

ÉTICA E TURISMO

ETHICS AND TOURISM

Zacaria Alexandre NASSAR*

RESUMO

Análise das relações entre a ética e o turismo, bem como da importância do estudo da ética pelo profissional do setor turístico. Com base em pesquisa bibliográfica, examina brevemente o conceito de ética, bem como suas relações com outras ciências. Aborda a ética profissional e a deontologia, bem como os códigos de ética profissional. Analisa a relevância do turismo como profissão e atividade econômico-social. Enfoca a questão da ética na educação globalmente considerada. Conclui apontando as implicações da ética no setor do turismo e ressaltando a necessidade de o profissional da área, em especial o bacharel em turismo, possuir uma sólida formação ética.

Palavras-chave: Ética; Ética Profissional; Códigos de Ética; Profissional em Turismo; Ensino de Turismo.

ABSTRACT

This work presents an analysis of the relationship between ethics and tourism, as well as the importance of the study of ethics by professionals in the tourism sector. Based on bibliographic research, it briefly examines the concept of ethics and its relationship with other sciences. It addresses professional ethics and deontology, as well as professional codes of conduct. It analyses the importance of tourism as a profession and as an economic and social activity, and focuses on the question of ethics in education when it is considered globally. It concludes by pointing out the implications of ethics in the tourism sector, emphasizing the need for a solid ethical training for professionals in the area, especially tourism graduates.

Key words: Ethics; Professional Ethics; Ethical Code of Conduct; Tourism Professional; Teaching in Tourism.

INTRODUÇÃO

O título do presente artigo, por si só, já fornece alguma noção acerca de seus principais objetivos, quais sejam: aferir a relação entre ética e turismo e, conseqüentemente, perquirir a relevância do estudo da ética no setor do turismo.

O seguinte silogismo inspirou a escolha do tema, bem como o desenvolvimento do trabalho: a) a ética permeia a totalidade das ciências humanas, sendo atualmente reivindicada em todos os setores da vida (premissa maior); b) o turismo, além de ser uma área autônoma de estudos, constitui-se em profissão e atividade econômica das mais promissoras (premissa menor); c) o turismo não deve se isentar de um enfoque ético, sendo imprescindível o estudo da ética pelos profissionais do setor turístico (conclusão). A partir deste raciocínio, desenvolve-se o artigo.

Nos dias atuais, a ética vem tomando lugar de relevo não só em teóricas discussões acadêmicas, como também nos mais diversos aspectos da vida cotidiana.

INTRODUCTION

The title of this article already provides a clue as to its main objectives, which are: to confirm the relationship between ethics and tourism and consequently, to investigate the importance of the study of ethics for the tourism sector.

The choice of theme and the development of the project were inspired by the following syllogism: a) ethics permeates all human sciences, and is now required in all walks of life (major premise); b) tourism, besides being an autonomous area of study, consists of one of the most promising professions and economic activities (lesser premise); c) tourism should not be divorced from an ethical focus, the study of ethics being indispensable for professionals in the tourism sector (conclusion). This article was developed based on this reasoning.

Nowadays, ethics is important not only in theoretical academic discussions, but also in several aspects of daily life.

* Coordenador Adjunto do Curso de Turismo da Unisul (Campus Grande Florianópolis).
E-mail: zacaria@terra.com.br

* Assistant Coordinator of the Tourism Course at Unisul (Florianópolis Campus).
E-mail: zacaria@terra.com.br

Se outrora a ética era apenas estudada junto à filosofia, hoje existem diversas pesquisas e debates reivindicando a ética em seus múltiplos aspectos, tais como: ética no Direito, na política, nos negócios, na Economia, na comunicação e na ciência.

No entanto, a constante e excessiva invocação da ética gerou um efeito maléfico, qual seja: o vocábulo "ética" tornou-se trivial. Conseqüentemente, dela todos falam, todos a desejam, mas poucos sabem exatamente o que ela é.

E por que tanto se fala em ética atualmente? Respondendo à questão, afirma Zancanaro (1999, p. 3) que dela não se fala por modismo ou idealismo. Ao contrário, a necessidade de discutir ética decorre de uma **questão de sobrevivência**.

De fato. A satisfação dos maiores anseios da humanidade (dignidade, qualidade de vida, felicidade, realização pessoal) pressupõe indiscutivelmente um posicionamento ético. Posicionamento ético este que, indubitavelmente, é também requerido do profissional em turismo, em especial do bacharel em turismo.

1. ÉTICA

Analisar a ética e seu conceito implica necessariamente focar a questão da moral e, conseqüentemente, verificar as diferenças e as relações entre os dois termos. Isto porque, por vezes, ética e moral são equivocadamente tratadas como expressões sinônimas.

Etimologicamente, ética, em grego (*ethos*), significa "modo de ser" ou "caráter", enquanto forma de vida adquirida ou conquistada pelo homem. Por sua vez, moral, em latim *mos* ou *mores*, quer dizer "costume" ou "costumes", no sentido de conjunto de regras adquiridas por hábito (Zancanaro, 1999, p. 3).

Já se sustentou que a ética não seria uma ciência e, portanto, não poderia ser ensinada. Este era o pensar de Aristóteles, para quem "este estudo não é teórico como os outros, pois estudamos não para saber o que é virtude, mas para sermos bons, que de outra maneira não tiraríamos nenhum benefício dela" (apud Baroni, 1995, p. 19).

No entanto, contrariando em parte este antigo entendimento grego, quase unânime é a tendência atual de se considerar a ética como uma verdadeira ciência. Neste sentido, bastante ilustrativa é a definição preconizada por Vázquez (apud Nalini, 1999, p. 34), para quem a ética é "a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade", ou seja, a ciência de uma forma específica do comportamento humano. Sim, a ética vem a ser uma ciência por possuir leis próprias, método próprio e, principalmente,

In the past, ethics was only studied as a branch of philosophy. Today there has been much research and debate calling for ethics in its multiple aspects, such as: Legal, Political, Business, Economic, Communication and Scientific ethics.

However, this constant and excessive demand for ethics has generated a harmful effect; the word "ethics" has become trivialized, with the result that everyone talks about it, everyone wants it, but few know exactly what it means.

Why is ethics talked about so much nowadays? In answer to this question, Zancanaro (1999, p. 3) claims that it is not talked about because of fashion or idealism, but rather, because the need to discuss ethics is a **question of survival**.

Needless to say, the satisfaction of the highest human desires (dignity, quality of life, happiness and personal fulfillment) unquestionably presupposes an ethical position, and this position is, without doubt, required of tourism professionals, particularly tourism graduates.

1. ETHICS

Analyzing ethics and its concept necessarily involves focusing on the moral issue and, consequently, confirming the differences and relationship between the two terms. This is because ethics and morals are sometimes used ambiguously, as synonymous expressions.

Etymologically, ethics means "way of being" or "character", in Greek (*ethos*), as the form of life acquired or won by man. In turn, morals, in Latin *mos* or *mores*, means "custom" or "customs", in the sense of a set of rules acquired by habit (Zancanaro, 1999, p. 3).

It used to be held that ethics was not a science and therefore could not be taught. This was the thinking of Aristotle, according to whom "this study is not theoretical like the others, because we study not to learn what virtue is, but to be good, otherwise we would derive no benefit from it" (apud Baroni, 1995, p. 19).

However, in partial contradiction to this ancient Greek understanding, the present tendency is almost unanimous in considering ethics as a true science. In this sense, the definition recommended by Vázquez (apud Nalini, 1999, p. 34), for whom ethics is "the science of man's moral behavior in society", or in other words, the science of a specific form of human behavior, is very illustrative. Ethics has indeed become a science with its own laws and methods, and in

objeto próprio. **E o objeto da ética é precisamente a moral.**

Por conseguinte, a ética possui a mesma função de toda teoria, qual seja: explicar, esclarecer e investigar uma determinada realidade, elaborando os conceitos correspondentes. E sua essência seria "definir os traços essenciais ou a essência do comportamento moral" (Zancanaro, 1999, p. 3).

Deve-se, desde logo, ressaltar que, como ciência que é, a ética interliga-se com outras esferas do pensamento, eis que

"não há ciência humana imune a um enfoque ético. Em todas as atividades a que o homem se entregue sempre haverá espaço para o questionamento moral. A tarefa de examinar todos os aspectos éticos da vida sobre a Terra e nos espaços já conquistados e a conquistar é uma daquelas a que a sabedoria anglo-saxônica chama de 'endless task' - tarefa interminável" (Nalini, 1999, p. 318).

Dai uma vez mais restarem justificados alguns dos objetivos do presente artigo, quais sejam: aferir a relação entre ética e turismo e, por consequência, perquirir a relevância do estudo da ética no setor do turismo.

2. ÉTICA PROFISSIONAL: DEONTOLOGIA

Como já restou esclarecido, a ética é a ciência que estuda a conduta do homem em sociedade. Em sendo assim, a ética "passa a ter lugar em qualquer âmbito donde se exija cumprimento de um dever. Então, tem sempre relação com a qualificação da conduta humana, ditando se os atos são bons ou não" (Carlin, 1997, p. 37) (grifo nosso).

No período atual, avultam as reivindicações de ética em todos os setores da vida, seja no âmbito público, seja no setor dos negócios, seja na esfera das profissões individualmente consideradas.

Quanto ao âmbito público,

"o cidadão médio passou a ter a percepção de que [...] o poder público apresenta em geral, sintomas de acelerada decomposição (tráfego de influências, envolvimento em crime organizado, prática generalizada de corrupção), tanto que, seguidamente, denunciam-se casos nos quais são violentadas as mais rudimentares normas éticas" (Carlin, 1997, p. 71).

Como exemplo, lembre-se que a história brasileira contemporânea registrou fatos inéditos, como a renúncia e cassação dos direitos políticos de um

particular, its own object. **And the object of ethics is morals.**

Ethics, therefore, has the same function as every theory, which is: to explain, to clarify, and to investigate a specific reality, elaborating the corresponding concepts. Its essence is "to define the essential features or essence of moral behavior" (Zancanaro, 1999, p. 3).

It should be emphasized that ethics, being a science, is interrelated with other areas of thought. This is because

"no human science is immune to an ethical focus. In all activities to which men dedicate themselves, there will always be room for moral questioning. The task of examining all the ethical aspects of life on Earth and in the spaces already conquered and yet to be conquered is one of those things that Anglo-Saxon knowledge calls an 'endless task'" (Nalini, 1999, p. 318).

This statement once again justifies some of the objectives of this article: to confirm the relationship between ethics and tourism, and consequently, to investigate the importance of the study of ethics for the tourism sector.

2. PROFESSIONAL ETHICS: DEONTOLOGY

As has already been clarified, ethics is the science of the study of man's conduct in society. Ethics, therefore "has its place in any area where the fulfillment of an obligation is required. It is always, then, related to the qualification of human conduct, dictating whether actions are good or not" (Carlin, 1997, p. 37) (our emphasis).

Nowadays, ethical claims are prominent in all walks of life; the public domain, the business sector, and the individual professions.

In the public domain,

"the average citizen is beginning to perceive that [...] the public authorities are showing, in general, symptoms of accelerated decomposition (traffic of influences, involvement in organized crime, generalized practice of corruption), so much so that he is increasingly denouncing cases which violate the most basic ethical norms" (Carlin, 1997, p. 71).

It should be remembered, for example, that contemporary Brazilian history has recorded previously little-known facts, such as the resignation and annulment of the political rights of a President

Presidente da República e a recente cassação de mandatos de parlamentares.

No setor dos negócios, a ética também vem sendo considerada de primordial importância, uma vez que

“As pessoas e as companhias que obtêm maior sucesso são aquelas que encaram a ética com seriedade. [...] Administradores éticos e negócios éticos tendem a merecer mais confiança e consideração e a enfrentar menos ressentimento, ineficiência, questões judiciais e interferência governamental. Ética é simplesmente um bom negócio” (Solomon e Hanson, [199?], p. 8) (grifo nosso).

E, por fim, na esfera profissional, a ética tornou-se preocupação constante. Tal fato deve-se principalmente à tomada de consciência de que “qualquer falta ou incidente ético, envolvendo um profissional repercutirá negativamente para toda classe aos olhos da população, gerando uma desconfiança generalizada a todos os profissionais da área” (Lima, 1999, p. 8). Essa preocupação tem se tornado relevante também em decorrência da veiculação constante de questões ético-profissionais pelos mais diversos meios de comunicação.

Se é premissa elementar que todas as profissões reclamam um proceder ético, a questão da ética profissional naturalmente sobreleva-se em relevância.

De forma sintética e desprovida de excessivo rigorismo, expõe Lima (1999, p. 15) que “a ética profissional é uma parte da ética geral (ciência da conduta) relacionada aos diversos tipos de trabalho na sociedade”.

Visando coordenar os deveres inerentes às mais diversas profissões, convencionou-se utilizar a expressão **deontologia**.

Como conceitua Pastora, a deontologia designa o conjunto de regras e princípios que ordenam a conduta de um profissional (apud Carlin, 1997, p. 32). Por sua vez, Buffelan a define como “a ciência que trata dos deveres a que são submetidos os componentes de uma profissão”, constituindo-se no conjunto de preceitos que regem a conduta de pessoas pertencentes a profissões organizadas em corporações (apud Carlin, 1997, p. 32).

Compreendida a deontologia como a teoria dos deveres de uma profissão, **faz-se mister que todo o profissional conheça plenamente tais obrigações antes de iniciar seu ofício** (Carlin, 1997, p. 35). Sim, pois vacilante seria o exercício de determinada profissão sem o conhecimento prévio das regras morais e jurídicas a ela inerentes.

of the Republic and the recent annulment of parliamentary mandates.

In the business sector, ethics is also beginning to be considered as being of utmost importance, in that

“The most successful people and companies are those who face ethics seriously [...] Ethical administrators and ethical businesses tend to command more confidence and consideration and suffer less resentment, inefficiency, legal problems and government interference. Ethics is simply good business” (Solomon and Hanson, [199?], p. 8) (our emphasis).

Finally, in the professional area, ethics has become a constant concern. This is mainly due to the growing awareness that “any breach of ethics or ethical incident involving a professional will negatively reflect on the whole group in the eyes of the population, generating an overall distrust of all professionals in the field” (Lima, 1999, p. 8). This concern has also become relevant as a result of the constant transmission of ethical/professional issues by various communications media.

If it is considered a basic premise the fact that all professions require ethical practices, the issue of professional ethics naturally becomes extremely important.

Lima (1999, p. 15) states, in a summary way and without excessive rigorousness, that “professional ethics is the part of general ethics (the science of conduct) that is related to the various types of work in society”.

The expression **deontology** is conventionally used to coordinate the obligations inherent to the many different professions.

According to Pastora’s concept, deontology designates a set of rules and principles that govern a professional’s conduct (apud Carlin, 1997, p. 32). Buffelan, in turn, defines it as “the science that deals with the obligations to which the members of a profession are subject”, consisting of a set of precepts that govern the conduct of members of professions that are organized into corporations (apud Carlin, 1997, p. 32).

If deontology is understood as a theory of professional obligations, **it is necessary for all professionals to have full knowledge of these obligations before starting their careers** (Carlin, 1997, p. 35). This is because practicing a specific profession without prior knowledge of the moral and legal rules inherent to it is an extremely unreliable practice.

No âmbito das profissões regulamentadas, a ética é regulada por Códigos de Ética Profissional. Prova disto é a propagação de códigos deontológicos de diversas categorias profissionais, como: advogados, médicos, engenheiros, dentistas, jornalistas, dentre outros.

A instituição destes códigos intenta, dentre outros objetivos, a perfeita ação e conduta do profissional em cada caso concreto, em sua respectiva área de atuação.

É noção instintiva que, em cada setor profissional, existem deveres éticos não só em relação aos demais colegas de classe, como também em relação aos clientes e/ou consumidores dos serviços prestados. Por tal razão, os códigos deontológicos podem ser divididos em direito interno e externo, assim entendidos:

“Do ponto de vista interno, estas compilações constituem, antes de tudo, uma regulamentação da concorrência entre indivíduos que exerçam a mesma profissão (por exemplo, advogados). Os deveres do profissional concernem à Ordem e aos colegas.

“Sob o aspecto externo, a deontologia visa a repercussões a respeito de pessoas estranhas à profissão e cujo destino assegure o bom funcionamento de um serviço de interesse geral, dando ao público garantias” (Carlin, 1997, p. 36).

Preleciona Carlin (1997, p. 129), com clareza ímpar, que

“para que haja uma falta disciplinar, os códigos de deontologia exigem que haja uma ligação com a profissão: este liame será direto (falta profissional propriamente dita) ou indireto (quando há uma repercussão sobre a função, por exemplo, por faltas na ordem privada). Estas duas categorias de infrações disciplinares devem se encontrar inseridas nos diferentes textos deontológicos” (grifo nosso).

Desta explanação resulta que o profissional possui obrigações deontológicas de ordem privada e obrigações deontológicas de ordem profissional.

3. TURISMO: INDÚSTRIA E PROFISSÃO

O turismo é uma das atividades econômicas de maior relevância na atualidade, seja no âmbito local, nacional ou internacional. Alguns dados apresentados por Naisbitt, em 1994, bem indicam a complexidade e a importância do setor:

Within the regulated professions, ethics is governed by the Professional Codes of Conduct. Proof of this is the propagation of deontological codes of various professional groups, such as: lawyers, doctors, engineers, dentists and journalists.

One of the objectives of the institution of these codes is to achieve perfect professional practices in each concrete case, within its respective field of operation

It is an instinctive idea that each professional sector has its ethical obligations, not only in relation to other colleagues, but also in relation to the clients or consumers of the services provided. For this reason, deontological codes can be divided into internal and external rights, which can be understood as follows:

“From the internal point of view, these compilations constitute, above all, a regulating of the competition between individuals practicing the same profession (for example, lawyers). Professional obligations relate to the Professional Order and to colleagues.

“Within the external aspect, the aim of deontology is to influence people who are not related to the profession and whose objectives assure good practice of a service of general interest, giving guarantees to the public” (Carlin, 1997, p. 36).

Carlin (1997, p. 129) teaches, with exceptional clarity, that

“in order for there to be disciplinary misconduct, deontological codes require there to be a connection with the profession: this bond will be direct (actual professional misconduct) or indirect (when there is an influence on the professional practice, due to misconduct of a private nature for example). These two categories of disciplinary misconduct should form part of different deontological texts” (our emphasis).

The result of this explanation is that the professional has deontological obligations of a private nature and also deontological obligations of a professional nature.

3. TOURISM: INDUSTRY AND PROFESSION

Tourism is one of the most important economic activities today, be it at local, national or international levels. Data presented by Naisbitt in 1994 clearly shows the complexity and importance of the sector:

"O turismo emprega 204 milhões de pessoas no mundo [...] totalizando 10,6% da força de trabalho global. O turismo é o setor que mais contribui para a economia do mundo, produzindo [...] 10,2% do produto nacional bruto mundial. O turismo é o maior gerador de receitas de impostos, no valor de 655 bilhões de dólares. O turismo é a maior indústria do mundo em termos de produção bruta, que se aproxima dos 3,4 trilhões de dólares, corresponde a 10,9% de todos os dispêndios dos consumidores, 10,7% de todos os investimentos de capital e 6,9% de todos os gastos governamentais" (apud TRIGO, 1998, p. 19).

Um dos fatores que contribuiu para que o setor atingisse tal patamar foi indubitavelmente a elevação do poder aquisitivo e o aumento do tempo livre de uma camada social que, até recentemente, encontrava-se desprovida destas condições. Dessa forma, atualmente,

"a maioria das pessoas dos países desenvolvidos, e um número significativo daquelas dos países em desenvolvimento, têm realizado viagens turísticas uma ou várias vezes ao ano. Assim, o turismo já não é uma prerrogativa de alguns cidadãos privilegiados; sua existência é aceita e constitui parte integrante do estilo de vida para um número crescente de pessoas em todo o mundo" (Ruschmann, 1999, p. 13) (grifo nosso).

Dai porque a constante alusão a uma **indústria do turismo**, seja considerando o termo "indústria" metaforicamente – para aqueles que o definem apenas como um processo por meio do qual a matéria-prima é transformada em bens de produção e consumo (definição clássica de indústria) –, seja empregando-o de forma mais abrangente, como faz Wahab (1988, p. 5):

"O turismo é uma destas novas indústrias capazes de propiciar um rápido crescimento econômico em ofertas de empregos, renda, nível de vida e ativação de outros setores produtivos [...]. Ademais, como setor complexo que é, inclui indústrias no sentido clássico do termo, como as de artesanato e 'souvenirs'. O alojamento e o transporte também são considerados economicamente como indústrias".

Diante desta enorme relevância econômico-social do turismo, torna-se "evidente a necessidade de preparar os profissionais da área, sob pena de os projetos ficarem comprometidos e com sua operacionalidade prejudicada em virtude da falta de profissionais eficientes" (Trigo, 1998, p. 19).

Por conseguinte, claro está que o turismo não é apenas uma indústria ou uma das atividades

"Tourism employs 204 million people worldwide [...] totaling 10.6% of the global workforce. Tourism is the sector that most contributes to the world's economy, producing [...] 10.2% of the world's Gross National Product. Tourism is the largest generator of income tax, generating 655 billion dollars. Tourism is the world's largest industry in terms of gross production, almost 3.4 trillion dollars, and accounts for 10.9% of all consumer expenditure, 10.7% of all capital investments and 6.9% of all government spending" (apud Trigo, 1998, p. 19).

One of the factors that has contributed to the sector achieving this position is undoubtedly the increase in buying power and free time of a social level that until recently, did not have these conditions. Nowadays therefore,

"the majority of people from developed countries, and a significant number of those from developing countries, have made journeys for tourism purposes once or several times a year. Thus, tourism is no longer the prerogative of a few privileged citizens; its existence is widely-accepted and forms an integral part of the life-style of a growing number of people around the world" (Ruschmann, 1999, p. 13) (our emphasis).

This is why constant reference is made to a **tourism industry** by those who define tourism as merely a process by which the raw-material is transformed into production and consumer goods (the classic definition of industry), whether the term "industry" is used in its metaphorical sense, or in a more general way, as it is by Wahab (1988, p. 5):

"Tourism is one of those new industries that is able to provide rapid economic growth in terms of job offers, income, standard of living and stimulation of other productive sectors [...]. Furthermore, being a complex sector, it includes industries in the traditional sense of the term, such as those of handicrafts and souvenirs'. Accommodation and transport are also seen as industries from an economic point of view".

Considering the major socio-economic importance of tourism, the "need to prepare professionals in the field, whose projects are under threat of being compromised and whose performance is being prejudiced by the lack of efficient professionals, is evident" (Trigo, 1998, p. 19).

It is clear, therefore, that tourism is more than just an industry or one of the most important

econômicas mais importante dos dias atuais. Ao contrário, também deve ser considerado uma **profissão** que teria como finalidade o desempenho de uma função "relacionada com a intensificação do contato humano e da integração social dentro de um país ou entre vários países, assim como o incremento do desenvolvimento social e econômico" (Wahab, 1988, p. 5).

Estas observações são necessárias haja vista que a ética é imprescindível ao turismo, seja concebendo-o como indústria, seja entendendo-o como profissão (vide abaixo).

4. A ÉTICA NO ENSINO DO TURISMO

4.1 O Papel da Ética na Educação

Antes de focalizar o tema da importância da ética no setor turístico – e particularmente no ensino do turismo –, urge fazer algumas considerações genéricas a respeito do papel da ética na educação.

Se outrora se entendia que a inclusão de disciplinas como "educação moral e cívica" no currículo escolar era o suficiente para uma razoável formação ética, a concepção atual dos educadores felizmente parece estar se alterando. Como consequência, a ética vem assumindo posição de relevo em todos os níveis de instrução.

Sustentando que a ética é assunto para todas as idades e que mesmo as crianças devem receber noções de postura compatíveis com as necessidades de convivência, Ieciona Nalini (1999, p. 195) que, "assim como o aprendizado técnico é uma gradual evolução sem previsão de termo final, **assimilar conceitos éticos e empenhar-se em vivenciá-los deve ser tarefa com a duração da vida**" (grifo nosso).

No entanto, deve-se ressaltar que não é o ensino da ética se desprovido de exemplos concretos – ou pior, se em contradição com tais exemplos –, máxime numa sociedade competitiva e muitas vezes destituída dos mais elementares valores éticos. Daí as sábias e profícuas reflexões de Castro (1999, p. 21):

"Um livro recente de Robert Coles ('The Moral Intelligence of Children') mostra o julgamento moral como uma força constante na cabeça dos jovens. Ao contrário do que se pensa, **seu comportamento anti-social não resulta de ausência de preocupações com o certo e o errado, mas de conflitos entre comportamentos observados no mundo que os cerca.** Nós, os adultos, confundimos a cabeça dos jovens com nosso comportamento hipócrita ou imoral. **Os jovens não**

economic activities nowadays. It should also be considered as a profession whose aim is to perform a function "related to the intensification of human contact and social integration within a country or between various countries, as well as the increase of social and economic development" (Wahab, 1988, p. 5).

These observations are essential, since ethics is indispensable to tourism, whether it is viewed as an industry or as a profession (see below).

4. ETHICS IN THE TOURISM EDUCATION

4.1 The Role of Ethics in Education

Before focusing on the importance of ethics for the tourism sector, and especially tourism education, it is necessary to make some generic considerations regarding the role of ethics in Education.

While in the past it was believed that the inclusion of disciplines such as "civil and moral education" in the school curriculum was sufficient for a reasonable ethical training, educators' concepts nowadays appear, fortunately, to be changing. As a consequence, ethics is assuming a prominent position in all levels of education.

Maintaining that ethics is a subject that is suitable for all ages, and that even children should be taught about the conduct that is required for normal social interaction, Nalini (1999, p. 195) teaches that "just as technical learning is a gradual evolution, with no prediction of the final term, **assimilating ethical concepts and attempting to act them out should be a life-long task**" (our emphasis).

It should be emphasized, however, that the teaching of ethics is in vain if it lacks concrete examples – or even worse, if it contradicts those examples –; in a competitive society in particular, the most basic ethical values are often dismissed. Hence Castro's (1999, p. 21) wise and profitable reflection:

"A recent book by Robert Coles ('The Moral Intelligence of Children') shows that moral judgment is a constant force in the minds of young people. Contrary to belief, **their anti-social behavior does not result from a lack of concern with right and wrong, but from conflicting behavior observed in the world around them.** We, the adults, confuse young peoples' minds with our hypocritical or immoral behavior. **Teenagers are not amoral or**

são amorais ou imorais, mas chocados com as contradições que presenciam. Então, trata-se de abrir espaço para cultivar a preocupação ética, não plantá-la" (grifo nosso).

No mesmo sentido são os entendimentos de Nalini (1999, p. 195-196):

"A melhor lição é o exemplo. Temos falhado ao legar à juventude um modelo pobre de convivência. Estamos nos acostumando a uma sociedade egoísta, hedonista, imediatista e consumista. [...] Não se pode esperar de escolares cujas mães quase se agredem fisicamente na disputa de vaga para estacionar seu carro à saída da escola venham a se portar eticamente quando adultos. Nem se aguarde que os filhos de pais que lesam o fisco, seus empregados ou patrões, que se referem à honestidade como um atributo dos tolos, venham no futuro a constituir modelos morais" (grifo nosso).

No entanto, e por óbvio, a responsabilidade pelos exemplos éticos é também das instituições de ensino. Isto porque

"os alunos não aprendem civismo em aulas de civismo, mas em uma escola que pratica justiça, tolerância, equidade e generosidade. Os alunos aprendem pelo que a escola pratica muito mais que pelos sermões em aula. A escola tem de ensinar pelo exemplo. Se o professor trata o aluno rico de forma diferente de que trata o pobre, falccc o aprendizado de equidade. Se o professor chega atrasado, a lição de pontualidade vai na direção oposta" (Castro, 1999, p. 21) (grifo nosso).

Pelas razões ora expendidas, conclui-se já não ser mais possível falar em educação sem qualquer enfoque da ética. Pois, e utilizando-se dos ensinamentos do Instituto Paulo Freire (1999, p. 1), ao tratar dos conceitos de inter-transdisciplinaridade e transversalidade nos novos parâmetros curriculares, impossível deixar de ressaltar que

"o tema transversal fundante é a Ética. Não podemos apresentar esse tema como um vendedor de roupas que diz: 'tenho aqui camisas, calças, blusas e também roupas'. A diversidade cultural, o meio ambiente, a sexualidade, o consumo etc. são temas atravessados pela Ética. Ela não é um tema a mais. Ela é elemento constitutivo de todos os temas" (Instituto Paulo Freire, 1999, p. 4) (grifo nosso).

immoral, but are shocked by the contradictions they face. It is a question, then, of creating space to cultivate the ethical concern, not to plant it" (our emphasis).

Similarly, Nalini (1999, p. 195-196) is of the opinion that:

"The best lesson is by example. We have failed by giving young people a poor model of social interaction. We are accustomed to a selfish, hedonistic, instant, consuming society. [...] Pupils whose mothers practically physically assault each other fighting over a parking space at the school gates can hardly be expected to act ethically when they become adults. Neither can the children of parents who cheat on taxes, their workers or their bosses, or who talk about honesty as a fools game, be expected to become models of moral conduct in the future" (our emphasis).

However, it is obviously also the responsibility of the teaching institutions to provide ethical examples. This is why

"students do not learn to become good citizens in citizenship classes, but in a school that practices justice, tolerance, equality and generosity. Students learn much more from what the school practices than by classroom sermons. The school must teach by the example. If the teacher treats rich students differently from poor ones, the lesson in equality has failed. If the teacher arrives late, the lesson in punctuality goes in the opposite direction" (Castro, 1999, p. 21) (our emphasis).

For the above reasons, it can be concluded that it is no longer possible to speak of Education without any focus on ethics since, to use the teachings of the Paulo Freire Institute (1999, p. 1), it is impossible not to emphasize, when dealing with concepts of inter-transdisciplinary and transversality in the new curricular parameters, that

"the basic transversal theme is Ethics. This theme cannot be presented like a clothing salesman who says: 'I have shirts, trousers, blouses and also clothes'. Cultural diversity, the environment, sexuality, consumption etc., are all themes touched by Ethics. Ethics is not just another theme, it is an element that forms part of all themes" (Paulo Freire Institute, 1999, p. 4) (our emphasis).

4.2 Implicações da Ética no Turismo: Códigos de Ética

Como os demais setores da atividade econômica, o turismo não está isento de situações e comportamentos atéticos. Para comprovar esta assertiva, reportar-se-á aos três principais gêneros de empresas turísticas, ou seja, aquelas que integram o chamado tripé básico do turismo, a saber: agências de viagens, hotéis e transportadoras.

Como uma das bases da atividade turística, as empresas de agenciamento de viagens devem, obviamente, pautar-se pela ética, tanto em suas relações com outras agências, como em suas relações com consumidores e fornecedores. A este respeito, Wahab (1988, p. 207) é enfático e preciso:

"A profissão do agente de viagens baseia-se na confiança; de um lado é a confiança dos viajantes, que geralmente pagam adiantado ou contra a simples garantia de serviços (um produto) que não vêem, e cuja qualidade seria difícil de julgamento a posteriori; confiança dos fornecedores (empresas de transporte e hotéis) que fornecem os seus serviços a crédito para pessoas que não são diretamente proprietárias e que aceitam reservas normalmente sem mesmo garantias de uma taxa mínima de ocupação.

"Este fator, somado à complexidade das suas atividades e à imensa variedade de serviços oferecidos, torna esta profissão um dos setores mais delicados e importantes da indústria do turismo" (grifo nosso).

Ainda quanto à relação entre as agências de viagens e a confiabilidade, leciona Andrade (1995, p. 197-198):

"Poucos percebem, mas as agências de viagens possuem importante missão no mundo moderno: testemunham – de forma permanente e estável – a existência da confiança nos outros empreendimentos e apresentam alto índice de confiabilidade por parte deles [...]. Por isso os agentes só trabalham com produtos confiáveis ou que eles mesmo conhecem. Do contrário expõem-se a riscos que podem levá-los à ruína comercial e moral, além de atingir a reputação de todos ou de grande parte dos profissionais do setor".

E, ao se falar em confiança, está-se diretamente falando em ética.

Face ao relevo do tema e visando promover valores éticos e padrões técnicos a serem observados pelas empresas do setor, a Associação Brasileira das Agências de Viagens – ABAV aprovou, em 1992, o "Código de Ética do Agente de Viagens".

4.2 Ethical Implications for Tourism: Codes of Conduct

Like other economic sectors, tourism is not exempt from unethical situations and behavior. To confirm this assertion, I refer to the three main types of tourism companies, i.e. those that form the so-called basic tripod of tourism: travel agencies, hotels and transport services.

As one of the bases of tourism activity, travel agencies should obviously be guided by ethics, not only in their relations with other agencies, but also in their relations with consumers and suppliers. Wahab (1988, p. 207) is emphatic and clear concerning this subject:

"The profession of travel agency is based on trust; on one hand is the trust of travelers, who generally pay in advance or in exchange for a simple guarantee of services (a product) that they do not see, and whose quality is difficult to infer; and on the other, the trust of suppliers (hotels and transport services companies) who supply services on credit for people who are not direct owners and who usually accept reservations without even the guarantee of a minimum occupation rate.

"This factor, added to the complexity of its activities and the huge variety of services offered, makes this profession one of the most risky and important sectors in the tourism industry" (our emphasis).

Still on the subject of the relationship between travel agencies and reliability, Andrade (1995, p. 197-198) teaches that:

"Few realize it, but travel agencies have an important mission in the modern world: they testify – in a permanent and stable way – to the existence of trust in other companies and show a high level of reliability on their part [...]. This is why agents only work with reliable products or ones that they know themselves. Otherwise, they expose themselves to risks that could lead to commercial and moral ruin, besides negatively affecting the reputation of all, or the majority, of professionals of the sector".

When speaking of trust, we are directly referring to ethics.

In view of the importance of the theme, and with the aim of promoting ethical values and technical standards to be observed by companies in the sector, the Brazilian Association of Travel Agencies (ABAV) approved, in 1992, "The Travel Agents' Code of Conduct".

Este Código arrolou as seguintes infrações éticas das agências de viagens: aviltamento de preços, repasse de comissões a "free-lancers" e consumidores, oferta de vantagens predatórias em licitações, oferta de condições de preço abaixo do preço de custo, aliciamento de clientela, pagamentos a funcionários de outras agências sem conhecimento de seus dirigentes, e prestação de informações incorretas sobre concorrentes (artigo 4º).

Ademais, o Código de Ética do Agente de Viagens visou disciplinar as relações das agências entre si (artigos 10 a 17) e as relações com fornecedores (artigos 18 a 24) e com consumidores (artigos 25 a 34).

As empresas hoteleiras, como elemento de crucial importância no setor turístico, também devem pautar suas relações pela ética.

A par disso, e analogicamente ao que se deu com as agências de viagens, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH aprovou, em 1992, o "Código de Ética da Hotelaria".

Foram consideradas infrações éticas as seguintes ocorrências: aviltamento de preços ou de condições para pagamento, recrutamento e seleção de pessoal junto à concorrência com abuso de poder econômico, oferta de vantagens predatórias em licitações, aliciamento de clientela de concorrentes, e prestação de informações depreciativas ou incorretas sobre concorrentes (artigo 39).

Também analogicamente, o Código de Ética da Hotelaria tratou das relações entre as empresas hoteleiras entre si (artigos 9º a 16) e das relações com agências de viagens (artigos 17 a 21), organizadoras de eventos (artigos 22 a 27), locadoras de auto-veículos (artigos 28 a 30) e com o público (artigos 31 a 38).

Uma análise ainda que superficial desses dois códigos de ética comprova o que acima foi consignado no sentido de que, em cada setor, há deveres éticos não só em relação aos demais componentes da classe, como também em relação aos clientes e/ou consumidores dos serviços prestados (vide tópico 2).

Por fim, as empresas transportadoras turísticas da mesma forma não devem se exonerar do compromisso ético.

Tomando como exemplo as companhias aéreas, pode-se questionar sua postura ética para com o consumidor em, no mínimo, duas situações, cujos casos concretos são eventualmente divulgados pela mídia: a) nos casos de "overbooking", ou seja, a discutível prática de efetuar mais reservas do que os assentos disponíveis na aeronave, visando obter-se uma maior ocupação nos vôos; b) nos casos de perda e/ou extravio de bagagem, quando o atendimento ao usuário lesado nem sempre é dos mais cordiais.

This Code lists the following as violations of ethical conduct by travel agents: lowering prices, paying commission to free-lancers and consumers, offering predatory advantages in tenders, offering price conditions below the cost price, enticing clients, paying staff of other agencies without the knowledge of their managers, and giving incorrect information about competitors (article 4th).

The Travel Agents' Code of Conduct also aims to regulate the relationships between agents (articles 10 to 17) and their relationships with suppliers (articles 18 to 24) and consumers (articles 25 to 34).

Hotel companies, as a crucially important element of the tourism sector, should also use ethics to guide their relationships.

Likewise, based on the experience of the travel agencies, the Brazilian Association of Hotel Industries (ABIH) approved, in 1992, "The Hotel Managers' Code of Conduct".

In it, the following occurrences are listed as violations of ethical conduct: lowering prices or conditions of payment, recruiting and selecting staff from the competition by abusing economic power, offering predatory advantages in tenders, bribing competitors' clients, and giving depreciating or incorrect information about competitors (article 39).

Like the Travel Agents' Code of Conduct, the Hotel Managers' Code of Conduct also deals with the relationships between themselves and other hotel companies (articles 9th to 16) and their relationships with travel agencies (articles 17 to 21), event organizers (articles 22 to 27), car rental companies (articles 28 to 30) and the public (articles 31 to 38).

An analysis of these two codes of ethics, while still superficial, proves, as stated above, that in each sector there are ethical obligations not only in relation to the other members of the industry, but also in relation to the clients and/or consumers of the services provided (see topic 2).

Finally, tourism transport services companies should not be exempt from ethical obligations.

Using as an example airline companies, their ethical position towards consumers is questionable in at least two cases, which have been broadcast in the media: a) cases of overbooking, i.e., the debatable practice of accepting more reservations than available places at the aircraft in order to ensure fuller occupation of seats on flights; and b) cases of loss of luggage/luggage sent to the wrong destination, when attendance to the aggrieved customer is not always polite.

Sublinhe-se que tais ocorrências – que podem também gerar implicações na órbita jurídica – são particularmente mais graves às suas vítimas (os consumidores), já que estes, em sua grande maioria, estão a desfrutar momentos de lazer e descanso.

Face ao exposto, não há como deixar de frisar que a atuação das empresas turísticas deve ser marcada pela ética, seja nas relações entre si, seja nas relações com consumidores e fornecedores.

4.3 A Ética e o Profissional em Turismo

Uma vez demonstradas as íntimas implicações da ética com o setor turístico e suas empresas, deve-se enfatizar a questão da importância da ética na formação do profissional em turismo individualmente considerado.

As considerações abaixo formuladas aplicam-se indistintamente a todos os profissionais atuantes no setor. No entanto, tentar-se-á direcionar tais considerações ao ensino do turismo e, conseqüentemente, à formação do bacharel propriamente dito.

Assim como se falou na confiabilidade – e, portanto, na ética – das empresas turísticas, este atributo também é considerado fundamental ao profissional em turismo.

Para demonstrar como esta preocupação é concreta, exemplifique-se com os resultados apontados por uma pesquisa realizada em 1992, no Reino Unido, com empresários, indagando o que estes esperavam dos alunos egressos dos cursos de turismo. Um dos pontos levantados foi o seguinte: “Muitas empresas esperam encontrar graduados com caráter e personalidade além das habilidades acadêmicas” (Cooper apud Trigo, 1998, p. 173).

A própria dimensão que a atividade turística vem ocupando já seria argumento suficiente à exigência de uma rígida formação ética do profissional do setor. Estimativas da Organização Mundial do Trabalho indicam a necessidade de cerca de 100 milhões de profissionais em todo o mundo (Trigo, 1998, p. 209). Diante deste quadro, não deve espantar a rápida expansão dos cursos superiores de turismo no Brasil, desde o surgimento do primeiro curso, em 1971, até os dias de hoje.

Tais fatores uma vez mais reforçam a necessidade de um denso conteúdo ético na formação daqueles que atuarão no setor. Analisando o ensino para o turismo, Bacal (1996, p. 18) tece as seguintes considerações, que bem demonstram a responsabilidade que as instituições universitárias possuem na formação do bacharel em turismo:

It is stressed that such occurrences – which may also generate implications of a legal nature – are more serious for their victims (the consumers) who, in the majority, are enjoying periods of leisure and rest.

Due to the above, it must be emphasized that the actions of tourism companies should be marked by ethics, both in their relationships among themselves and in their relationships with consumers and suppliers.

4.3 Ethics and the Professional in Tourism

Once the far-reaching implications of ethics on the tourist sector and companies within it has been demonstrated, the importance of ethics in the training of tourism professionals as individuals should be focused on.

The considerations set out below can be indiscriminately applied to all professionals operating in the sector. However, an attempt is made to steer these considerations towards tourism education and consequently to graduate training *per se*.

As in the case of trust – and therefore ethics – in tourism companies, this attribute is also considered fundamental for the tourism professional.

To demonstrate how real this concern is, examples are taken from research carried out in the United Kingdom in 1992, in which businessmen were questioned concerning their expectations of graduates of tourism courses. One of the points which arose was that: “Many companies hope to find graduates with character and personality besides academic abilities” (Cooper apud Trigo, 1998, p. 173).

The scope of the tourism industry is already sufficient reason to demand strict ethical training for professionals in the sector. Estimates of the International Labor Organization indicate a need for about 100 million professionals worldwide (Trigo, 1998, p. 209). In view of these figures, the rapid expansion of graduate tourism courses in Brazil, from the emergence of the first course in 1971 until now, is hardly surprising.

Such factors once again reinforce the need for extensive ethical content in the training of professionals for the sector. Analyzing tourism education, BACAL (1996, p. 18) makes the following remarks that clearly demonstrate the responsibility of university institutions in training tourism graduates:

“Ao focar a problemática da formação de Recursos Humanos para o Turismo, devemos lembrar que existe uma característica muito particular do produto turístico final. **Esse é, na realidade, um composto de pelo menos, três sub-produtos: agências (operadoras), hotelaria e transporte, que se substancializam numa só imagem turística.** Uma agência ‘vende’ uma imagem do ‘contexto’, a hotelaria coloca um tipo de hospedagem conforme um contexto específico e, o transporte irá adequar os meios ao contexto onde transita. Estas três atividades compõem, numa visão macro, a atividade turística; estão intrinsecamente interrelacionadas, porém, suas organizações empresariais são estruturadas, organizadas e administradas diferentemente. **Esta especificidade coloca nas instituições de ensino uma grande responsabilidade na boa imagem do produto turístico, pois deve enfatizar a necessidade de formar pessoas responsáveis pela imagem global do turismo**” (grifo nosso).

Os empresários e dirigentes do setor também já estão se dando conta destas novas exigências. A título exemplificativo, o então presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagens (ABAV), Sérgio Nogueira, numa palestra realizada em 1996, já afirmara claramente que as novas tecnologias, os novos mercados e as novas **concepções de ética** estão alterando o perfil dos agentes e profissionais ligados ao turismo (Trigo, 1998, p. 189).

Por sua vez, os próprios bacharéis em turismo há pouco tempo instituíram o “Código de Ética do Bacharel em Turismo”. Trata-se de uma nítida demonstração, por parte da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR, da verdadeira indissociabilidade entre ética e turismo.

Mesmo sem adentrar nos detalhes deste Código – mesmo porque ele próprio é expresso ao mencionar que o documento de forma alguma é definitivo, porém apenas um ponto de partida nas discussões –, vale citar o início de sua Exposição de Motivos:

“A questão ética tem uma importância fundamental na sociedade contemporânea. A compreensão da conduta humana no contexto de um mundo em transformação, marcado pelo estreitamento das relações de mercado e pelos impactos das revoluções telemáticas e tecnológicas, é o objeto de análise da ciência ética.

“No que tange à ética profissional, o enfoque de vanguarda consiste na abordagem dos aspectos intervenientes nos processos de trabalho, de forma a possibilitar que o exercício da

“When focusing on the issue of training Human Resources for Tourism, we should remember that the final tourism product has a unique characteristic. **This characteristic is, in fact, a combination of at least three sub-products: agencies (operators), hotels and transport services, which constitute a single tourism image.** An agency ‘sells’ an image of the ‘context’, hotels contribute a type of accommodation according to a specific context and, transport provides the means of reaching the context. These three activities, broadly speaking, comprise tourism activity; they are intrinsically interrelated, yet, their company organizations are differently structured, organized and administered. **This specificity places a great responsibility on teaching institutions in terms of the image of the tourism product, since there is an emphasis on the need to train people who will be responsible for the global image of tourism**” (our emphasis).

Business people and managers in the sector are also now becoming aware of these new demands. For example, the current president of the Brazilian Association of Travel Agencies (ABAV), Sérgio Nogueira, in a lecture given in 1996, clearly affirmed that new technologies, new markets and **new concepts of ethics** are changing the profile of agents and professionals associated with tourism (Trigo, 1998, p. 189).

Tourism graduates, for their part, have recently instituted the “Code of Conduct for Tourism Graduates”. This is a clear demonstration by the Brazilian Association of Tourism Graduates (ABBTUR) of the indissoluble link between ethics and tourism.

While not going into the details of this Code – which itself expressly mentions that it is in no way a definitive document, but rather a point of departure for discussion –, it is worth quoting the beginning of its Declaration of motives:

“The ethical question has fundamental importance for contemporary society. The understanding of human behavior in the context of a world in transformation, marked by the narrowing of market relations and the impact of technological and telecommunications revolution, is the object of analysis of the science of ethics.

“Regarding professional ethics, the main focus is on addressing interventionist aspects in the work processes, in a way that will enable the profession to be exercised within

profissão ocorra dentro de parâmetros que considerem o interesse maior da sociedade”.

E qual seria a fórmula para a formação de profissionais em turismo éticos? A esta pergunta não há respostas conclusivas. Porém, pode-se afirmar que estes devem pautar sua conduta num princípio fundamental de deontologia profissional, qual seja: **agir segundo ciência e consciência**.

Nalini (1999, p. 174) dissoca com clareza tal princípio ao tratar da deontologia forense. No entanto, suas lições são perfeitamente aplicáveis ao profissional em turismo. Por esta razão, pede-se vênia para citá-las literalmente:

“‘**Ciência**’, a significar o ‘**conhecimento técnico**’ adequado, exigível a todo profissional. O primeiro ‘**dever ético**’ do profissional é dominar as regras para um desempenho eficiente na atividade que exerce. Para isso, precisará ter sido um ‘**aprendiz aplicado**’, seja no processo educacional formal, seja mediante inserção direta no mercado de trabalho, onde a experiência é forma de aprendizado.

“Além da formação adequada, o profissional deverá manter um processo próprio de ‘**educação continuada**’. Os avanços e as novas descobertas influem decisivamente em seu trabalho. Profissões tradicionais deixam de existir e outras surgem para substituí-las. O ser humano precisa estar preparado para novas exigências do mercado. Estar intelectualmente inativo não representa apenas paralisação. É retrocesso que distancia o profissional das conquistas em seu ramo de atuação.

“Mas além da ‘**ciência**’, ele deverá atuar com ‘**consciência**’. Existe uma ‘**função social**’ a ser desenvolvida em sua profissão. Ele não pode estar dela descomprometido, mas reclama-se-lhe empenho em sua concretização”.

Se o profissional deve atuar com consciência, resulta que esta haverá de estar em contínuo aperfeiçoamento. E esta tarefa de orientação da consciência é também responsabilidade das instituições de ensino, e como tal dos cursos superiores de turismo. Pois

“**formar a consciência é o objetivo mais importante de todo o processo educativo**. Ela é que avalia o acerto das ações, ela é que permite reformular o pensamento e as opções. Somente ela **permitirá coerência ao homem**, propiciando-lhe comportar-se de acordo com a própria consciência. Por isso é que a **formação da consciência, além de ser o objetivo mais importante, resume em si todo o inteiro**

parameters that take into consideration society’s highest interest”.

What formula could be used for training ethical professionals in tourism? There are no conclusive answers to this question. However, it can be affirmed that their behavior should be regulated by a fundamental principle of professional deontology, i.e. **acting according to science and conscience**.

Nalini (1999, p. 174) clearly analyzes this principle as it relates to forensic deontology. However, its lessons can be equally applied to tourism professionals. For this reason, I take the liberty of quoting them literally:

“‘**Science**’ meaning appropriate ‘**technical knowledge**’, required of all professionals. The professional’s first ‘**ethical obligation**’ is to comply with all the rules for efficient fulfillment of his or her activities. For this, he or she needs to have been a ‘**diligent apprentice**’, whether in the formal education process, or through direct involvement in the job market, where experience is the form of learning.

“Besides having appropriate training, the professional must maintain his own process of ‘**continuous education**’. New advances and discoveries directly influence his or her work. Traditional professions have given way to others, which are rising up to take their place. Human beings need to be prepared for new market demands. Intellectual inactivity does not only represent paralysis, it is a retrogression that distances the professional from making conquests in his/her field of operation.

“But beyond ‘**science**’, he/she should act with ‘**conscience**’. There is a ‘**social function**’ to be developed in his or her profession. He or she cannot be freed from the obligation, rather, effort is required of him or her to make it real”.

If professionals need to act with conscience, then it follows that there must be continual improvement. This task of orientating the conscience is also the responsibility of teaching institutions, and as such, of higher education courses in tourism, since

“**forming the conscience is the most important objective of the whole education process**. It is this that judges whether actions are right and that enables thinking and options to be reformulated. **Only this will enable man to be coherent**, enabling him or her to behave according to his or her own conscience. That is why the **training of the conscience, besides being the most important objective, is summarized in the whole educational**

processo educativo" (Gianniti, apud Nalini, 1999, p. 176) (grifo nosso).

Dessa forma, se os profissionais em turismo agirem segundo ciência e consciência, e se as respectivas instituições de ensino contribuírem para que o processo educacional não apenas forneça conhecimentos técnicos aos alunos – mas também auxilie na formação da sua consciência –, muito já se terá efetuado para o surgimento de um verdadeiro senso ético no setor turístico como um todo.

Por fim, deve-se dizer que todas as pessoas e instituições de alguma forma vinculadas à área do turismo precisam

"saber discernir entre as **bases do conhecimento humano que alicerçam a ética, a educação e a política**, das modas passageiras geradas em determinados contextos históricos. Estas últimas podem ser alteradas, ignoradas ou até mesmo eliminadas à medida que os períodos históricos se transformem: **as primeiras permeiam qualquer tipo de sociedade pretensamente justa e participativa**" (Trigo, 1998, p. 202) (grifo nosso).

CONCLUSÃO

"Numa sociedade voltada à prestação de serviços, a fidelidade do cliente será a maior vantagem competitiva. **A ética de um profissional será seu mais alto patrimônio. Apenas os homens de caráter vencerão neste mundo.** Da mesma forma que a sociedade industrial é relativamente menos violenta do que foi a medieval, a sociedade pós-industrial será menos violenta do que a industrial" (21 Idéias, 1999, p. 49) (grifo nosso).

Assim Domenico De Masi, festejado sociólogo e professor da Universidade de Roma, ressalta a ética como uma das tendências relacionadas ao trabalho e à vida, para os próximos 20 anos. Esta assertiva não apenas resume o conteúdo do trabalho ora em conclusão, como também sublinha a relevância e a atualidade do tema tratado.

De fato, Se, de um lado, não há ciência humana que possa se abster de um enfoque ético, de outro lado, e conseqüentemente, também não há profissional isento do dever de eticamente proceder em seu ofício.

Particularmente no âmbito das profissões individualmente consideradas, claro restou que a ética e os deveres deontológicos devem ser alçados ao mais elevado posto na formação e na atuação de cada profissional. Nalini (1999, p. 71) assim brilhantemente traduz esta ordem de relevância, sendo impossível deixar de transcrever suas lições:

process" (Gianniti apud Nalini, 1999, p. 176) (our emphasis)

Thus, if tourism professionals act according to science and their conscience and if the respective teaching institutions contribute to make the educational process not only a process of supplying technical knowledge to students, but also one of helping to train their conscience, a lot will have been done for the emergence of a truly ethical sense in the tourism sector as a whole.

Finally, it should be said that all the people and institutions who are in some way linked to the field of tourism need

"to know how to discern between **the bases of human knowledge that form the foundation for ethics, education and politics**, and the passing fashions generated in specific historical contexts. The latter can be altered, ignored or even eliminated with the changing of historical periods, whereas **the former permeate any type of society that considers itself just and participatory**" (Trigo, 1998, p. 202) (our emphasis).

CONCLUSION

"In a society geared towards the provision of services, customer loyalty will be the greatest competitive advantage. **A professional's ethics will be his greatest inheritance. It is only men of character who will win in this world.** Just as industrial society is relatively less violent than was medieval society, post-industrial society will be less violent than the industrial one" (21 Ideas, 1999, p. 49) (our emphasis).

Domenico De Masi, celebrated Sociologist and professor at the University of Rome, emphasizes ethics as one of the trends of work and life for the next 20 years. This affirmation not only summarizes the content of this article, but also highlights the relevance and currency of the theme discussed.

Needless to say, while there is no human science that can avoid an ethical focus, consequently there is no professional who is exempt from the obligation to act ethically in his job.

Within specific professions in particular, it is obvious that ethics and deontological obligations should be given first place in the training and practice of every professional. Nalini (1999, p. 71) provides a brilliant translation of this order of relevance, and his lessons are essential for transcription here:

“De pouco vale o conhecimento técnico, sem o compromisso do crescimento ético. [...] As qualidades essencialmente humanas, consideradas sob o prisma ético, devem ser privilegiadas. Mesmo em detrimento dos objetivos científicos e de não indesejada habilidade pericial.

“Despertar para a Ética é acudir a todas as demais necessidades de uma adequada formação integral. O primeiro compromisso ético de quem se dispõe a abraçar uma carreira é bem conhecê-la. Reforce-se o caráter e atile-se a consciência. O estudo sério das disciplinas necessárias ao bom desempenho profissional virá por acréscimo.

“Não se concebe consciência ética que não se devote ao permanente estudo. Ele é processo fundamental na consecução do crescimento humano, a caminho da perfectibilidade. Já o conhecimento técnico ou científico desacompanhado de vontade moral é vão conhecimento. A cultura divorciada da moral pouco ou nada poderá fazer para tornar mais digno o gênero humano” (grifo nosso).

Ao turismo, aproveitam todas estas considerações. Pois, seja considerado como área do conhecimento humano, seja considerado como uma das mais importantes atividades sócio-econômicas da atualidade, o turismo também deve ser permeado pela ética. Tal constatação parece ter restado clara quando da análise das implicações da ética neste setor (tópico 4.2).

Para que o setor do turismo e suas empresas não se apartem da ética, é imperativo lógico que os profissionais da área sejam éticos no efetivo exercício de suas funções. Relativamente aos bacharéis em turismo, tal obrigação é ainda maior; o que se deve ao próprio fato de fazerem parte da ainda ínfima minoria dos nacionais que possuíram a oportunidade de frequentar um curso superior. Neste sentido, precisas são as lições de Trigo (1998, p. 205).

“Em um mundo caracterizado por uma nova ordem econômica internacional, novas tecnologias e forte competitividade em mercados atingidos pelo desemprego, o profissional de turismo tem de se impor pela competência e pela eficiência. É necessário também que esse profissional tenha uma postura ética e não subestime a capacidade e as aptidões dos outros profissionais, graduados em diversos cursos superiores e que disputam empregos no turismo. O setor é extremamente mutável, dinâmico e, no caso do Brasil, ainda bastante instável” (grifo nosso).

“Technical knowledge is of little value without commitment to ethical growth. [...] The essential human qualities, considered from an ethical point of view, should be given highest priority, even to the detriment of scientific objectives and, though not undesired, expert ability.

“Waking up to Ethics means meeting all the other needs of an appropriate, complete training. The first ethical obligation for those wishing to take up a career is to know it well. It strengthens the character and sharpens the conscience. Serious study of the disciplines necessary for good professional performance is merely an extension.

“Those who do not devote themselves to permanent study will not develop an ethical conscience. It is a fundamental process for human development, and leads to perfectibility. Technical or scientific knowledge that is not accompanied by moral will is vain knowledge. A culture that is divorced from morals will be able to do little or nothing to help the human race become more dignified” (our emphasis).

Tourism can benefit from all these views, since whether tourism is considered as an area of human knowledge or as one of the most important socio-economic activities today, it should also be permeated by ethics. This affirmation seems to be clear from the analysis of the implications of ethics in this section (topic 4.2).

In order to ensure that the tourism sector and the companies within it do not depart from ethics, it is a logical imperative that professionals in the area act ethically in the carrying out of their functions. For tourism graduates, this obligation is even greater, due to the fact that they form part of a still small minority of nationals who have had the opportunity to study at university. In this sense, the lessons given by Trigo (1998, p. 205) are indispensable:

“In a world characterized by a new international economic order, new technologies and strong competition in markets affected by unemployment, the tourism professional must impose on himself competence and efficiency. This professional must also take an ethical stance and not underestimate the abilities and aptitudes of other professionals, graduates from various higher education courses, who are competing for jobs in tourism. The sector is extremely changeable, dynamic and, in the case of Brazil, still very unstable” (our emphasis).

E, para a formação de profissionais em turismo éticos, a Universidade evidentemente há de cumprir seu papel. Papel este que não se esvai na necessária inclusão de disciplinas concernentes à ética e à deontologia, mas que deve ser conjugado com um efetivo exercício ético por parte da instituição e dos seus membros. Dai a supra mencionada referência à formação da ciência e da consciência (tópico 4.3).

Sim, pois, conquanto necessário, vão se torna o estudo da ética se não houver um real compromisso de viver eticamente.

Universities must obviously fulfill their role in training ethical professionals in tourism. It is a role that does not vanish with the necessary inclusion of disciplines relating to ethics and deontology, but one that should be coupled with an effective practice of ethics on the part of the institution and its members. Hence the reference above to training of science and the conscience (topic 4.3).

Although essential, the study of ethics is futile if there is no real commitment to live ethically.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo : fundamentos e dimensões**. 2. ed. São Paulo : Ática, 1995. 215p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS. **Código de ética da hotelaria**. [S.l.], 11 dez. 1992.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS. **Código de ética do agente de viagens**. Rio de Janeiro, 9 ago. 1992.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS BACHARÉIS EM TURISMO. **Código de ética do bacharel em turismo**. Campo Grande, 29 maio 1999. Disponível em <<http://www.abbtur.com.br/cod-etic.html>>. Acesso em 17 jan. 2000.
- BACAL, Sarah S. Ensino em turismo. In: CORRÊA, Tupã Gomes (Org.). **Turismo e lazer : prospecções da fantasia do it e vir**. São Paulo : Edicon, 1996. p. 15-19.
- BARONI, Robison. **Cartilha de ética profissional do advogado : perguntas e respostas sobre ética profissional baseadas em consultas formuladas ao tribunal de ética OAB-SP**. São Paulo : LTr, 1995. 112p.
- CARLIN, Voinei Ivo. **Deontologia jurídica : ética e justiça**. 2. ed. Florianópolis : Obra Jurídica, 1997. 180p.
- CASTRO, Cláudio de Moura. Remédios para a incivilidade. **Veja**, São Paulo, ed. 1622, ano 32, n. 44, p. 21, nov. 1999.
- INSTITUTO PAULO FREIRE. **Inter-transdisciplinaridade e transversalidade**. (Programa de Educação Continuada). In: OLIVEIRA, Fátima Inês Wolf de. **Didática e parâmetros curriculares nacionais**. Londrina, 1999. p. 1-8. (Apostila da disciplina de Didática e Parâmetros Curriculares Nacionais, ministrada no curso de Pós-Graduação *lato sensu* da Universidade Norte do Paraná).
- LIMA, Alex Oliveira Rodrigues de. **Ética global internacional : legislação profissional no terceiro milênio**. São Paulo : Iglu, 1999. 122p.
- NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo : Revista dos Tribunais, 1999. 326p.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável : a proteção do meio ambiente**. 3. ed. Campinas : Papyrus, 1999. 199p.
- SOLOMON, Robert C ; HANSON, Kristine. **A ética necessária**. [S.l.] : Tema Executivo, [199?]. 8p. (Programa Livros Sumarizados).
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas : Papyrus, 1998. 248p.
- 21 IDÉIAS para o século 21. **Você S.A.**, São Paulo, ano 2, n. 18, p. 34-53, dez. 1999.
- WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo**. 2. ed. São Paulo : Pioneira, 1988. 242p.
- ZANCANARO, Lourenço. **Ética na educação**. Londrina, 1999. (Apostila da disciplina de Ética na Educação, ministrada no curso de Pós-Graduação *lato sensu* da Universidade Norte do Paraná).