fonte viável de desenvolvimento.

De acordo com o World Travel & Tourism Council (WTTC), a indústria do turismo foi responsável por 11,7% do PIB mundial em 1999 e por 8% de todos os empregos gerados no mundo. Isso significa que aproximadamente U S\$4,5 trilhões circularam e que 192 milhões de empregos existiram em 1999 graças a essa indústria. (SEABRA, 2007, p.153).

Sabendo-se que a sustentabilidade tem como premissa o ambientalmente correto, o socialmente justo e o economicamente viável, é possível, ver no turismo todas essas possibilidades para contribuir com o desenvolvimento sustentável.

A atividade turística tem sua gênese nos primórdios da humanidade. Um grande número de historiadores reconhece que o fenômeno começou ainda no

“século VIII a.C., quando pessoas se deslocavam para apreciar e participar das atividades culturais e artíficas, conferências, festivais públicos e solenidades na Grécia Antiga “ Lage e Milone, 1996 apud Seabra (2007, p.155). Desde o início a motivação dos fluxos turísticos consistia em lazer e participações culturais, com destaque para a civilização grega por meio dos Jogos Olímpicos, motivação esta, que permanece também nos dias atuais. Logo, o principal motivo para se fazer turismo é, sobretudo, o lazer. O que vem de encontro com o comportamento de Moda da sociedade contemporânea.

Como nos ensina Lipovetsky (2007), em sua obra *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*, a sociedade contemporânea, tem na máxima “sagração das pequenas felicidades” a expansão dos valores hedonísticos, “uma nova cultura que celebra os prazeres de consumo e a vida no presente” Lipovetsky (2007, p. 178). O turismo vem contemplar o modelo de felicidade que constrói o novo tecido social. Assim, encontramos no turismo um grande potencial para atender às necessidades de lazer, de status, de conhecimento, em suma, de prazer.

Hoje, em função do desenvolvimento tecnológico, infraestrutura e transportes facilitou-se o deslocamento turístico, impulsionando sua prática e contribuindo para o turismo massivo. Todavia, tamanha evolução trouxe danos ao meio ambiente, inclusive a prática do turismo de massa, que por ser acessível às várias classes sociais, não respeita a capacidade suportável pelo espaço visitado.

No entanto, a rápida disseminação da informação facilita o trabalho de conscientização ambiental, fato que também auxilia na propagação das tendências e dos estilos de vida tidos como ideais em determinados momentos da história. Essa circunstância ressalta o turismo sustentável como atividade correta no quesito ético e responsabilidade socioambiental. Diante do exposto, o objetivo de estabelecer a relação entre moda, turismo e sustentabilidade é alcançado, e essa modalidade turística obtém características de uma conduta resultante de tendências direcionadas para o comportamento de Moda. Contudo, uma Moda ética.

## **MODA ÉTICA COMO FENÔMENO COMPORTAMENTAL**

A Moda proporciona liberdade de escolha e permite que os sujeitos consigam formar suas opiniões e condutas a partir dela. A Moda exerce uma forte influência

comportamental. Com “ampla rede de difusão de produtos, comportamentos e representações sociais (BERLIM, 2012), ela, tem força para disseminar modelos a serem seguidos. Nesse sentido, percebemos o surgimento/crescimento de grupos consumidores que tem na postura uma atitude ética e, que fazem questão de levantar a ‘bandeira’ da sustentabilidade estabelecendo novas relações de consumo. O que podemos verificar na fala de Santos Silva e Aguiar Silva (2013, p.9):

A preocupante situação em que o planeta se encontra tem contribuído para a ampliação de um público mais consciente, criando um mercado consumidor exigente, preocupado em mostrar valores éticos, propensos a mudar os seus hábitos de consumo, buscando adquirir produtos e serviços ecologicamente corretos. O consumidor mudou, o mercado de consumidores conscientes cresceu e isto exige das empresas uma mudança da cultura organizacional tal que, para atender às necessidades desse consumidor, também haverão de mudar. A atual conjuntura exige produtos e/ou serviços com o “distintivo verde”. Portanto, para manter-se competitivo nos negócios, manter a sustentabilidade da empresa, essas empresas necessitam desempenhar e atestar que cumprem o seu papel social e ambiental, pois sofrerão pressões sociais, o que pode ser determinante para manter-se no mercado.

## **A CAUSA AMBIENTAL E O TURISMO SUSTENTÁVEL**

A questão ambiental ganhou destaque nos debates atuais em função dos intensos desastres naturais. Segundo Bernardes e Ferreira (2007), a preocupação ambiental se tornou mais evidente quando os países industrializados passaram a depender significativamente do petróleo, fato que contribuiu para a poluição devido aos vários desastres ocorridos por toda a segunda metade do século XX. Os diversos acidentes que causaram um intenso impacto por suas imensas proporções, o que vem a fortalecer discussões sobre os conceitos que envolvem o assunto como ecologia e ambientalismo.

De acordo com Dias (2007), a questão ambiental tem auferido mais espaço nas discussões que permeiam a conduta da sociedade atual, e mesmo que a maioria das instituições econômicas, detentoras do poder, pouco colaborem para o favorecimento dessa questão, há organizações que, por suas atitudes, combatem o monopólio econômico e defendem o desenvolvimento aliado à conservação do meio ambiente; referimo-nos às ONGs, que começaram a se destacar na década de 60.

Nesse período um grupo de conservacionista assinara na Suíça, o Manifesto de Morges, principal fundamento da organização Fundo Mundial para a Vida

selvagem (World Wildlife Fund – WWF), sendo Greenpeace e Amigos da Terra, outras instituições de grande prestígio no cenário ambiental. A expansão das ONGs se deve principalmente à evolução dos meios de comunicação; à globalização das problemáticas tornando-as comuns a todas as nações; maior participação da população na solução dos problemas; e apoio de governos ou empresas, públicas e/ou privadas.

A participação da sociedade nesse processo é fundamental, pois a população é um dos agente que contribuem para o progresso do trabalho de defensoria das ONGs, e esse contexto social está diretamente relacionado com algumas atividades que podem ser praticadas de outra forma, com uma outra visão da realidade, como por exemplo, no turismo.

O turismo, em função dos impactos que provoca no meio ambiente, pode e deve apresentar diretrizes para o uso sustentável dos recursos naturais. Ferretti (2002), afirma que os impactos causados afetam a formação geológica, a vegetação, a água, o ar, e a fauna, e isso ocorre principalmente porque o foco da atividade turística, geralmente, consiste no lazer.

Conforme Barreto (1997 *apud* Seabra 2007), essa motivação tem destaque no turismo desde a Antiguidade, onde as viagens se realizavam por motivações fundamentadas no lazer, e esse cenário mudou apenas no século XVIII, quando a contemplação da natureza tornou-se a finalidade dos deslocamentos, ressaltando o contato com o ambiente.

No entanto, as motivações do turismo são variadas, e as tipologias que envolvem maior proximidade com o meio ambiente estão inseridas na classificação de turismo de natureza e ecoturismo, este considerado o menos prejudicial em função de seu foco ser voltado para a questão ambiental. No que se refere a outros interesses turísticos, Andrade (2002), estabelece os tipos entre turismo: de férias, cultural, de negócios e eventos, desportivo, de saúde e religioso.

Dentre as tipologias de turismo, a mais impactante consiste no turismo convencional ou turismo de massa, no qual a preocupação com a quantidade de visitantes suportável pelo ambiente é pouco relevante. Por isso, é necessário o incentivo à prática ética e consciente da atividade, e nesse contexto, se insere o turismo sustentável, cujo desenvolvimento:

Atende as necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras e ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o

turismo futuro. Concebe-se como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer-se às necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida (OMT, 1993 apud DIAS, 2007, p. 68).

Ferretti (2002), afirma que para o turismo se desenvolver de forma sustentável é necessário um planejamento, que delimite a área e o modo de atuação da atividade dentro do destino turístico, bem como promova a preservação do meio social e cultural de maneira adequada, a fim de impactá-los em menores proporções, colaborando para a conservação do ambiente com o objetivo de resguardá-lo para o uso dos futuros turistas, e desse modo, manter o sustento da comunidade.

Todas as ações necessárias a esses benefícios, geralmente, constam em projetos turísticos, executados por turismólogos e equipes de apoio, formulados por autoridades residentes na região turística ou instituições que tenham interesse no desenvolvimento da atividade no local. Mas para que os projetos turísticos voltados para a preservação ambiental sejam executados é preciso a conscientização da comunidade local, dos turistas e dos agentes institucionais direta ou indiretamente relacionados ao turismo, ou seja, se faz necessário um processo educativo que promova a conscientização ambiental e permita alcançar as metas e objetivos propostos no contexto da sustentabilidade.

Esse processo pode ser efetivado por meio do incremento de disciplinas de primeiro e segundo grau, e em universidade e faculdades, ou pela implementação de projetos ecoturísticos disponibilizando para a comunidade local treinamento adequado. Dessa forma, o ambiente pode ser preservado, prolongando seu uso turístico, o que concebe a prática do turismo sustentável como um comportamento difusor, como uma tendência/comportamento de moda.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Sob a ótica do Mercado, o turismo é visto como um produto inserido no setor de serviços, e nele está implícito um comportamento de lazer, de Moda e, sua oferta pode ser produzida à luz do desenvolvimento sustentável, incentivando o

consumidor a ter uma postura ética, contribuído, dessa forma, para uma nova cultura, um novo *ethos* Moda, no qual a tendência é ser correto, é ter uma conduta ética.

Dessa forma, as modalidades de turismo voltadas para a natureza serão vista como as de melhor caráter correto ecologicamente, e contribuirão para a atuação sustentável de outros tipos de turismo.

Assim, é possível, ver no turismo uma maneira de apreciar, de cuidar e valorizar a natureza, o ambiente. Sabendo-se que a sustentabilidade tem como premissa o ambientalmente correto, o socialmente justo e o economicamente viável, todas essas possibilidades podem ser encontradas na prática de um turismo consciente e, contribuir com o desenvolvimento sustentável.

## **BIBLIOGRAFIA**

ANDRADE, J. B. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Editora Ática. 8ª Ed. 2002.

BERLIM, L. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BERNANDES, J. A.; FERREIRA, F. P. de M. Sociedade e Natureza In: CUNHA, S.B; GUERRA. A.J.T. (Orgs.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. Cap. 1, p. 17-41.

CUNHA, L. H; COELHO, M. C. N. **Política e Gestão Ambiental** In: CUNHA, S.B; GUERRA. A.J.T. (Orgs.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. Cap. 2, p. 43-79.

CUNHA, Sandra Batista da; GUERRA, Antonio Teixeira (Orgs.). **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.  
DASHEFSKY, H. S. **Dicionário de Ciência Ambiental**. 3ª Ed. Tradução Eloisa Elena Torres São Paulo: Gaia, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. 1ª ed. 3ª. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

FERRETTI, Eliane Regina. **Turismo e meio ambiente**. São Paulo: Roca, 2002.

GRÜNEWALD, R. de A. Turismo e Etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, n. 20 p.141-159, outubro de 2003. Disponível em. [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200008&script=sci_arttext)

Acessado em 10.04.13.

LEFF, E. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. 5ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

LIPOVETSKY, G. **O império do Efêmero – A moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MOUSINHO, P. Glossário. In: TRIGUEIRO, A. **Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 5ª ed. Campinas. SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2008. p. 332-367.

SANTOS DA SILVA, S. C. M. Extensão Universitária: atuação do Curso de Moda, Design e Estilismo para a sustentabilidade dos Centros de Produção de Vestuário na Cidade de Teresina-PI. **Revista Interação: Ressignificando a Extensão**, nº 1, p.53-64, jan 2011.

SANTOS SILVA, C. M.; SILVA AGUIAR, A. M. **Processos Criativos para o Design Sustentável**. In: XXV CNTT – Congresso Nacional de Técnicos Têxteis e 1º CONTEXMOD – Congresso Científico Têxtil e de Moda. EXPOR CENTER NORD, 15 a 18 de abril de 2013. **Anais do XXV CNTT e 1º CONTEXMOD**. 2013. São Paulo (SP), 2013. p.01-20.

SEABRA, L. Turismo Sustentável: Planejamento e Gestão In: CUNHA,S.B; GUERRA. A.J.T. **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. Cap. 5, p.153-187.